



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

“PINGÜINOS Y SU REPERCUSIÓN ECONÓMICA EN VALLADOLID”

JULIO MONDÉJAR MATA

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, JUNIO,2024







UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

4º CURSO

TRABAJO FIN DE GRADO

**“PINGÜINOS Y SU REPERCUSIÓN ECONÓMICA
EN VALLADOLID”**

Trabajo presentado por: Julio Mondéjar Mata

Tutora: Catalina Soto de Prado Otero

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, JUNIO 2024.

RESUMEN

Este Trabajo Fin de Grado (TFG) se centra en analizar la repercusión económica de una concentración específica en la concentración motera *Pingüinos*. La concentración en cuestión es objeto de estudio debido a su potencial impacto en la economía local. A través de un enfoque multidisciplinario que combina análisis económicos, sociales y comerciales, se busca comprender cómo esta concentración puede influir en diversos sectores y aspectos económicos de Valladolid.

Identificando y evaluando los efectos directos e indirectos que la concentración tiene sobre el empleo, la inversión, el comercio local y otros indicadores económicos relevantes. Se busca proporcionar una visión integral de los cambios económicos resultantes, así como proponer posibles estrategias para maximizar los beneficios y mitigar posibles impactos negativos. El análisis se apoyará en datos cuantitativos y cualitativos recopilados a nivel local, regional y nacional.

ABSTRACT

In this Final Degree Project, the focus is on analyzing the economic impact of a specific concentration in Valladolid. The concentration under consideration is the subject of study due to its potential impact on the local economy. Through a multidisciplinary approach that combines economic, social, and commercial analyses, the aim is to understand how this concentration can influence various sectors and economic aspects of Valladolid.

The main objective of the TFG is to identify and assess the direct and indirect effects that the concentration has on employment, investment, local trade, and other relevant economic indicators. The goal is to provide a comprehensive view of the resulting economic changes, as well as to propose possible strategies to maximize benefits and mitigate potential negative impacts. The analysis will be supported by quantitative and qualitative data collected at the local, regional, and national levels.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	8
2. MARCO TEORICO.....	9
2.1 Historia de las concentraciones moteras	9
2.2 Impacto económico de eventos culturales y deportivos	12
3. Contexto Geográfico y Social de Valladolid	14
3.1 Situación geográfica e histórica de Valladolid	14
3.2 Características sociales y económicas	15
4. <i>Pingüinos</i> como Evento Motero	21
4.1 Origen y evolución de <i>Pingüinos</i>	21
4.2 Características y atractivos del evento	23
5. Impacto Económico en Valladolid.....	24
5.1 Análisis de la afluencia de participantes	24
5.2 Beneficios para el comercio local	31
6. Gestión y Organización del Evento.....	32
6.1 Estructura organizativa de <i>Pingüinos</i>	32
6.2 Colaboración público-privada en la organización.....	37
7. Marketing y Promoción de <i>Pingüinos</i>	40
7.1 Estrategias de promoción utilizadas	40
7.2 Evaluación de la efectividad de las estrategias.....	42
8. Percepción de los Participantes.....	45
8.1 Encuestas y entrevistas a los moteros.....	45



8.2 Opiniones y sugerencias para mejorar el evento.....	47
9. Retos y Oportunidades.....	52
9.1 Desafíos organizacionales permanentes.....	52
9.2 Oportunidades de crecimiento y expansión.....	54
10. Conclusiones	56
11. BIBLIOGRAFIA	58
12. Anexos.....	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1- N.º de personas empadronadas por distritos según sexo	16
Gráfico 2- N.º de personas de nacionalidad extranjera empadronadas.....	17
Gráfico 3-Indicador renta media.....	19
Gráfico 4-Distribución de edad de los participantes en Pingüinos	20
Gráfico 5 -Datos desagregados por sexo en comparación	21
Gráfico 6-Número de noches que va a pernoctar	27
Gráfico 7- Lugar de pernoctación	28
Gráfico 8-Distribución porcentual del gasto total.....	29
Gráfico 9- Gasto medio total y diario por persona.....	31
Gráfico 10-Interacción de un proyecto	33
Gráfico 11-Evolución de la cartelería.....	41
Gráfico 12- Índice de fidelización de Pingüinos	43
Gráfico 13-Razones de asistir a Pingüinos.....	44
Gráfico 14- Valoración de la concentración por parte de los participantes	46
Gráfico 15-Valoración de la zona recreativa.....	47
Gráfico 16- Grado de satisfacción global con la concentración	49
Gráfico 17-Aspectos mejor valorados de la concentración	50
Gráfico 18-Aspectos a mejorar de la edición.....	51



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-PIB y sector económico.	18
---	-----------

1.INTRODUCCIÓN

La concentración motera *Pingüinos* constituye uno de los eventos más destacados de la ciudad Valladolid, atrayendo cada año a miles de motociclistas de diversas partes del país incluso del mundo. No solo se celebra la pasión por las motocicletas, sino que también genera un significativo impacto económico en la ciudad y sus alrededores. Este trabajo de fin de grado surge de la fascinación ante el fenómeno social y económico que representa una concentración de tal magnitud, y la posibilidad de estudiar en detalle cómo un evento de estas características puede influir en la economía local y cuantificar dicha repercusión, además de explorar las motivaciones y experiencias de los participantes y organizadores.

Los objetivos principales de este Trabajo de Fin de Grado son:

1. Evaluar el impacto económico de la concentración motera *Pingüinos* en Valladolid: Analizar el efecto directo e indirecto en la economía local, evaluando diferentes sectores como la hostelería, comercio y servicios.
2. Examinar la evolución y crecimiento del evento: Investigar el desarrollo y los cambios de este evento a lo largo de los años, y determinar cuáles son los factores clave para aumentar su éxito y popularidad.
3. Investigar las motivaciones y experiencias de los asistentes: Identificar las razones que llevan a los motociclistas y espectadores a pie, a participar en *Pingüinos* y analizar su satisfacción y experiencias durante el evento.
4. Proponer recomendaciones para optimizar los beneficios económicos y sociales del evento: Basado en la investigación previa, ofrecer sugerencias para mejorar futuras ediciones de *Pingüinos*.

Para la realización de este estudio, se ha empleado una metodología mixta que combina fuentes primarias y secundarias:

1. Revisión bibliográfica: Se lleva a cabo una investigación de diferentes fuentes como libros, artículos académicos y estudios previos sobre el impacto económico de eventos similares, así como sobre la historia y características específicas de *Pingüinos*.
2. Análisis de datos secundarios: Se recopilan y analizan datos económicos y estadísticos proporcionados por los organizadores del evento.
3. Entrevistas y encuestas: Se realizan entrevistas con los organizadores del evento para obtener una perspectiva interna sobre su planificación y ejecución. Además, se llevan a cabo encuestas a los participantes de *Pingüinos* para recopilar datos sobre sus experiencias y gastos durante su estancia en Valladolid.

4. Observación directa: Durante la última edición *Pingüinos* 2024, se lleva a cabo una observación en primera persona del evento para comprender mejor su dinámica, gestión y comportamiento de los participantes.

2. MARCO TEORICO

2.1 Historia de las concentraciones moteras

La Concentración Motera Invernal Internacional de Pingüinos, se celebra de forma anual en la localidad de Valladolid, España. Es un evento popular que se ha establecido profundamente en la cultura local y ha conseguido reconocimiento a nivel nacional e internacional. Desde sus humildes inicios a principios de la década de 1980, esta concentración ha evolucionado para convertirse en un fenómeno incomparable que atrae a amantes de las motocicletas de todos los rincones de España y el mundo.

El evento se desarrolla en el corazón del pinar de Valladolid, conocido como “Pinar de Antequera” cercano al barrio de Covaresa, un escenario natural que se transforma en un escenario vibrante y bullicioso durante el fin de semana en que tiene lugar la concentración. Los participantes, lucen con su indumentaria motera distintiva, situándose en esta ciudad para compartir su pasión por las motocicletas y vivir en primera persona esta experiencia.

La historia del evento se origina con la aventura de un grupo de moteros locales que, en sus inicios, buscaban crear un espacio para que los amantes de las motocicletas compartieran experiencias y establecieran conexiones. A lo largo de los años, la concentración ha crecido exponencialmente, llegando a atraer a miles de motociclistas cada año. Este crecimiento ha llevado consigo un impacto económico y social significativo para la ciudad, con hoteles, restaurantes y comercios locales beneficiándose de la afluencia masiva de visitantes.

El evento no solo atrae a participantes nacionales, sino que se ha convertido en un imán para motociclistas de todo el mundo. La diversidad de culturas y estilos de vida presentes en la concentración crea un ambiente enriquecedor que va más allá de la pasión compartida por las motocicletas. La interacción entre los participantes y los residentes locales contribuye a fortalecer los lazos comunitarios y a promover un sentido de apertura y tolerancia.

La Concentración de *Pingüinos* ha sido testigo de momentos memorables a lo largo de los años, desde desfiles impresionantes hasta exhibiciones de motocicletas personalizadas. Además de las actividades moteras, se han integrado eventos culturales y actividades para toda la familia, convirtiendo a esta concentración en un espectáculo completo que atrae a personas de todas las edades.

Desde la década de los 80, las concentraciones moteras experimentan una verdadera explosión de popularidad en España. El aumento de la disponibilidad de motocicletas, junto con el crecimiento económico del país, permite que un número cada vez mayor de personas se sumen al mundo del motociclismo. Este aumento en la base de motociclistas contribuye significativamente al éxito y la expansión de las concentraciones.

Con la popularidad en aumento, los organizadores comienzan a diversificar la oferta de entretenimiento en estos eventos. Se incluyen espectáculos de acrobacias, competencias de velocidad, conciertos de música en vivo, exposiciones de motocicletas clásicas y personalizadas, entre otras actividades. Esta diversificación atrae a un público más amplio, desde los aficionados más hardcore del motociclismo hasta aquellos que simplemente buscan un fin de semana de diversión y entretenimiento.

Durante esta época, eventos como la concentración de *Pingüinos* en Valladolid alcanzan un estatus icónico en la escena motera. Lo que comienza como una reunión modesta de aficionados a las motos en un camping de la ciudad, se transforma en un evento de renombre internacional que atrae a motociclistas de todas partes del mundo. La concentración de *Pingüinos* no solo se convierte en un punto de encuentro para los motociclistas, sino también en un escaparate para las marcas de motocicletas, fabricantes de accesorios y otras empresas relacionadas con el mundo de las dos ruedas.

Además de *Pingüinos*, otras concentraciones también consolidan su posición en el calendario motero español. La concentración de Motauros en Tordesillas destaca por sus impresionantes rutas en carretera y su atmósfera festiva, mientras que la concentración de Lloréns en Galicia atrae a los amantes de las motos por su ubicación pintoresca y sus actividades tradicionales. Cada evento tiene su propia identidad única y contribuye a enriquecer la diversidad de la cultura motera en España.

Sin embargo, no todo es fácil para las concentraciones moteras en España. A lo largo de los años, estos eventos enfrentan una serie de desafíos, desde problemas de seguridad y regulaciones gubernamentales hasta disputas organizativas y cambios en las preferencias de los motociclistas.

Por ejemplo, en algunos casos, las concentraciones se ven obligadas a cambiar de ubicación debido a preocupaciones de seguridad o conflictos con las autoridades locales.

Además, el aumento del tráfico y las restricciones de circulación plantean desafíos logísticos para la organización de estos eventos, especialmente en áreas urbanas densamente pobladas.

Para hacer frente a estos desafíos, los organizadores de las concentraciones moteras deben adaptarse y evolucionar. Implementan medidas de seguridad más estrictas, establecen protocolos de coordinación con las autoridades locales y exploran nuevas formas de financiamiento y patrocinio para garantizar la viabilidad a largo plazo de estos eventos. Al mismo tiempo, introducen innovaciones en la oferta de entretenimiento y servicios para mantener el interés y la participación de los motociclistas.

A pesar de los desafíos, las concentraciones moteras continúan siendo un elemento fundamental en la cultura y la economía de España. Estos eventos no solo representan una oportunidad para celebrar la pasión compartida por las motos, sino que también generan un impacto significativo en las comunidades locales y en la industria del turismo. Atraen a miles de visitantes cada año, que gastan dinero en alojamiento, alimentación, ocio y productos relacionados con las motos, beneficiando a los empresarios locales y contribuyendo al desarrollo económico de las regiones que acogen estos eventos.

Es importante mencionar gracias a la información de Bueno (2017), las concentraciones más importantes del mundo, todas tienen en común que son la representación de lo más mítico en cuestiones de eventos moteros, y es que de todas las concentraciones de motos que hay en el mundo, las que destaco son las imprescindibles para mí:

- Sturgis Motorcycle Rally: Se celebra cada año en Sturgis (Estados Unidos), y acuden más de medio millón de moteros, aunque el número aproximado siempre es incierto. Esta tradicional reunión motera, la más multitudinaria del mundo, se organizó por primera vez en 1938; y el responsable de su creación fue J.C. Hoel. Lo que en un principio se concibió como una reunión de aficionados, pronto cobró una dimensión sin precedentes, hasta el punto de que hoy sus asistentes se cuentan por cientos de miles. Durante una semana, esta pequeña localidad de Dakota del Sur de no mucho más de 6.000 habitantes se ve desbordada. Por sus calles pasean cientos de Harley-Davidson, pilotos stunt, moteros de todo tipo, rockeros, famosillos y las tradicionales chicas con su camiseta levantada. Y la tradicional excursión que se realiza al famoso Monte Rushmore es multitudinaria.

- Elefantentreffen: Este evento tienen lugar durante el primer fin de semana de febrero o a fines de enero de cada año, en un valle entre las ciudades de Thurmansbang y Solla, Alemania. Sin embargo, desde 1989 se han trasladado al valle de Loh, cerca de la frontera checa, donde la nieve está garantizada. Cada año, entre 5.000 y 10.000 motociclistas de toda Europa participan, algunos de ellos con motocicletas modificadas y diseños

especiales. La historia de estos encuentros se remonta a 1956, cuando un periodista alemán y exmilitar organizó una reunión exclusiva para sidecars Zündapp KS 601 cerca de Nürburgring. Este modelo, popularmente conocido como "Elefante Verde", tomó su nombre de los vehículos utilizados durante la Segunda Guerra Mundial. Dos años más tarde, la concentración se abrió a todo tipo de motocicletas, y desde entonces ha ido creciendo en asistencia año tras año.

- **Daytona Bike Week:** Este evento se desarrolla en Florida, tiene lugar el encuentro más ecléctico y desmesurado del mundo: la Semana de la Moto de Daytona. Esta tradición se remonta a 1937, y durante una semana, reúne a alrededor de medio millón de visitantes. En este evento, los asistentes disfrutaban de la exhibición de Harleys personalizadas y una variedad de trikes, Rat Bikes y motocicletas deportivas modificadas. Además, el ambiente idílico de las playas de Daytona, con sus paseos y bulevares llenos de motos de todas las clases, junto con el renombrado Circuito de Daytona, hogar de las famosas 500 millas de Daytona y otras carreras.

2.2 Impacto económico de eventos culturales y deportivos

Lo primero en este punto es, definir según (Patricio Sánchez Fernández, 2013) el deporte, en todas sus formas, juega un papel crucial en la economía, especialmente en su relación con el turismo. La conexión entre deporte y turismo es un fenómeno destacado en la sociedad contemporánea, con un potencial significativo en el ámbito del marketing territorial. Es evidente que los eventos deportivos tienen la capacidad de atraer y afianzar el turismo, convirtiéndose en elementos clave para las estrategias de promoción territorial. Partiendo de esta premisa, se analiza uno de los eventos más destacados de la provincia de Ourense, el Rally de Ourense, que se acerca a su quincuagésimo aniversario. A través de encuestas a sus participantes y espectadores, se identificarán las características principales de este evento en términos de turismo deportivo. Con base en los resultados obtenidos, se propondrán iniciativas para promover y aprovechar turísticamente este evento en la provincia.

Al igual que el Rally de Ourense, la concentración motera de *Pingüinos* en Valladolid es un evento de gran relevancia que atrae a un amplio público, tanto nacional como internacional. Esta concentración anual, que también cuenta con una larga historia, genera un impacto económico significativo en la región. Además de ser una celebración para los aficionados a las motocicletas, *Pingüinos* se ha convertido en un atractivo turístico importante para la ciudad y sus alrededores. La combinación de la pasión por las motos, la compañía y amistad entre los participantes y el ambiente festivo crea una experiencia única que atrae

a miles de personas cada año. De manera similar al Rally de Ourense, *Pingüinos* puede considerarse como un evento que fusiona deporte y turismo, ofreciendo oportunidades para el desarrollo económico y la promoción de la región.

Los eventos deportivos han evolucionado de ser un fenómeno sociocultural que considerar como un bien cuya producción, consumo, financiación y gestión se rigen por criterios de racionalidad económica. En la actualidad, el deporte influye en una amplia gama de áreas de actividad, incluyendo la educación, la salud, el ocio y el turismo, lo que refuerza su conexión con su dimensión económica.

Desde una perspectiva económica, el deporte según Monroi(2008), se puede clasificar como un producto con características de bien de consumo para participantes y espectadores, bien intermedio para fabricantes de productos relacionados con el deporte, bien público debido a su contribución a la regeneración urbana, el desarrollo de la igualdad entre ciudadanos, la solidaridad y la salud, y bien privado debido a los costos para participantes y espectadores, así como la inversión y promoción de empresas y organizaciones privadas.

El desarrollo económico asociado al deporte, impulsado por la actividad de equipos y deportistas, el gasto de espectadores y participantes, las inversiones de promotores y patrocinadores, la generación de productos complementarios y la celebración de eventos deportivos, ha dado lugar al surgimiento de una industria propia conocida como la industria del deporte.

En España, los eventos deportivos relacionados con el mundo del motor, como las carreras de MotoGP en Jerez de la Frontera y la Comunidad Valenciana, así como el campeonato mundial de Fórmula 1 en Montmeló, tienen una arraigada tradición. A partir de estas competiciones, se desarrollan acciones de comunicación y publicidad que buscan transmitir valores y crear una imagen asociada a las marcas que participan en el patrocinio de estos eventos. La selección cuidadosa de elementos visuales y textuales se convierte en un mensaje que los consumidores interpretarán al observar gráficos, iconos, vídeos y actividades relacionadas con los eventos deportivos. La gestión integral de la planificación y comunicación del evento es crucial para determinar la percepción que se tenga de él.

La capacidad de una organización para comunicarse efectivamente y atraer visitantes a un lugar específico ha sido discutida por Rodríguez (2011) investigación realizada destaca la importancia de la planificación estratégica en la comunicación como herramienta promocional de un evento, lo que influye directamente en su proyección y en la consecución de objetivos en términos de asistencia y participación.

Por otro lado, estudios han demostrado que los eventos deportivos de prestigio tienen un impacto significativo en la economía de una comunidad, generando beneficios más

allá de la ocupación hotelera. Por ejemplo, el Gran Premio de Motociclismo en Jerez de la Frontera ha aumentado el gasto medio del visitante, según el análisis de Fernández. Asimismo, los estudios de Martí (2012) muestran la influencia positiva de eventos como el MotoGP de Valencia en la economía local.

La cobertura mediática de un evento deportivo incrementa el flujo de turistas hacia la ciudad anfitriona, lo que, además de impulsar el crecimiento económico, representa una oportunidad ideal para destacar su riqueza cultural y patrimonial. Mediante políticas adecuadas de promoción, como la diversificación de la oferta y la provisión de actividades complementarias de alta calidad, se puede atraer a visitantes por períodos más prolongados, alentando así la posibilidad de futuras visitas. Este fenómeno repercute favorablemente en las proyecciones de ingresos y en el aumento del turismo en la ciudad. Además, uno de los efectos económicos más destacados de estos eventos es la generación de empleo, lo que constituye una de sus principales contribuciones a la economía local y regional (Estévez, Ruiz, González, & Manrique, 2013).

El deporte es un sector de actividad cuya importancia puede evaluarse desde diversas perspectivas, siendo una de las más destacadas la económica. Sin embargo, el deporte también desempeña funciones significativas en ámbitos sociales, culturales y relacionales. La práctica deportiva no solo contribuye al mantenimiento y mejora de la salud de la población, sino que también sirve como fuente de entretenimiento y dedicación del tiempo libre. Este conjunto de aspectos genera un gran interés tanto entre los individuos como entre las empresas y entidades deportivas. (Bosch, Murillo, & Raya, 2019)

3. Contexto Geográfico y Social de Valladolid

3.1 Situación geográfica e histórica de Valladolid

Valladolid es una ciudad situada en el noroeste de España, en la comunidad autónoma de Castilla y León. Es la capital de la provincia de Valladolid y se encuentra a orillas del río Pisuerga. Con una población de aproximadamente 300,000 habitantes, aunque su historia se extiende hasta la época romana, no fue hasta la Edad Media que Valladolid comenzó a consolidarse como un núcleo de población, la fundación de la ciudad ocurre en el año 1074, e incluso fue capital de España durante 5 años. (Burgos, 1887)

Es una de las ciudades más importantes de la región. La ciudad de Valladolid tiene una rica historia y un patrimonio arquitectónico notable, se encuentra el centro histórico con

características medievales, y múltiples lugares emblemáticos como el Campo Grande, Plaza Mayor, la Catedral, múltiples calles “gremiales”, la iglesia de San Benito y San Pablo...

También es una ciudad conocida por su vida cultural y artística. La ciudad alberga varios museos, como el Museo Nacional de Escultura, que exhibe una importante colección de esculturas españolas, y el Museo de la Ciencia, que ofrece exposiciones sobre ciencia y tecnología, esta ciudad acoge anualmente Semana Internacional de Cine de Valladolid, y en este año 2024 incluso “Los premios Goya” en su Feria de Muestras.

Valladolid aprovecha su ubicación estratégica en el noroeste de España, convirtiéndose en un destacado centro de transporte y logística. La ciudad cuenta con una extensa red de carreteras y vías ferroviarias que la enlazan con otras importantes ciudades de España y Europa. Esta infraestructura facilita el comercio y el intercambio económico, promoviendo así el crecimiento y la prosperidad de Valladolid. La ciudad de Valladolid también es conocida por su gastronomía, aquí se desarrolla el Concurso Nacional de Pinchos y Tapas Ciudad de Valladolid, y también destacan de esta región sus vinos como el Ribera del Duero y el Rueda.

3.2 Características sociales y económicas

Como se ha mencionado anteriormente, la población de Valladolid ronda los 300.000 habitantes, y podemos encontrar gran diversidad de características sociales, hasta hace pocos años la población era muy homogénea y con poca tendencia a la emigración. Si bien en los últimos años ha habido un crecimiento demográfico importante debido a la inmigración con todo lo que conlleva de nuevas culturas y orígenes étnico-geográficos.

El perfil demográfico de Valladolid refleja una población mayoritariamente envejecida, con un 24,08 % de personas mayores de 64 años, lo que representa un aumento respecto al año anterior (23,58 %). En comparación, a nivel nacional, el porcentaje de personas mayores de 64 años es del 20,08 %. Además, se observa una escasa proporción de jóvenes, con solo un 13,48 % de la población menor de 16 años, en contraste con el 14,89 % a nivel nacional. La comunidad en su conjunto muestra un envejecimiento mayor, con un 26,22 % de la población mayor de 64 años y solo un 12,25 % menor de 16 años.

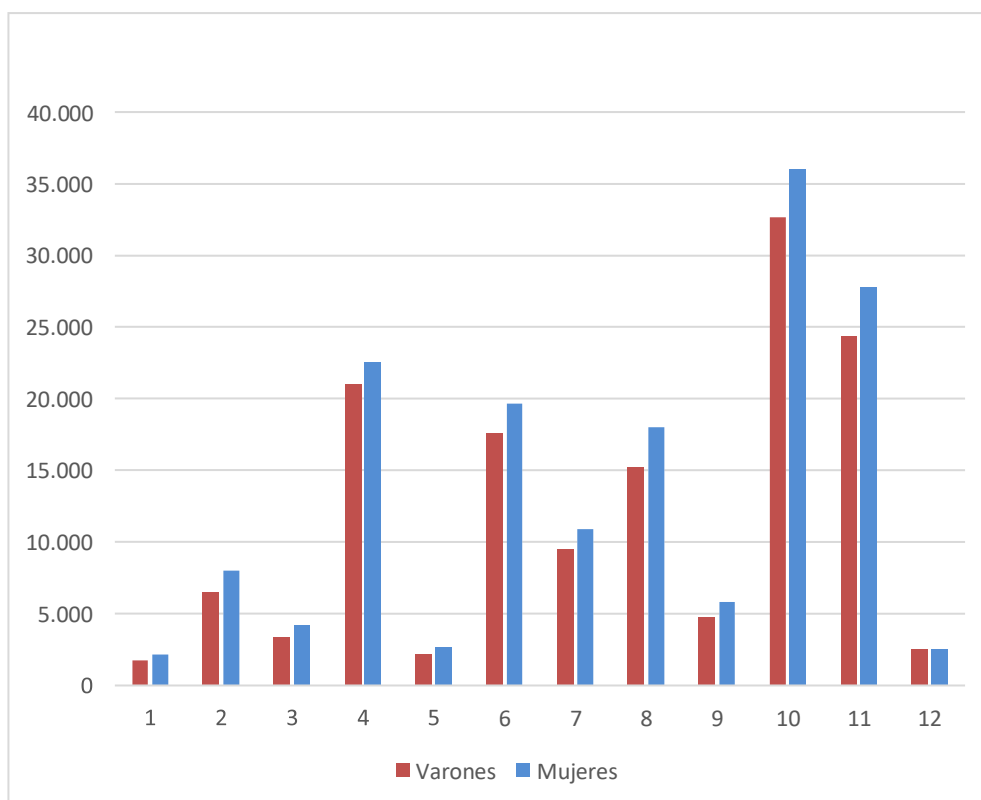
En los últimos diez años, Valladolid ha experimentado una disminución del 3,05 % en su población, lo que se atribuye en parte a una reducción en el número de residentes extranjeros.

A nivel regional, Castilla y León ha experimentado una disminución del 6,81 % en su población, mientras que a nivel nacional ha aumentado ligeramente un 0,44 %.

Castilla y León se posicionan como la segunda comunidad autónoma más envejecida de España. De las diecinueve provincias más envejecidas del país, nueve pertenecen a esta comunidad, ocupando Valladolid el decimoquinto lugar en este ranking. La proporción de personas mayores de 65 años por cada joven menor de 16 años es de nueve a cinco en Valladolid, mientras que a nivel nacional es de siete a uno. Según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística (INE), esta tendencia podría empeorar en la próxima década, con casi tres personas mayores por cada joven al finalizar la tercera década.

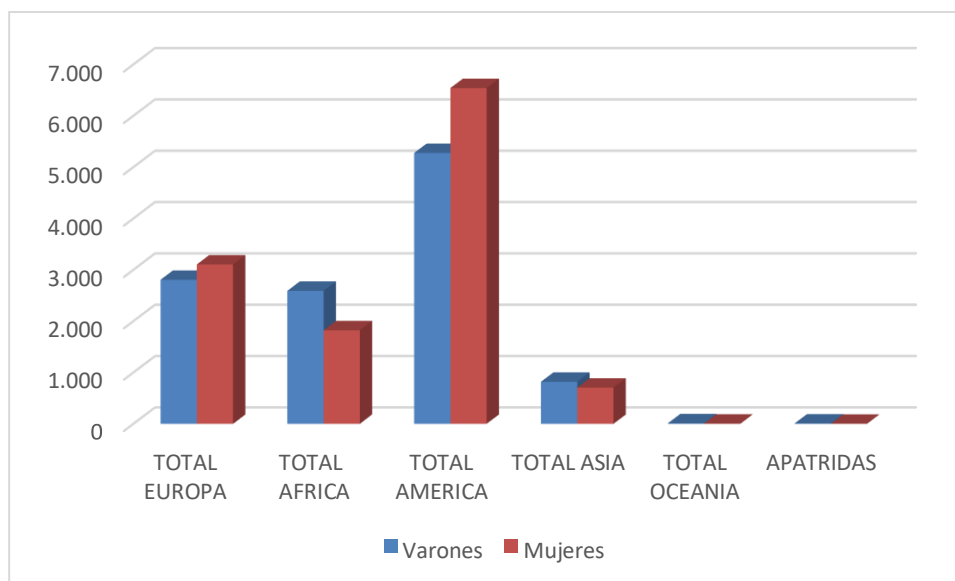
Con relación a estos datos, a continuación, se presentan algunas representaciones gráficas:

Gráfico 1- N.º de personas empadronadas por distritos según sexo



Fuente: Portal Web Ayuntamiento de Valladolid

Gráfico 2- N.º de personas de nacionalidad extranjera empadronadas



Fuente: Portal Web Ayuntamiento de Valladolid

La economía de Valladolid se encuentra ampliamente diversificada, con una variedad de sectores industriales y comerciales que contribuyen al crecimiento y desarrollo económico de la ciudad. Uno de los sectores más destacados es el sector automotriz, con la presencia de importantes fabricantes de automóviles y proveedores de la industria en la zona. Empresas como Renault, que tiene una planta de producción en Valladolid, generan una cantidad significativa de empleo y actividad económica en la ciudad.

Además del sector automotriz, Valladolid también alberga una gran industria alimentaria, con numerosas empresas dedicadas a la producción de alimentos y bebidas.

Otro sector importante en Valladolid es el sector tecnológico, con la presencia de empresas de software, tecnología de la información y servicios relacionados. Estas empresas, muchas de las cuales están ubicadas en el Parque Tecnológico de Boecillo.

Además de estos sectores, Valladolid también cuenta con una activa escena comercial y de servicios, con una variedad de tiendas, restaurantes, hoteles y otros negocios que atienden tanto a residentes como a turistas. La ciudad se beneficia de su ubicación estratégica en el noroeste de España, que la convierte en un importante centro de transporte y logística para la región. (Herrero, Valle, & García, 2011)

La siguiente tabla refleja el porcentaje económico que supone cada sector para la economía de Valladolid, el sector servicios representó el 65,88 % de la producción en Va-

Valladolid, lo que marcó una disminución con respecto al año anterior, al igual que en el conjunto del país, aunque en una proporción mayor (74,79 %). En términos absolutos, todos los sectores, excepto la agricultura, vieron reducida su contribución al valor final de la producción. Por otro lado, la industria tuvo una participación del 23,89 % en el Producto Interno Bruto (PIB) provincial, lo que supuso siete puntos porcentuales más que la media nacional. Entre los principales impulsores de este sector se encontraban la fabricación de vehículos y componentes, la industria del caucho y plástico, así como la agroalimentaria. En cuanto a la construcción, su peso en Valladolid fue ligeramente inferior al registrado a nivel nacional (Estatal, 2023).

Tabla 1-PIB y sector económico.

TABLA 1. PIB POR ÁMBITO GEOGRÁFICO Y SECTOR ECONÓMICO. DATOS ABSOLUTOS Y EN PORCENTAJE						
Sector económico	Datos absolutos (miles de €)			Porcentaje		
	Valladolid	Castilla y León	España	Valladolid	Castilla y León	España
Agricultura	539.926	2.955.358	32.099.000	4,42	5,91	3,15
Industria	2.921.798	9.930.576	163.195.000	23,89	19,85	16,00
Construcción	711.278	3.205.831	61.880.000	5,82	6,41	6,07
Servicios	8.056.188	33.929.117	762.891.000	65,88	67,83	74,79
Total	12.229.190	50.020.882	1.020.065.000	100,00	100,00	100,00

Fuente: SEPE

En este sentido, para explicar más en profundidad las características económicas de Valladolid, se analiza la diferencia de la renta neta media por persona en diversos lugares de la ciudad (con los últimos datos publicados por el INE, en el año 2021), se han escogido los cinco municipios con mayor y menor PIB para poder observar así, esa diferencia

47004 Alaejos 11.280 euros.

47010 Arroyo de la Encomienda 14.850 euros.

47023 Boecillo 16.003 euros.

47030 Campaspero 12.720 euros.

47101 Nava del Rey 10.334 euros.

47133 Renedo de Esgueva 13.606 euros.

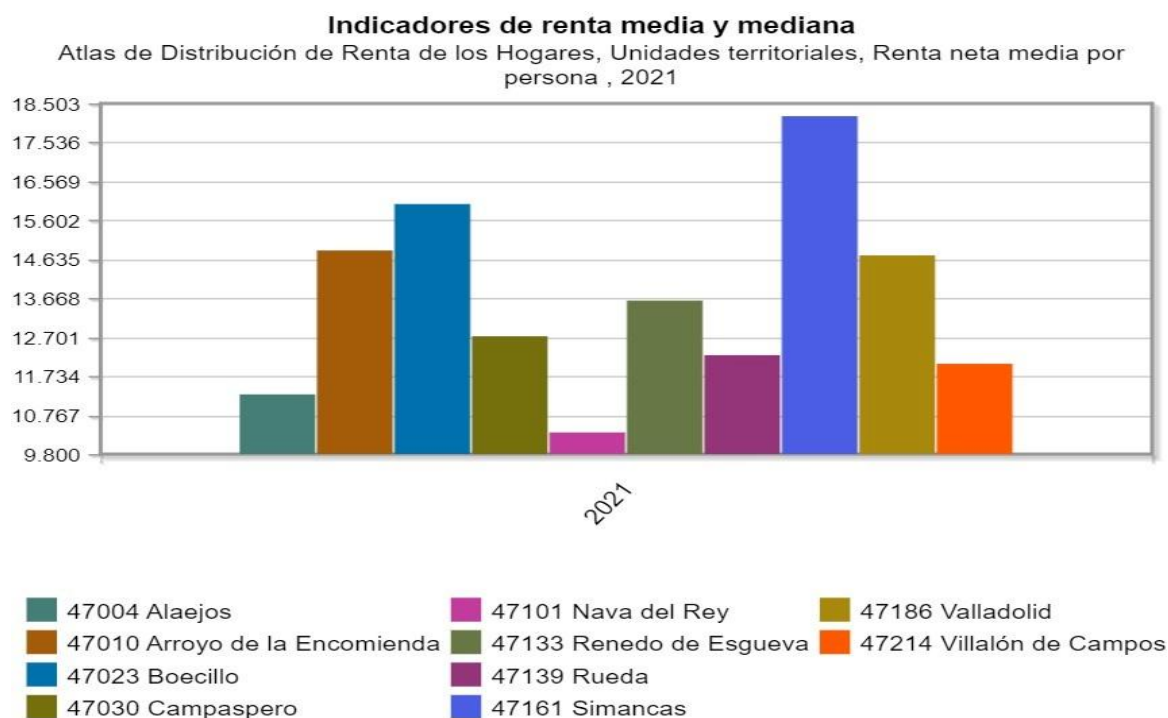
47139 Rueda 12.254 euros.

47161 Simancas 18.187

47186 Valladolid 14.729

47214 Villalón de Campos 12.038

Gráfico 3-Indicador renta media

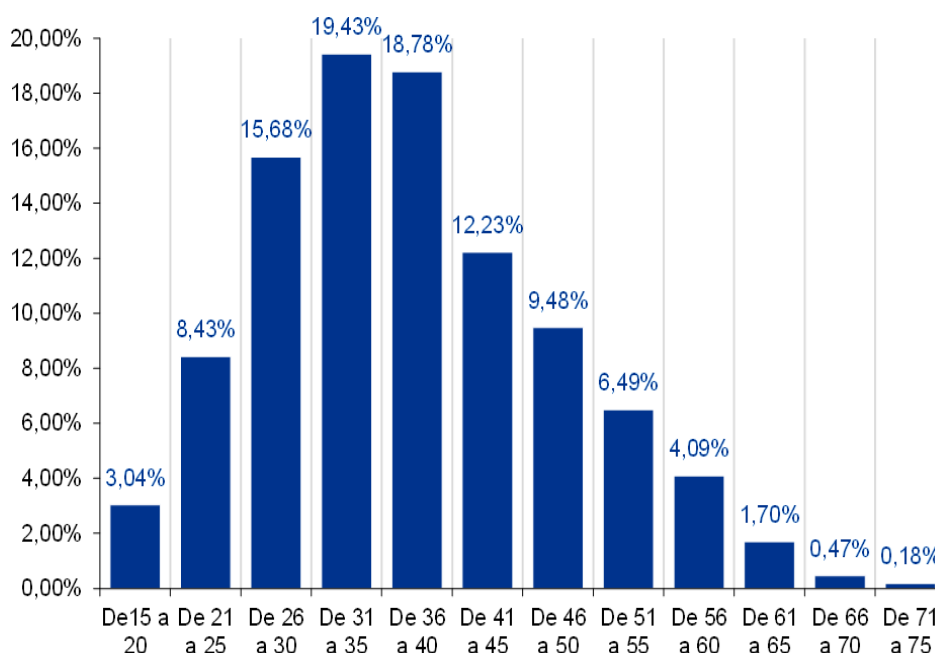


Fuente: INE

Del mismo modo que se han explicado las características socioeconómicas y culturales de la población de Valladolid, también se explican estas singularidades de los asistentes a *Pingüinos*

En este gráfico se observa, la distribución por quinquenios de los participantes en *Pingüinos* según su edad. Se puede observar una mayor afluencia del rango de edades comprendidos entre los 31 y los 40, seguido por un público más joven entorno los 21-25 años.

Gráfico 4-Distribución de edad de los participantes en Pingüinos

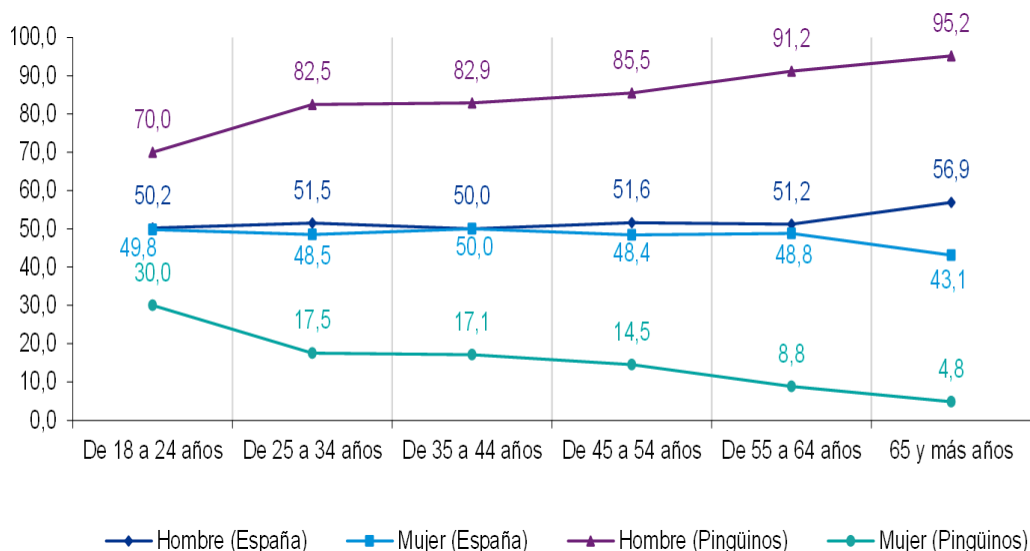


Fuente: Club Turismoto (2024)

El siguiente gráfico muestra que la asistencia de los hombres es generalmente más alta que la de las mujeres. Si nos enfocamos en los *Pingüinos*, vemos que la diferencia entre hombres y mujeres es bastante grande en los grupos más jóvenes y va disminuyendo con la edad. Por ejemplo, en el grupo de 18 a 24 años, casi la mitad de los hombres *Pingüinos* asisten, mientras que solo el 30% de las mujeres *Pingüinos* lo hacen.

A medida que aumenta la edad, la asistencia disminuye en todos los grupos, pero esta disminución es más pronunciada en los *Pingüinos*. En el grupo de edad de "65 y más años", la asistencia de los hombres *Pingüinos* es solo del 4.8%, mientras que la de las mujeres *Pingüinos* es prácticamente inexistente en el gráfico hombres mayores (95.2%) en comparación con las mujeres mayores (56.9%)

Gráfico 5 -Datos desagregados por sexo en comparación



Fuente: Club Turismoto (2024)

4. Pingüinos como Evento Motero

4.1 Origen y evolución de Pingüinos

Para la elaboración de este apartado se utiliza la siguiente fuente, (editorialmic, 2022).

Desde que en el año 1981 un grupo de apasionados de las motocicletas fundó el Club Turismoto, las concentraciones motoristas de invierno comenzaron en España. Cuarenta años después, tanto el club como la concentración continúan juntos, fortalecidos, mejorados y firmemente establecidos en el pinar de Valladolid. Aquellos jóvenes que se embarcaron en ese desafío han envejecido junto a los *Pingüinos* que año tras año llegan al frío enero en Valladolid.

En su primera edición invernal, en 1982, *Pingüinos* logró reunir a 320 motoristas en Herrera de Duero, junto al río. Esta vez fue en marzo, ya que no había tiempo para prepararla en enero, pero resultó ser la primera y última vez que se celebró en esa fecha. Las dos siguientes ediciones, en 1983 y 1984, continuaron en Herrera, pero ya en enero, el segundo fin de semana después de Reyes, fechas que quedaron establecidas para siempre. El número de participantes osciló alrededor de los 400, y la meteorología pasó de la

lluvia y el frío en la primera de las dos, a la helada permanente en 1984. Fue ese año cuando el Club organizó las concentraciones del Salón de la Bici-moto, en la Feria de Muestras de Valladolid, y el "Primer Encuentro Motorista de la Zona Noroeste" en Ponferrada, que atrajo a comunidades de Galicia, Asturias, Cantabria y Castilla y León.

En 1985, *Pingüinos* se trasladó por primera vez a Fuensaldaña, más cerca de Valladolid, donde permaneció tres años. Fueron ediciones difíciles, no solo por las condiciones meteorológicas, con temperaturas oscilando entre los 15 y los 4° C bajo cero, sino también porque se celebraron sin el resguardo de un pinar y lejos del Duero.

A pesar de ello, el número de participantes aumentó y llegó a los 752 motoristas en 1987.

En 1986, se inició la Campaña Humanitaria dirigida a los más necesitados, que ha evolucionado a lo largo de los años con diferentes ONGs, manteniendo siempre la misma intención de ayudar a quienes más lo necesitan. Esta iniciativa se ha convertido en una tradición en cada edición de *Pingüinos*.

En 1988, la concentración cambió nuevamente y se estableció durante unos años en Tordesillas, regresando al abrigo de un pinar y cerca del Duero. Aquí se produjo un aumento significativo del número de asistentes, pasando de 1160 en el primer año a 12000 en el 2000, aunque las condiciones meteorológicas fueron particularmente duras en 1999 y 2000, con temporales de nieve que redujeron el número de inscritos.

Durante estas ediciones en Tordesillas, se incorporaron diversos eventos, actividades y días de duración que enriquecieron el programa de la concentración. En 1990, se estableció un récord Guinness de motos en línea. A partir de 1994, se organizó la "Vuelta Mototurística a Valladolid", que después se convirtió en "Ruta Turismoto por Castilla y León". En 1998, se crearon las distinciones "*Pingüinos* de Oro", tanto en el ámbito institucional como en el individual.

El cambio de siglo trajo consigo un nuevo cambio de ubicación para *Pingüinos*, instalándose en Boecillo en el 2001, coincidiendo con el 20 aniversario. Este cambio atrajo a un número cada vez mayor de inscritos, alcanzando los 27141 en 2007.

En 2008, la concentración se trasladó a Simancas, una sede más amplia que recibió a 29.712 inscritos. Aunque se presentaron problemas de acceso debido a la gran cantidad de vehículos, en el 2009 se encontró una nueva sede en el pinar de Puente Duero, en Valladolid. A partir de entonces, solo se permitió el acceso en moto, lo que añadió autenticidad a la experiencia. A pesar de las duras condiciones climáticas, con temperaturas entre 0 y -10° C y nevadas, se registró la participación de 18.314 motoristas en una de las ediciones más difíciles. Desde el año 2009 hasta el 2014, la concentración se mantuvo en el

pinar de Puente Duero, con un aumento constante en el número de inscritos, alcanzando los 27.456 en la última edición en esa ubicación. En el 2011, se celebró el 30 Aniversario con la declaración de Fiesta de Interés Turístico Regional, lo que reflejó el crecimiento y la importancia de la concentración.

En los años 2015 y 2016 no se celebró la concentración debido a la presión y denuncias de grupos ecologistas, pero en 2017 se retomó con renovadas fuerzas y una nueva ubicación en la Antigua Hípica Militar de Valladolid, y en los siguientes años 2019 y 2020 se siguen superando récords de asistencia con alrededor de 34.000 inscritos,

En el año 2021, no se realiza por la pandemia, pero el siguiente año 2022 llega una edición especial por el reencuentro y por cumplir el 40 aniversario de esta celebración, y una vez más se superó número de asistentes siendo 40.000.

En el año 2023, se supera la cifra de asistentes con 43.316 inscritos y consolida a *Pingüinos* como la mayor Concentración Invernal de Europa, y en el año actual hubo una bajada a 38.550 asistentes, cifras muy positivas.

4.2 Características y atractivos del evento

Según (Turismoto C. , 2024), la concentración incluye una variedad de actividades relacionadas con el mundo de la moto, como la Gran Fiesta de Nochevieja y Año Nuevo *Pingüinero*, el Desfile de Banderas desde la zona de acampada al centro de Valladolid, el desfile de antorchas en homenaje a los motoristas fallecidos en accidentes, la quema de la falla 37 aniversario en la zona de acampada, también incluye diversos espectáculos de Freestyle y Stunt, así como conciertos en el escenario de la zona de acampada de grupos como “Mago de Oz”, “Burdeos”, “Raela”...

Destacan especialmente la entrega de los premios *Pingüino* de Oro y de Honor, otorgados a pilotos y profesionales del mundo de la moto, y la Campaña Humanitaria, que brinda ayuda a los más necesitados o víctimas de tragedias, con motoristas que llevan alimentos, medicinas, ropa, etc., según la campaña de cada año.

Asimismo, una de las nuevas iniciativas que se incorporaron en la última edición y que se ha mantenido y expandido este año es la visita de una delegación del Club Turismoto a dos escuelas de la ciudad: el CEIP Antonio García Quintana y el Centro de Educación Especial Número 1.

La expansión de la presencia de *Pingüinos* se ha extendido a más localidades de la provincia. Además de las excursiones habituales a Esguevillas de Esgueva y la tradicional visita a Mojados, este año se ha agregado la exposición de fotografía, que se ha llevado a cabo en Aldeamayor de San Martín.

Otra novedad que genera mucho atractivo al público motero son las charlas informativas sobre seguridad que se han realizado en el "Box *Pingüinos*".

5. Impacto Económico en Valladolid

5.1 Análisis de la afluencia de participantes

En este punto con datos de (valladolid.es, 2024) examino el impacto económico generado por la concentración de *Pingüinos* en Valladolid, específicamente a través del gasto realizado en el municipio por parte de los visitantes provenientes de fuera. Excluiremos, por lo tanto, las contribuciones económicas de los participantes residentes en la capital, ya que su gasto no representaría ingresos adicionales para el municipio, dado que ya están reflejados en su Producto Interno Bruto (PIB). Me centrare en los gastos directos, es decir, el dinero que estos visitantes inyectan directamente en la economía local durante la concentración. Sin embargo, es importante tener en cuenta que, para evaluar el impacto total del evento en la ciudad, o su contribución al PIB municipal, es necesario considerar también los gastos indirectos e inducidos. Aunque estos últimos no son objeto de este informe, los resultados de la encuesta sobre el gasto realizado por los participantes externos ofrecen una visión aproximada de la repercusión económica que este evento tiene en la ciudad en su conjunto, así como en los sectores más vinculados al tipo de consumo efectuado por los participantes, tales como la hostelería, la restauración, las compras y el repostaje, en esta concentración se observa un impacto económico significativo en varios sectores clave. Según datos proporcionados por el Ayuntamiento de Valladolid, el evento atrae a más de 40,000 motoristas cada año, lo que genera un considerable flujo de ingresos para la ciudad. Se estima que el gasto total de los participantes durante el fin de semana del evento supera los 5 millones de euros, lo que evidencia la importancia económica de esta concentración para la región.

En relación con el análisis de los datos sobre el gasto durante la concentración de *Pingüinos*, hemos calculado el promedio de gasto por persona y por día, así como su distribución en diferentes áreas de gasto y la proporción del gasto total dentro y fuera del área de acampada. Además, al cruzar estos datos con otras variables del cuestionario, determinamos el nivel de gasto de los participantes en diversas situaciones.

El gasto medio por individuo se sitúa en 175,9 euros, con un gasto diario de 61,59 euros, el gasto total realizado por estos participantes durante el evento asciende aproxima-

damente a más de 5 millones de euros. Al restar los gastos en alojamiento fuera del municipio, que se estima en alrededor de 84.070 euros, el total del gasto en el municipio de Valladolid durante la concentración se estima en más de 5 millones de euros, representando los ingresos directos obtenidos por la ciudad gracias al evento.

Estos ingresos directos deben complementarse con los ingresos indirectos e inducidos para obtener una imagen completa del impacto económico real del evento en la ciudad. No obstante, el total de los gastos directos por sí solo demuestra que la concentración de *Pingüinos* tiene un gran impacto económico en Valladolid, y posiblemente también en los municipios cercanos.

En cuanto a los sectores comerciales más beneficiados, destaca el de bares y restaurantes, donde se gasta cerca del 40% del total, seguido por las gasolineras con un 16% y el sector de hostelería y alojamiento en general con un 14,7%. Otros subsectores comerciales diversos representan el 17,7% del total de gastos, mientras que el 12,5% restante corresponde a los ingresos obtenidos por la organización del evento, principalmente a través de las inscripciones que cubren los servicios proporcionados.

Un aspecto interesante es la proporción del gasto realizado dentro y fuera del área de acampada. Según los datos obtenidos, casi dos tercios del gasto total de los participantes externos se realizan dentro del recinto de la acampada, mientras que algo más de un tercio se gasta fuera de ella. Esto se traduce en aproximadamente 3,225,000 euros gastados dentro del área de acampada y 1,691,000 euros fuera de ella, sobre el total mencionado anteriormente de más de 5 millones de euros.

El análisis de las diversas posturas y niveles de influencia y participación de los implicados para la concentración *Pingüinos* 2024 se detalla a continuación:

Los registrados aspiran a una concentración animada, bien coordinada y a un precio apropiado, con prioridad en las actividades y rutas organizadas, mientras que los visitantes buscan accesos cómodos y áreas adecuadas para observar las motocicletas.

El Municipio y el Club Turismoto favorecen la realización y promoción del evento, con estrategias respectivas. Los ecologistas objetan la realización del evento en áreas que puedan afectar la flora y fauna, mientras que los medios de comunicación desean facilidades para entrevistas y contratos de publicidad. Los hoteleros y los residentes cercanos al recinto tienen opiniones mixtas, buscando la ocupación hotelera óptima y evitando molestias y ruidos. Otros servicios como los taxistas, equipos de limpieza, concesionarios y grupos de música también presentan inquietudes y demandas particulares que requieren una gestión adecuada para asegurar el éxito del evento.

El sector hotelero experimenta un aumento considerable en la ocupación durante el

fin de semana de *Pingüinos*. De acuerdo con estadísticas de la Asociación de Hoteles de Valladolid, la tasa de ocupación hotelera alcanza niveles cercanos al 90%, con muchos establecimientos agotando su capacidad días antes del evento.

Este incremento en la demanda de alojamiento se traduce en un considerable aumento en los ingresos del sector hotelero, así como en la creación de empleo temporal para cubrir las necesidades de atención al cliente durante la concentración.

Además del alojamiento, el sector de la restauración experimenta un impulso significativo durante el evento. Según cifras proporcionadas por la Cámara de Comercio de Valladolid, los bares, restaurantes y cafeterías de la ciudad registran un aumento promedio del 30% en sus ventas durante el fin de semana de *Pingüinos*. Este incremento en la demanda se traduce en una inyección adicional de ingresos para el sector de la hostelería y en la generación de empleo en áreas como la cocina y el servicio de atención al cliente.

Otros sectores económicos también se benefician de la concentración motera de *Pingüinos*. El comercio minorista experimenta un aumento en la demanda de productos relacionados con el mundo de las motos, como accesorios, prendas de vestir y recuerdos del evento. Asimismo, los servicios de transporte público y privado experimentan un aumento en la demanda, con un incremento en la utilización de autobuses, taxis y servicios de alquiler de vehículos durante el fin de semana del evento.

En la última edición de *Pingüinos* 2024, la afluencia de participantes no batió récord, es, sin embargo, una cifra considerable para analizar y sus alrededores, pero este análisis no solo incluye los gastos directos de los participantes en alojamiento, comida y entretenimiento, sino también el impacto indirecto en sectores como el turismo, la hostelería y el comercio local.

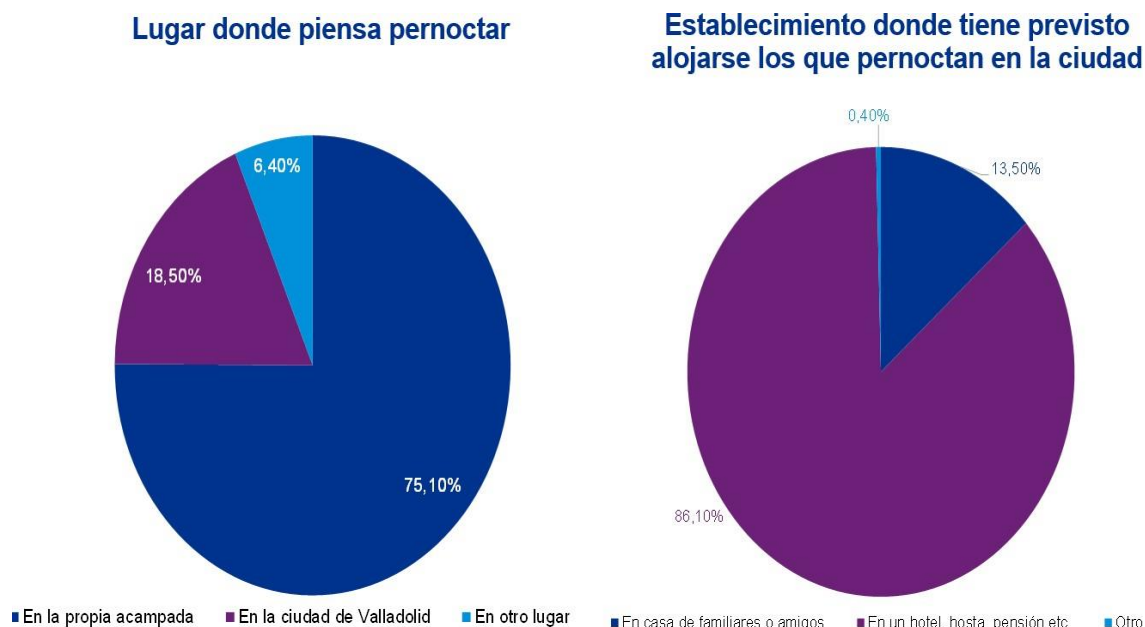
En este gráfico se analiza el índice de pernoctación de los asistentes que proceden de fuera de la ciudad de Valladolid; Turismoto realiza una encuesta de la que se desprende que un 92,30% se hospedan al menos 1 día, aunque lo más común es alojarse dos noches.

Gráfico 6-Número de noches que va a pernoctar

Fuente: Club Turismoto (2024)

Por otro lado, es importante conocer dónde van a pernoctar: la gran mayoría de los asistentes se alojan en el camping que ofrece la organización, un 75%, y el resto suelen acudir a hoteles de la ciudad, aunque encontrar alojamiento en la ciudad es complicado, ya que la gran mayoría de los hoteles están completos por la alta afluencia de moteros, por lo que algunos participantes también buscan casas de familiares o amigos.

Gráfico 7- Lugar de pernoctación



Fuente: Club Turismoto (2024)

El análisis detallado de la distribución porcentual del gasto total de los asistentes a la concentración *Pingüinos* arroja datos significativos sobre el impacto económico que este evento tiene en la ciudad de Valladolid. Según las cifras presentadas, el gasto total de los participantes asciende a un total de 5 millones de euros, lo que evidencia la magnitud de esta celebración para la economía local.

Dentro de esta distribución porcentual, se destacan varios aspectos relevantes. En primer lugar, el repostaje representa el 16% del gasto total. Este rubro comprende el dinero destinado al combustible utilizado tanto para llegar a Valladolid como para los desplazamientos durante la estancia en la ciudad, evidenciando así la importancia del transporte en la movilización de los asistentes.

Por otro lado, las compras durante la concentración representan el 17,7% del gasto total. Esta categoría incluye una variedad de productos, desde souvenirs y artículos relacionados con el evento hasta compras diversas realizadas durante la estancia en Valladolid, lo que resalta el impacto del turismo de compras en la economía local.

El alojamiento, con un 14,7% del gasto total, también juega un papel significativo

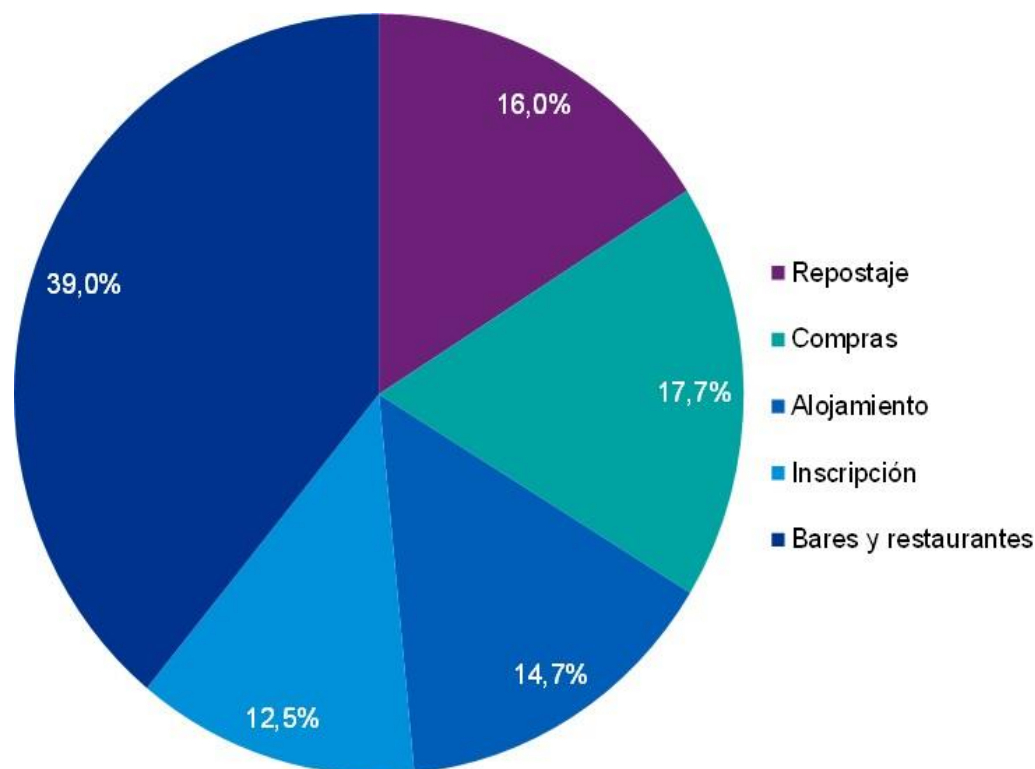
en la distribución del presupuesto de los participantes. Este rubro abarca los costos asociados con la estancia en la ciudad, incluyendo el alojamiento en hoteles, alquiler de apartamentos o camping, lo que refleja la diversidad de opciones disponibles para los asistentes.

La inscripción al evento, que representa el 12,5% del gasto total, evidencia el compromiso económico de los participantes con la concentración. Este porcentaje cubre los costos relacionados con la participación en actividades y eventos especiales organizados durante el evento, lo que demuestra la amplia oferta de entretenimiento proporcionada por los organizadores.

Finalmente, los bares y restaurantes se destacan como la categoría con mayor peso en la distribución del gasto total, representando el 39%. Este alto porcentaje refleja la importancia de la gastronomía y la socialización en la experiencia de los asistentes, así como el impacto positivo que tiene el sector de la hostelería en la economía local durante la celebración de *Pingüinos*.

En conjunto, estos datos revelan la relevancia económica y el impacto positivo que este evento tiene en la ciudad de Valladolid.

Gráfico 8-Distribución porcentual del gasto total



Fuente: Club Turismoto (2024)

El siguiente gráfico muestra el gasto medio por persona en función de diferentes categorías de pernoctación durante la concentración de motera *Pingüinos* en Valladolid. Aquí está la explicación detallada:

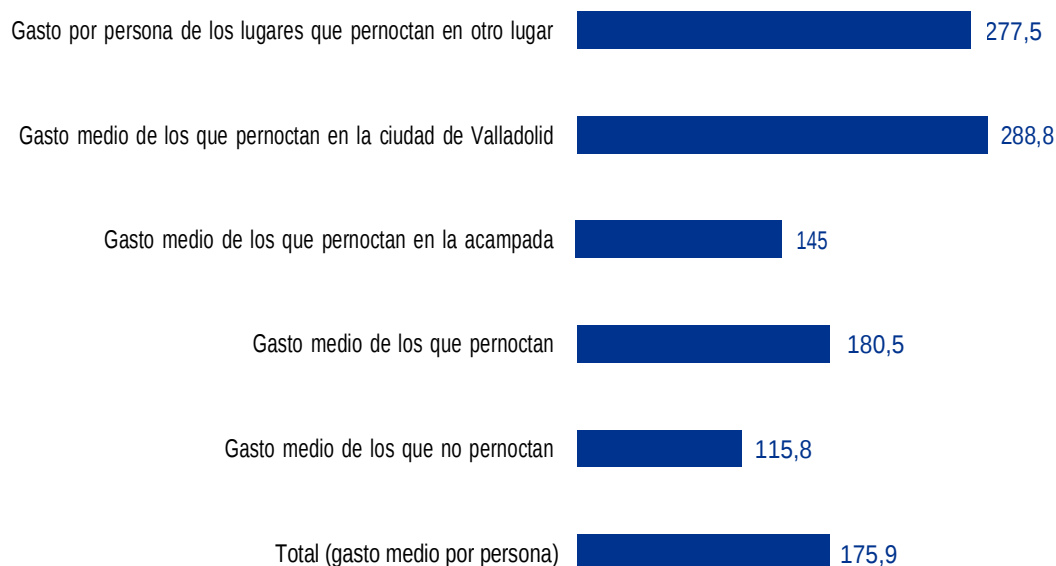
Basándome en los datos proporcionados, se observa que aquellos que eligen pernoctar fuera de Valladolid lo hacen principalmente con el objetivo de ahorrar en el gasto total durante su estadía, a pesar de que la diferencia monetaria entre pernoctar en la ciudad y en otros lugares es relativamente pequeña. Según las cifras, el gasto medio por persona de aquellos que optan por alojarse fuera de la ciudad es de 277,5 euros, mientras que aquellos que eligen quedarse en hoteles, hostales u otras opciones de alojamiento dentro de Valladolid tienen un gasto medio por persona de 288,8 euros. Aunque la

disparidad entre estas cifras no sea significativa en términos absolutos, para algunos participantes puede marcar la diferencia en términos de presupuesto y economía personal.

En relación con aquellos que eligen la opción de acampar durante la concentración, es posible calcular el ahorro al comparar su gasto medio por persona, que asciende a 145 euros, con el gasto medio de quienes se alojan en la ciudad, que es de 288,8 euros. Esta diferencia substancial evidencia un ahorro considerable para quienes optan por la alternativa de acampar.

Además de los costes asociados con el camping, que incluyen tarifas de campamento y equipamiento, el gasto medio cubre también alimentos, bebidas y otros gastos durante su estadía en el evento. Esta opción puede resultar particularmente atractiva para aquellos que buscan minimizar sus gastos y maximizar su experiencia participativa en la concentración.

Gráfico 9- Gasto medio total y diario por persona



Fuente: Club Turismoto (2024)

5.2 Beneficios para el comercio local

Esta concentración, genera un múltiple beneficio significativo en el comercio local. En este punto análisis detallado de los posibles beneficios para el comercio local, respaldado por (avadeco, 2024)

Algunos de los beneficios son: Aumento de ventas en establecimientos de hostelería y restauración: Durante el evento, se produce un aumento notable en la afluencia de visitantes a la ciudad. Esto conlleva a un incremento en la demanda de servicios de hostelería y restauración, como bares, restaurantes, cafeterías y otros establecimientos de comida. Según datos recopilados en eventos similares en años anteriores, se ha observado un aumento del 20% al 30% en las ventas de estos negocios durante el fin de semana de la concentración.

- Impulso en el sector hotelero y de alojamiento: La concentración motera atrae a miles de personas de diversas partes de España y del extranjero, lo que genera una demanda adicional de alojamiento en la ciudad. Los hoteles, hostales, pensiones y otras opciones de alojamiento suelen experimentar una ocupación cercana al 100% durante el evento. Datos de años anteriores muestran que la tarifa promedio por habitación puede aumentar hasta un 40% durante el fin de semana de *Pingüinos*.

- Incremento en las ventas minoristas y de recuerdos: Los comercios minoristas, tiendas de regalos y souvenirs también se benefician durante la concentración motera. Los visitantes buscan artículos relacionados con el evento, como camisetas, parches, accesorios de motocicletas y otros recuerdos. Se ha observado un aumento del 25% al 35% en las ventas minoristas durante el evento, según datos recopilados en años anteriores.
- Impacto positivo en el turismo local: La concentración de *Pingüinos* no solo atrae a aficionados a las motos, sino también a turistas interesados en presenciar el ambiente único del evento y disfrutar de las atracciones turísticas de Valladolid y sus alrededores. Los museos, monumentos y otras atracciones turísticas también pueden experimentar un aumento en la afluencia de visitantes durante el fin de semana de la concentración.
- Generación de empleo temporal: El aumento en la actividad económica durante la concentración motera puede llevar a una mayor contratación de personal temporal en el sector de hostelería, restauración, alojamiento y comercio minorista.

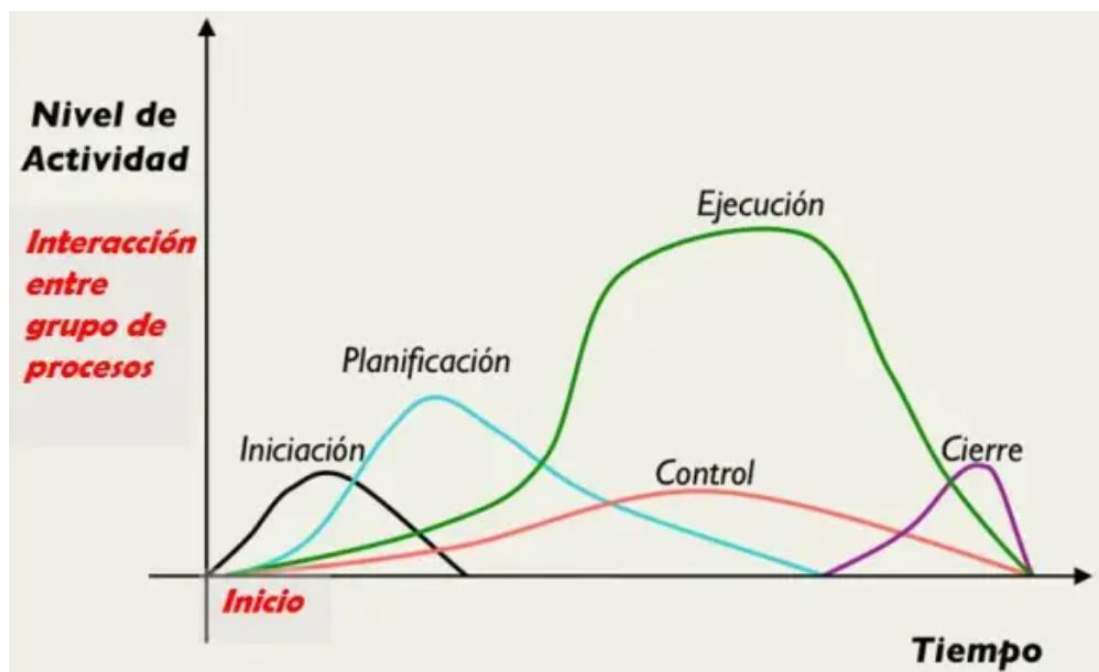
Esto proporciona oportunidades de empleo adicionales para residentes locales y contribuye al dinamismo económico de la ciudad durante el evento.

6. Gestión y Organización del Evento

6.1 Estructura organizativa de *Pingüinos*

La organización y gestión de un proyecto como *Pingüinos* requiere de un enfoque sólido y eficiente. Según Colmenares (2012:25) existen dos opciones principales para establecer un proyecto: el Project Management Institute (PMI) y la International Project Management Association (IPMA). IPMA se enfoca en desarrollar habilidades como liderazgo y profesionalismo para certificar la experiencia y competencias del director de proyectos, basándose en el International Competence Baseline (ICB) y su versión nacional (NCB). Por otro lado, el PMI se centra en procesos necesarios para lograr una finalización exitosa, basando su metodología en un documento guía que identifica buenas prácticas aplicables a cualquier proyecto. Para la creación del plan de proyecto, se utiliza La Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos del PMBOK (Project Management Body of Knowledge; o Cuerpo de Conocimiento de Gestión de Proyectos), ya que se enfoca en la planificación del proyecto en lugar de la selección de un director de proyecto experimentado. Esta guía describe 47 procesos relevantes para la gestión de proyectos.

Estos procesos se reflejan en el siguiente gráfico.

Gráfico 10-Interacción de un proyecto

Fuente: Formulaproyectosurbanospmipe (2012)

Para gestionar el proyecto, la selección de los procesos fundamentales, se consideran las características específicas de cada proyecto. Estas categorías están vinculadas a las 10 áreas de conocimiento del PMBOK; (De Santiago Bartolomé, 2017) la gestión del proyecto abarca diez áreas clave: alcance, tiempo, costo, calidad, recursos humanos, comunicaciones, riesgos, adquisiciones, interesados e integración. Cada una tiene su función específica, desde garantizar que el proyecto incluya todo el trabajo necesario hasta coordinar todos los procesos para lograr los objetivos del proyecto de manera eficiente.

En la fase inicial del proyecto se redacta el Acta de Constitución, la cual establece los cimientos y la autorización para iniciar. La Identificación de los Interesados es esencial para reconocer a todas las partes involucradas y anticipar su influencia. Posteriormente, en la Metodología de Procesos de Planificación, se abordan una serie de pasos que van desde la delimitación del alcance hasta la gestión de riesgos y adquisiciones. Dentro de estos procesos, se establece cómo se manejará el alcance, se definen las tareas y se estiman los recursos y tiempos necesarios. Además, se elabora un plan temporal para visualizar el orden y duración de las tareas. Al mismo tiempo, se planifica la gestión de costos, calidad, recursos humanos, comunicaciones, riesgos y adquisiciones, cada uno con su enfoque específico para asegurar el éxito del proyecto.

- Delimitación del Alcance:

En esta etapa, se define claramente qué actividades y servicios incluirá el evento *Pingüinos* y cuáles estarán excluidos. Esto implica identificar las principales características del evento, como desfiles, exhibiciones, conciertos y áreas de entretenimiento, así como cualquier servicio adicional, como servicios de comida, seguridad y atención médica.

- Gestión de Costes:

La gestión de costos implica estimar y controlar los gastos asociados con la organización y ejecución del evento. Esto incluye calcular los costos de alquiler de espacios, contratación de personal, suministros y materiales, promoción y publicidad, entre otros. Se deben establecer presupuestos para cada área y llevar un seguimiento continuo para garantizar que se mantengan dentro de los límites establecidos.

- Gestión de la Calidad:

La gestión de la calidad se enfoca en establecer estándares y criterios de calidad para todas las actividades y servicios ofrecidos durante el evento *Pingüinos*. Esto implica garantizar que se cumplan las expectativas de los participantes en términos de organización, instalaciones, entretenimiento y seguridad. Se pueden implementar procesos de control de calidad y realizar evaluaciones periódicas para asegurar que se mantenga un alto nivel de calidad en todas las áreas del evento.

- Gestión de Recursos Humanos:

En esta etapa, se define la estructura organizativa del equipo encargado de planificar y ejecutar el evento. Se asignan roles y responsabilidades específicas a cada miembro del equipo, y se establecen canales de comunicación y coordinación. Además, se pueden identificar las necesidades de contratación de personal adicional y desarrollar estrategias para reclutar y gestionar eficazmente al equipo durante el evento.

- Gestión de Comunicaciones:

La gestión de comunicaciones implica planificar cómo se compartirá la información relevante sobre el evento con todas las partes interesadas, incluyendo participantes, patrocinadores, proveedores y autoridades locales. Se establecen protocolos para la comunicación interna del equipo organizador, así como para la comunicación externa con los medios de comunicación y el público en general. Además, se pueden establecer canales de comunicación para gestionar consultas, quejas y feedback durante el evento.

- Gestión de Riesgos:

En esta etapa, se identifican los posibles riesgos que podrían afectar al éxito del evento *Pingüinos* y se desarrollan estrategias para mitigarlos o manejarlos si ocurren. Esto

implica realizar un análisis de riesgos para identificar las amenazas potenciales y evaluar su impacto y probabilidad de ocurrencia. Se establecen planes de contingencia para responder rápidamente a situaciones imprevistas y minimizar su impacto en el evento.

- Gestión de Adquisiciones:

La gestión de adquisiciones se refiere a la identificación, evaluación y adquisición de productos o servicios externos necesarios para apoyar el evento *Pingüinos*. Esto puede incluir la contratación de proveedores de servicios, como empresas de catering, empresas de alquiler de equipos, proveedores de seguridad y proveedores de servicios de transporte. Se establecen criterios de selección y se negocian

contratos para garantizar que se cumplan las necesidades del evento dentro de los plazos y presupuestos establecidos.

Según la información de Ayala(2024) Uno de los objetivos más importantes de este evento es garantizar la seguridad de todos los participantes, el correcto desarrollo del evento, se desplegarán más de 140 efectivos pertenecientes a la Agrupación de Tráfico de la Guardia Civil del Sector de Castilla y León, junto con personal del CGT y de la Jefatura Provincial de Tráfico, quienes llevarán a cabo una supervisión específica sobre comportamientos riesgosos al volante, conducción temeraria, excesos de velocidad, consumo de alcohol/drogas y documentación requerida.

Además de los controles terrestres, se implementará una vigilancia aérea a través del helicóptero Pegasus, que sobrevolará las diferentes vías que conducen al lugar del encuentro, así como mediante varios drones que transmitirán imágenes en tiempo real al Centro de Gestión de Tráfico de Valladolid. Con motivo de las actividades programadas durante la concentración, se procederá al cierre de la carretera CL-610 entre los puntos kilométricos 4 y 9,800, restringiendo el acceso únicamente a motocicletas, transporte público y vehículos autorizados, desde el viernes a las 15:00 horas hasta el domingo a las 14:00 horas.

Ante esta interrupción temporal del tráfico, se ha establecido itinerarios alternativos, y se recomienda precaución debido a las condiciones meteorológicas adversas previstas para la zona durante el fin de semana, destacando la presencia de nieblas, especialmente en las primeras horas del día, que podrían dificultar la conducción.

También se deben gestionar de forma correcta las distintas subdivisiones esenciales dentro del proyecto, concebidos para estructurarlo de forma clara y comprensible, así como para delimitar su alcance de manera precisa. La dirección del proyecto abarca la gestión integral y el control de todas las actividades inherentes al proyecto en su totalidad.

El paquete relativo al recinto engloba todas las acciones necesarias para acondicionar el lugar donde se llevará a cabo la concentración, con especial atención en la capacidad de las instalaciones, solicitando al ayuntamiento las adecuaciones necesarias para garantizar su idoneidad.

Los permisos recopilan todas las autorizaciones indispensables para llevar a cabo el evento dentro del marco legal establecido. La exhibición comprende la organización de dos espectáculos programados en la ciudad de Valladolid durante los días del evento, uno de acrobacias en el aparcamiento del centro comercial Vallsur y otro de estilo libre en la Acera Recoletos. El escenario es el epicentro de los conciertos, espectáculos de striptease, entrega de premios y trofeos, así como de las instrucciones previas a cada ruta o desfile, ubicado dentro del recinto de la hípica. Las carpas, distribuidas por todo el recinto, se adjudicarán mediante concesiones a hosteleros interesados, facilitando un espacio adecuado para servicios de restauración y ocio. El manejo de la pirotecnia estará a cargo de la gestión responsable de la instalación y quema de la falla, en cumplimiento de las normativas de seguridad correspondientes, junto con un espectáculo piromusical. Las inscripciones estarán disponibles en un stand ubicado en la entrada del recinto, otorgando a los inscritos accesos al paquete de bienvenida, antorchas para el desfile, sorteos, desayunos y cenas. Se llevarán a cabo dos rutas por la ciudad de Valladolid y sus alrededores como parte de la estrategia de promoción de la provincia. La cocina será el centro de preparación de los alimentos para los participantes, incluyendo los caldos típicos del evento, desayunos y la cena del sábado. Los desfiles se compondrán de tres eventos: uno en la mañana del sábado, otro en la noche del mismo día en homenaje a motoristas fallecidos, y uno más el domingo por la mañana, protagonizado por motos clásicas en el centro de Valladolid. Los camerinos estarán disponibles para los artistas, abastecidos con bebidas y alimentos antes y después de cada actuación, garantizando unas condiciones óptimas de higiene y confort. Los colaboradores serán esenciales para el éxito del evento, pudiendo realizar aportaciones económicas o de productos, con plazo límite hasta dos meses antes de la concentración. Los servicios públicos serán debidamente informados para que puedan coordinar sus operativos con antelación, incluyendo a Guardia Civil, Protección Civil, Bomberos y Cruz Roja. Las asociaciones tendrán la oportunidad de realizar campañas de concienciación durante el evento, con un espacio designado en el escenario y la posibilidad de realizar donativos en el stand de inscripciones para una causa benéfica. Los medios de comunicación dispondrán de una zona de prensa para entrevistas a los premiados y artistas, a cambio de publicidad del evento durante los meses previos. Finalmente, el cierre del proyecto abarcará todas las transacciones financieras que se efectuarán al término de la concentración motera.

6.2 Colaboración público-privada en la organización

Según De Santiago Bartolomé (2017) el plan de organización de la Concentración Motera *Pingüinos* su 42ª edición del 11 al 14 de dirigida por el Club Turismoto y con la cooperación del Ayuntamiento de Valladolid. La concentración se lleva a cabo en las instalaciones acondicionadas por el ayuntamiento de la antigua Hípica Militar de Valladolid.

Se lleva a cabo la obtención de todos los permisos requeridos y la contratación de los seguros necesarios para garantizar una cobertura adecuada de las responsabilidades inherentes a la realización del evento. Esto incluye la obtención de los siguientes permisos por parte de las autoridades correspondientes:

La Junta de Castilla y León será responsable de otorgar los permisos necesarios para las actividades planificadas dentro del paquete "Recinto".

El Ayuntamiento se encargará de otorgar los permisos necesarios para todas las actividades programadas durante los días de la Concentración, incluyendo conciertos, espectáculos de Strip Show, exhibiciones de Freestyle y Stunt, así como el desfile por las calles de Valladolid.

También se requerirán permisos específicos para la realización de actividades en la Acera Recoletos y el parking del centro comercial Vallsur.

Los permisos para la quema de artículos pirotécnicos durante el evento también serán gestionados.

Se solicitarán los permisos necesarios para obtener apoyo de los servicios públicos en materia de seguridad del evento.

Además, se procederá a la contratación de los seguros de responsabilidad civil necesarios para cubrir todas las actividades que lo requieran. Es fundamental que estos permisos y seguros se obtengan con la mayor celeridad posible para garantizar la continuidad del plan de proyecto.

Los recursos involucrados en este proceso incluyen voluntarios del Club Motero, quienes colaborarán en la gestión y obtención de los permisos necesarios. Como entregables, se esperan obtener los siguientes documentos:

- Permiso de Recinto.
- Permiso de Escenario.
- Permiso de Exhibiciones.

- Permiso de Pirotecnia.
- Permiso de Ruta y Desfiles.
- Permiso de Servicios Públicos.
- Póliza de seguros contratados

El ayuntamiento busca realizar una promoción de la ciudad de Valladolid y asigna un presupuesto adecuado para dicho fin. Se pone un énfasis especial en restablecer la relación entre *Pingüinos* y la ciudad de Valladolid, así como en organizar una ruta por los diferentes puntos importantes de la ciudad y algunos pueblos de la provincia, también según valladolid.es, (2024) colabora en múltiples tareas de vigilancia y control de todas las actividades que aparecen en el programa, con la ayuda de más de 500 policías municipales (cortes de carreteras, seguridad ciudadana, regular la circulación y organizar el estacionamiento para autobuses, con un enfoque especial en las instalaciones de la antigua Hípica Militar, y además para este evento se cuenta con el Servicio de Atención a Víctimas de Violencia Doméstica.)

Junto a la policía local, según, Ministerio de política territorial y memoria democrática, (2024) este evento contara con veinticuatro funcionarios de la Administración General del Estado, que incluyen a profesionales de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, la Dirección General de Tráfico, AEMET y otros miembros de la AGE, colaborarán para garantizar la seguridad y la fluidez del tráfico durante la concentración *Pingüinos 2024*.

El dispositivo estará activo desde el jueves 11 de enero hasta el domingo 14, abarcando las cuatro jornadas del evento y el retorno de los visitantes. Un total de 164 agentes de la Guardia Civil, de especialidades como Tráfico, Seguridad Ciudadana y SEPRONA, estarán presentes para asegurar la seguridad. Se realizarán controles de alcohol, drogas y velocidad, así como supervisión del medio ambiente por parte de SEPRONA para mantener la zona de acampada en buenas condiciones. También se empleará un dron de la unidad EVAT -Jefatura Tráfico y Guardia Civil- para reforzar la vigilancia.

La Policía Nacional destinará 120 efectivos, provenientes de diversas unidades, para brindar apoyo durante todo el evento, especialmente en los actos más concurridos como el recorrido por Recoletos o el desfile de antorchas. Se implementarán dispositivos especiales con la presencia de unidades especializadas para cubrir tanto el recorrido de las motos como los puntos de encuentro.

Además, se llevarán a cabo controles diarios a cargo de servicios de guías caninos, subsuelo y TEDAX. La Dirección General de Tráfico sumará 40 efectivos de la Jefatura provincial de Tráfico, personal en sala, patrullas de helicópteros y equipo de mantenimiento

de tecnologías inteligentes aplicadas al transporte.

Por último y a cargo del Ayuntamiento, servicio de basuras de Valladolid se encargará de la limpieza de los alrededores del recinto, así como de la recolección de los desechos generados durante las rutas y desfiles, y también se encargan de los sanitarios públicos, servicio de agua y energía.

Esta colaboración se manifiesta de diversas formas, aprovechando las fortalezas y recursos de ambas partes para garantizar el éxito y la sostenibilidad de la concentración.

- **Financiamiento conjunto:** La colaboración público-privada se refleja en el financiamiento conjunto del evento. Por un lado, las autoridades locales, como el Ayuntamiento de Valladolid y otras entidades gubernamentales, proporcionan recursos financieros para apoyar la infraestructura básica del evento, como la seguridad, la limpieza pública y el mantenimiento de las instalaciones. Por otro lado, empresas privadas, tanto del sector de la motocicleta como de otros sectores relacionados, participan como patrocinadores, aportando fondos monetarios a cambio de visibilidad y promoción asociadas al evento.

- **Colaboración en la logística y la organización:** Tanto el sector público como el sector privado colaboran en la planificación y ejecución de la logística del evento. Las autoridades locales coordinan los permisos necesarios, la gestión del tráfico y la seguridad pública, mientras que las empresas privadas pueden contribuir con servicios de transporte, alojamiento, alimentación y entretenimiento para los asistentes. Además, la colaboración puede extenderse a la contratación de personal, la coordinación de voluntarios y la gestión de emergencias para garantizar que el evento se desarrolle de manera segura y eficiente.

- **Promoción y marketing conjunto:** La colaboración entre el sector público y el sector privado también se evidencia en la promoción y el marketing del evento. Las autoridades locales utilizan sus canales de comunicación y marketing para promover la concentración motera a nivel local, nacional e internacional, mientras que las empresas privadas aprovechan sus recursos de marketing para difundir el evento entre su base de clientes y seguidores. Esto puede incluir la colocación de anuncios en medios de comunicación, la participación en ferias y eventos relacionados, y la promoción en redes sociales y sitios web.

- **Responsabilidad social corporativa (RSC):** La colaboración público-privada en la concentración motera *Pingüinos* también puede involucrar iniciativas de responsabilidad social corporativa (RSC). Las empresas patrocinadoras pueden participar en proyectos de RSC relacionados con el evento, como la organización de actividades comunitarias, la promoción de la seguridad vial y la concienciación sobre temas ambientales. Estas iniciativas no solo benefician a la comunidad local, sino que también refuerzan la imagen

corporativa de las empresas y contribuyen al éxito y la reputación positiva del evento.

7. Marketing y Promoción de Pingüinos

7.1 Estrategias de promoción utilizadas

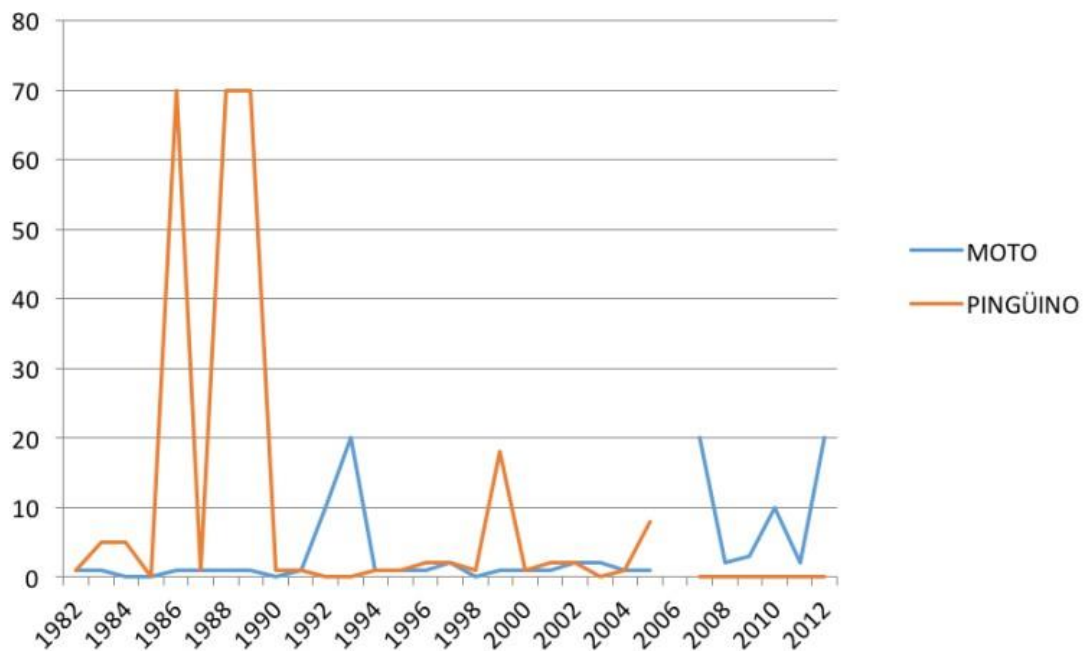
En este punto, resulta necesario remarcar que la marca *Pingüinos* opera como una entidad organizativa, y sus seguidores constituyen una amplia audiencia que se identifica con la comunidad, congregándose anualmente en un evento masivo en la ciudad de Valladolid.

Dentro de este contexto, conviene abordar la comunicación organizacional como el mecanismo fundamental que establece vínculos entre entidades y sus audiencias. Se encuentran diversas definiciones, teorías y enfoques en relación con esta rama de las relaciones públicas. Así, de acuerdo con Ramos Padilla (1991:29), la comunicación organizacional surge "entre uno o varios miembros de la organización con personas ajenas a ella", y en marketing esta estrategia la podemos denominar "bola de nieve"; *Pingüinos* comienza siendo un evento pequeño creado por un grupo de moteros y año tras año se hace más conocido y atrae a todo tipo de público. Como explica García (2014:2), *Pingüinos* se ha convertido en una entidad de marca propia, congregando a un conjunto de seguidores con intereses compartidos, que, desde los inicios, no suelen asistir solos al evento, sino que lo hacen en grupos, buscando la compartir y vivir esta experiencia en grupo.

Desde este punto de vista, se focaliza el análisis en el estudio promocional, como, por ejemplo, de la cartelería empleada por el colectivo *Pingüinos* a lo largo de tres décadas de existencia. Se parte de la premisa de que la elección de este medio de comunicación obedece tanto a una tradición arraigada como a su eficacia probada para conectar con los diversos públicos asociados al colectivo, así como para promover los eventos organizados por esta agrupación social. Aunque ocasionalmente se han explorado otras herramientas de comunicación, como páginas web o redes sociales en determinados años, la cartelería ha permanecido como la opción más arraigada y efectiva, consolidando los lazos entre la organización y su audiencia.

Se entiende que la cartelería inicial refleja los aspectos más racionales y objetivos de la identidad del colectivo, mientras que, con el transcurso del tiempo, se convierte en un vehículo para resaltar los elementos emocionales y simbólicos del grupo y sirve como reflejo de las vivencias y emociones del público objetivo del evento deportivo relacionado con el mundo del motor.

Gráfico 11-Evolución de la cartelería



Fuente: Relaciones públicas y organizaciones: el enfoque aplicado desde la cartelería del, 2017

Se destaca en el enfoque promocional la combinación de la imagen de una motocicleta con la presencia de pingüinos en los diseños gráficos. Se aprecia que la presencia de estos últimos es notablemente más prominente. De hecho, en los años 1986, 1988, 1989 y 1990, se pueden identificar hasta 70 pingüinos por cartel. Esto evidencia que el pingüino se ha convertido, desde los inicios del evento, en el símbolo distintivo del grupo social y de la principal actividad que lo define, la concentración motera realizada en la provincia de Valladolid. También se aprecia, como se puede observar en el gráfico, que, con el transcurso de los años, especialmente a partir del año 2000, la presencia del pingüino como símbolo icónico va disminuyendo en la cartelería, siendo reemplazado por fotografías de motoristas disfrutando del evento. Esta transformación se debe al creciente protagonismo del público que conforma *Pingüinos*, convirtiéndose en la imagen representativa del evento mototurístico. Por otro lado, se observa que la inclusión de imágenes de motocicletas en los carteles como elemento de atracción para los interesados en el evento es menos destacada. Su presencia es menos frecuente, aunque en imágenes de los años 1993, 2007 y 2012 llegan a aparecer hasta 20 motocicletas, generalmente acompañadas de aficionados y participantes del evento. Esta organización tiene también múltiples colaboradores, para expandirse y darse a conocer como FDML (Federación de motociclismo de Castilla y León),

bebidas energéticas como Monster Energy, el grupo VASA-Arroyo o incluso centros comerciales de la ciudad como Vallsur (Turismoto C., 2024).

Una de las estrategias de promoción, consiste en una amplia difusión a través de diversos medios de comunicación. Esto incluye la publicación de anuncios en revistas especializadas en motociclismo, la difusión de información en sitios web y foros moteros, así como la utilización activa de las redes sociales para llegar a un público más amplio y diverso. También realiza alianzas estratégicas con empresas del sector de la motocicleta y otros patrocinadores para aumentar su visibilidad y alcance. Estas alianzas suelen incluir la colocación de carteles promocionales en tiendas de motocicletas, la distribución de folletos informativos en eventos relacionados y la participación en ferias y exposiciones del sector. Otra estrategia efectiva es la organización de eventos previos al encuentro principal, como rutas moteras, concentraciones locales o fiestas temáticas, que ayudan a generar expectación y mantener el interés de los aficionados durante todo el año.

Además, la concentración motera de *Pingüinos* aprovecha el “boca a boca” y la recomendación entre los motociclistas para aumentar su reputación y atraer a nuevos participantes. La experiencia positiva de los asistentes en años anteriores se convierte en una herramienta de promoción invaluable, contribuyendo a consolidar la imagen y el prestigio del evento.

Se puede afirmar que la promoción de este evento es un éxito, debido a sus múltiples éxitos de participantes, logra un alto poder de convocatoria.

7.2 Evaluación de la efectividad de las estrategias

Según los datos aportados por (Turismoto C., 2024), la evaluación de la efectividad de las estrategias utilizadas en la concentración motera *Pingüinos* es:

La evaluación de la efectividad de las estrategias implementadas en el evento motero *Pingüinos*, es un proceso crucial para determinar el impacto y el éxito de las acciones llevadas a cabo para promover y organizar el evento. Esta evaluación se realiza mediante un análisis exhaustivo de diversos indicadores clave y resultados obtenidos durante y después de la realización del evento.

Para comenzar, es importante definir claramente los objetivos y metas establecidos para el evento. Estos pueden incluir aumentar la participación de los motociclistas, mejorar la experiencia de los asistentes, aumentar la visibilidad del evento a nivel nacional o internacional, y generar beneficios económicos para la ciudad de Valladolid y sus alrededores.

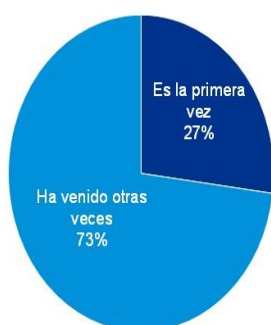
Una vez establecidos los objetivos, se procede a recopilar datos relevantes durante

todas las etapas del evento, incluyendo el número de asistentes, la participación en actividades programadas, la satisfacción de los participantes, el impacto en la economía local, la cobertura mediática y la respuesta en redes sociales, entre otros. Durante el evento, se pueden realizar encuestas a los participantes para recopilar comentarios y sugerencias sobre su experiencia, así como analizar las ventas y el consumo en los establecimientos locales, la ocupación hotelera y el flujo de visitantes en la ciudad. Una vez finalizado el evento, se lleva a cabo un análisis más detallado de los datos recopilados para evaluar el cumplimiento de los objetivos establecidos, comparando los resultados obtenidos con los indicadores de referencia e identificando áreas de éxito y oportunidades de mejora. Por ejemplo, en un gráfico facilitado por la organización, si el objetivo es aumentar la participación de los motociclistas, se evalúa si se logra un aumento en el número de inscripciones y asistentes en comparación con años anteriores.

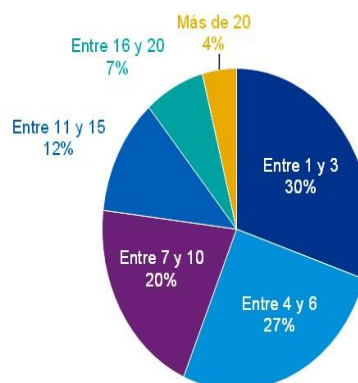
Gráfico 12- Índice de fidelización de Pingüinos



Nuevas asistencias



Asistentes que repiten



Fuente: Club Turismoto (2024)

Asimismo, si el objetivo es mejorar la experiencia de los asistentes, se analizan las opiniones y sugerencias recopiladas durante el evento para identificar áreas de satisfacción y áreas de mejora, “analizando en este caso, si existe algún motivo especial diferente de la propia concentración que le ha llevado a asistir a *Pingüinos*”.

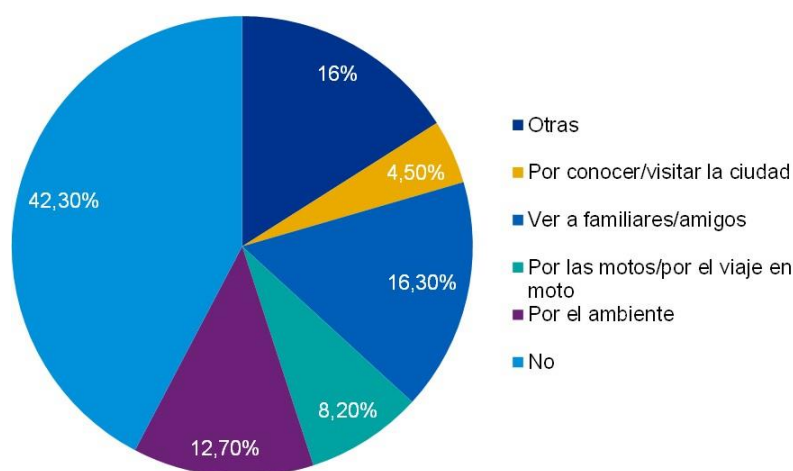
Esta concentración es un evento que atrae a una amplia variedad de espectadores, cada una con motivaciones y razones particulares para asistir. Para muchos, la experiencia

de participar en *Pingüinos* es una oportunidad para escapar de la rutina diaria. Estos asistentes pueden no tener razones específicas para asistir, pero buscan una experiencia única y emocionante que solo un evento como *Pingüinos*.

Otro grupo de asistentes puede tener motivaciones más específicas, como la oportunidad de conocer o visitar la ciudad de Valladolid. Para ellos *Pingüinos* no solo es un evento motero, sino también una oportunidad para explorar una nueva ciudad, disfrutar de su cultura, gastronomía y lugares de interés turístico. Estos asistentes pueden estar interesados en la combinación de la concentración motera con la oportunidad de conocer un destino nuevo.

Además, muchos asistentes acuden a *Pingüinos* con la intención de reunirse y pasar tiempo con familiares o amigos que también participan en el evento. La concentración motera ofrece un ambiente social único donde los motociclistas pueden compartir su pasión y disfrutar juntos de actividades y entretenimiento. Para estos participantes, *Pingüinos* es más que un evento, es una oportunidad para fortalecer lazos y crear recuerdos duraderos con sus seres queridos, la pasión por las motocicletas y el viaje en moto es otro factor importante que motiva a muchos asistentes a acudir a *Pingüinos*. Para estos entusiastas, la experiencia de conducir hasta el evento y compartir su pasión con otros motociclistas es una parte integral de la experiencia.

Gráfico 13-Razones de asistir a *Pingüinos*



Fuente: Club Turismoto (2024)

8. Percepción de los Participantes

8.1 Encuestas y entrevistas a los moteros

En este apartado se utilizará el estudio de carácter sociológico facilitado por (Turismoto C., 2024) que llevó a cabo a través de entrevistas y encuestas a los participantes desde su punto de vista de una manera personal y objetiva.

Se emplean encuestas y entrevistas para recopilar datos sobre la experiencia de los moteros en

Este estudio se basa en una encuesta de opinión realizada a una muestra de 1.719 participantes de la edición de *Pingüinos 2024*. La selección de los encuestados se lleva a cabo de manera aleatoria, tanto dentro del área de acampada como en los espacios de Vallsur y de la Acera de Recoletos, donde se realizan todos los años varias actividades durante la concentración. Dado que no se cuenta con información previa sobre la estructura demográfica de los participantes, no se establecen cuotas para definir la muestra. Con el objetivo de lograr una representación adecuada, se dividió el espacio de encuesta en zonas y se asignó un encuestador a cada una. Cada encuestador selecciona a cada quinta persona que se encuentra de frente en su área designada. Se realizan en este “experimento” un total de 1,719 encuestas válidas, lo que proporciona un margen de error estadístico máximo de $\pm 2.4\%$ para un nivel de confianza del 95.5%, incluso en las circunstancias más desfavorables ($p=q=50$).

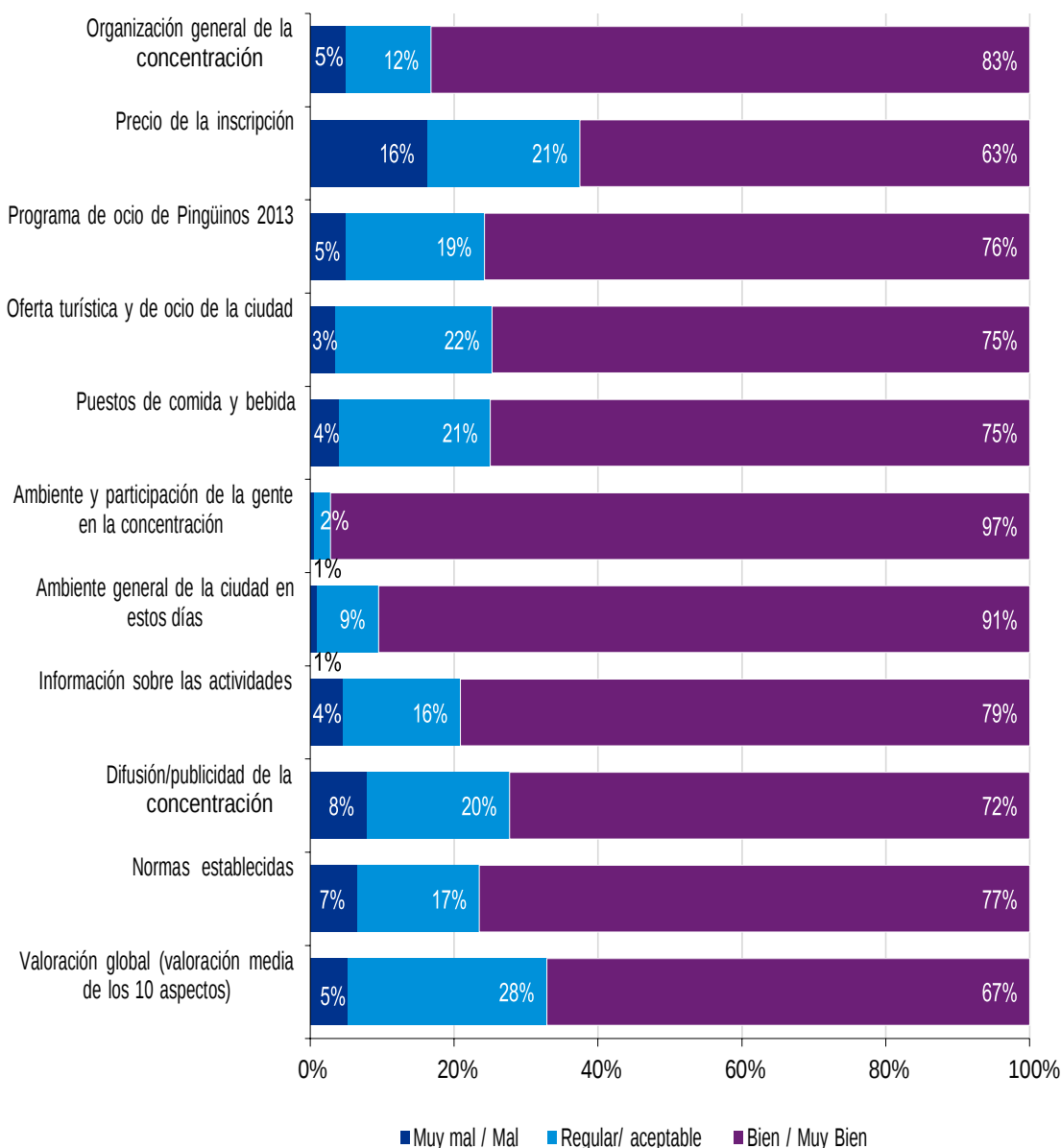
Objetivos de la Investigación: El objetivo es entender las motivaciones, expectativas y satisfacción de los moteros en el evento. Se busca identificar aspectos valorados y áreas de mejora, así como explorar el impacto del evento en el turismo local.

Temas Abordados: Se indaga sobre la experiencia general del evento, las actividades preferidas, la calidad de los servicios, la percepción de la organización y las sugerencias de mejora.

Resultados Preliminares: La mayoría de los moteros valoran positivamente la atmósfera festiva y la variedad de actividades. Se identificaron áreas de mejora en logística, infraestructura y calidad de servicios, con sugerencias como mejoras en señalización y gestión del tráfico.

Limitaciones: Es importante considerar posibles sesgos en los datos y la representatividad de la muestra al interpretar los resultados y formular recomendaciones para futuras ediciones del evento

Gráfico 14- Valoración de la concentración por parte de los participantes



Fuente: Club Turismoto (2024)

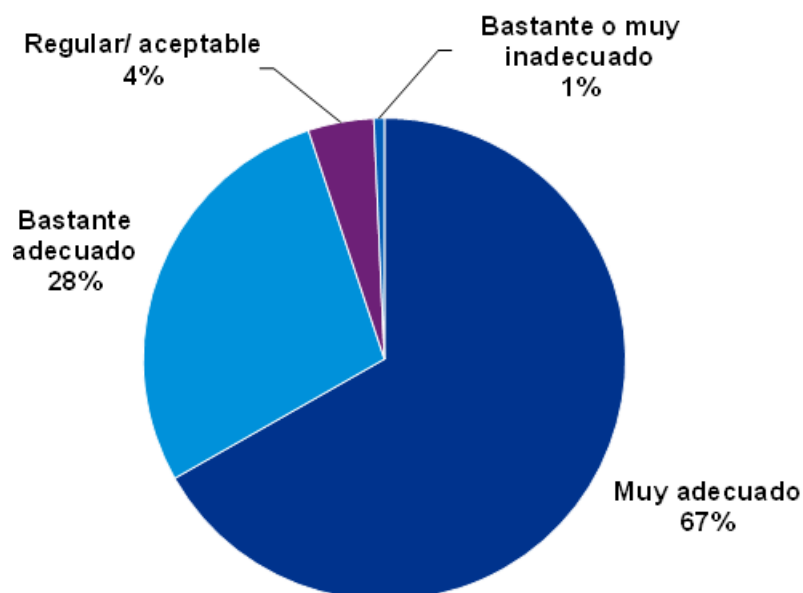
Para obtener una evaluación imparcial de *Pingüinos*, en lugar de pedir una visión global de la concentración, se solicitó a los participantes que calificaran individualmente varios aspectos que se consideraron esenciales para el evento. Cada encuestado calificó del 0 al 10 cada aspecto, y luego se calculó una valoración global para cada uno, denominada "valoración global". Los resultados revelan que el aspecto más destacado por los participantes es el ambiente en el recinto del pinar, con el 97% de los encuestados valorándolo positivamente, con una puntuación media de 9,2. El ambiente en la ciudad también recibe altas calificaciones, con el 90,5% de los participantes considerándolo bueno o muy

bueno, con una puntuación media de 8,8. Todos los otros aspectos también recibieron valoraciones positivas, con más del 70% de los participantes calificándolos como buenos o muy buenos. Aunque el precio recibió una calificación ligeramente más baja, con el 62,5% de los participantes considerándolo bueno o muy bueno, con una puntuación media de 6,9. En general, la concentración obtiene una calificación media de 7,4, con el 67% de los participantes valorándola como buena o muy buena. Estas opiniones positivas son consistentes en los diferentes grupos de participantes, lo que sugiere que la satisfacción con el evento es generalizada y no varía significativamente entre los distintos grupos analizados.

8.2 Opiniones y sugerencias para mejorar el evento

En este punto se analizan las respuestas de los encuestados sobre varios aspectos de *Pingüinos*, incluyendo múltiples gráficos para explicar las opiniones y sugerencias compartidas por los participantes de *Pingüinos*. Aquí, la idea es obtener comentarios y propuestas que los asistentes han ofrecido, con el objetivo de enriquecer aún más la experiencia de este evento motero año a año.

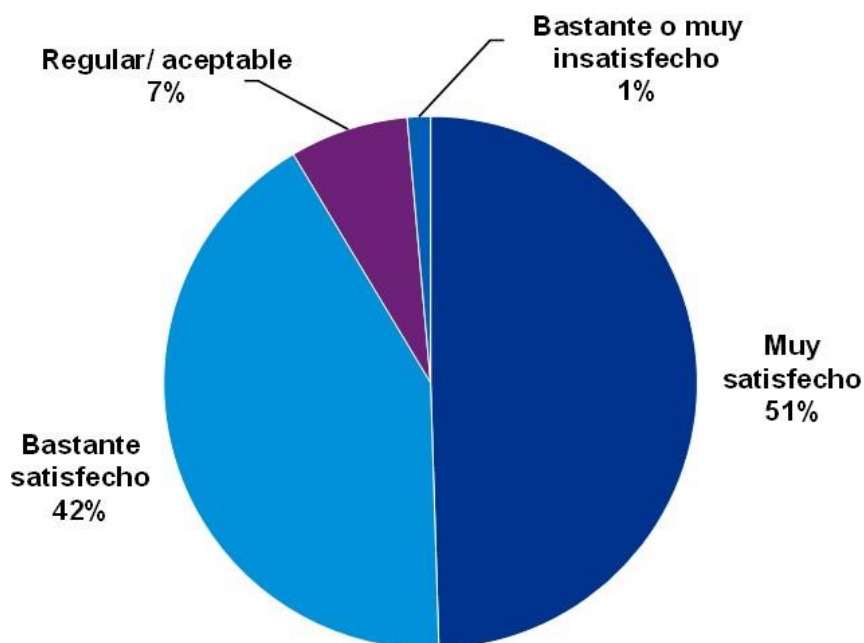
Desde el análisis detallado de la organización hasta las ideas para mejorar la dinámica y el contenido del evento, cada sugerencia representa una valiosa oportunidad para perfeccionar y evolucionar *Pingüinos*. A través de las voces de aquellos que lo viven en primera persona, se exploran las áreas de mejora potencial, identificando oportunidades para hacer de *Pingüinos* una experiencia más satisfactoria y completa, a continuación, me ayudare de diversos gráficos para explicar estas opiniones.

Gráfico 15-Valoración de la zona recreativa

Fuente: Club Turismoto (2024)

En la gráfica anterior se puede identificar que la zona recreativa cumplió con las expectativas y si logró satisfacer las necesidades de entretenimiento y recreación de los asistentes. Una valoración alta en este aspecto indicaría que la zona recreativa fue un punto destacado de la concentración, contribuyendo positivamente a la experiencia general de los participantes. Por otro lado, una valoración baja podría señalar posibles áreas de mejora en términos de infraestructura, actividades ofrecidas o gestión de la zona recreativa, muchos de los participantes puntúan negativamente su experiencia por exceso de ruido, y escasez o humedad en la leña.

Gráfico 16- Grado de satisfacción global con la concentración

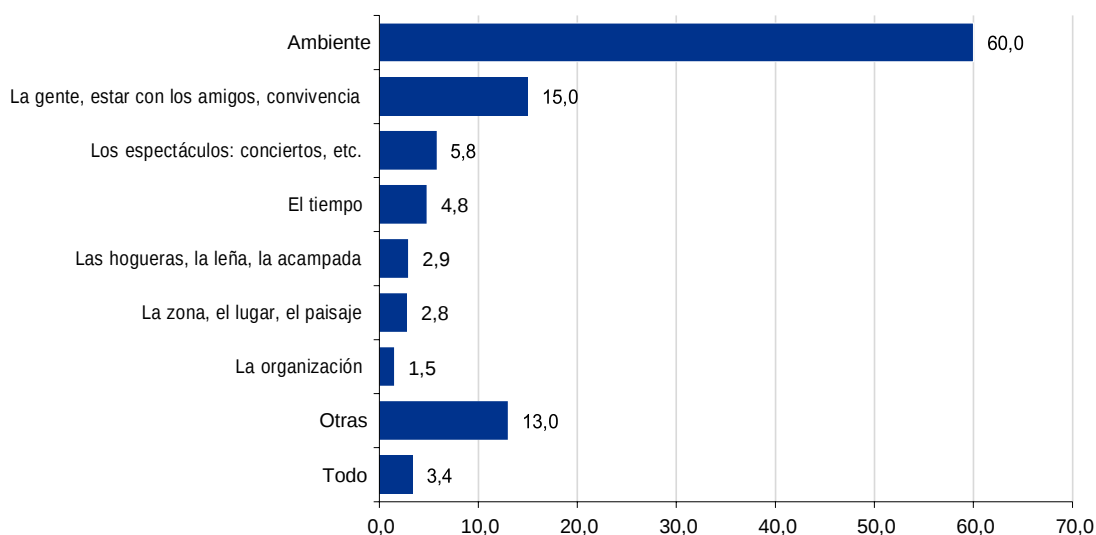


Fuente: Club Turismoto (2024)

Los participantes que se encuentran en la categoría de "muy satisfecho" experimentaron una concentración altamente positiva debido a varios factores, como una organización impecable del evento, una amplia variedad de actividades atractivas, un ambiente acogedor y festivo, una buena oferta gastronómica y de entretenimiento, así como una interacción positiva con otros asistentes. Estos participantes disfrutaron de una experiencia satisfactoria en todos los aspectos de la concentración, lo que los lleva a calificarla como excelente. Por otro lado, los participantes que se encuentran en la categoría de "regular/aceptable" pueden haber experimentado la concentración de manera neutral o identificado ciertas áreas de mejora. Aunque no están completamente insatisfechos, es posible que hayan encontrado aspectos de la concentración que podrían haber sido mejorados, como la organización, la variedad de actividades, la calidad de los servicios ofrecidos o la interacción social. Finalmente, los participantes que se encuentran en la categoría de "poco o nada satisfecho" tuvieron una experiencia negativa en la concentración, posiblemente

debido a problemas significativos en la organización, falta de actividades atractivas, servicios deficientes, un ambiente poco acogedor o cualquier otro factor que haya afectado negativamente su experiencia.

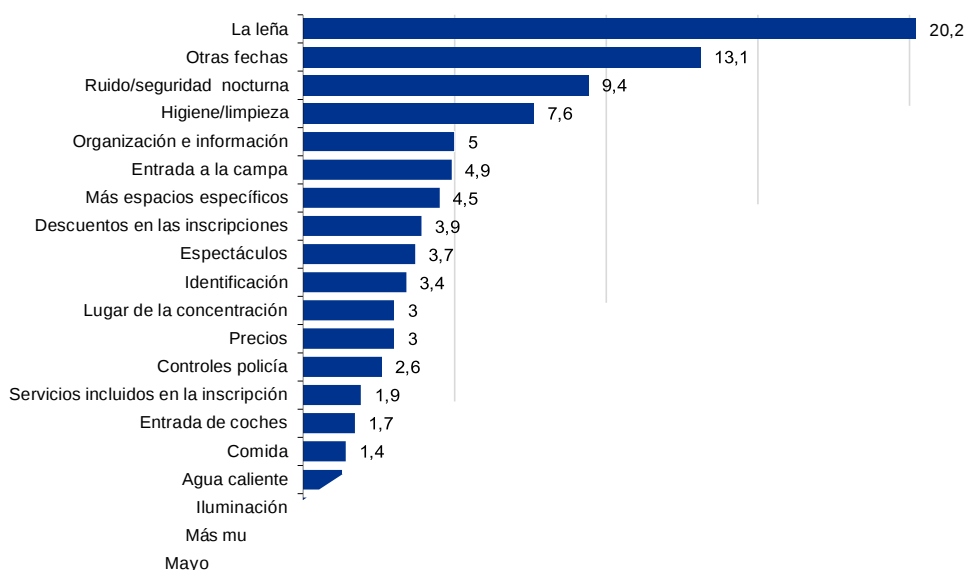
Gráfico 17-Aspectos mejor valorados de la concentración



Fuente: Club Turismoto (2024)

En línea con las evaluaciones presentadas en la figura 13, acerca de los diversos aspectos de *Pingüinos*, queda reflejado que lo que más gusta a los presentes es el ambiente, tal como se refleja en la figura 16. Si a aquellos que expresan de manera explícita su aprecio por el ambiente (60%) se les suma el 15% que menciona disfrutar de la compañía de amigos o la convivencia, componentes esenciales del ambiente, concluimos que para la gran mayoría (al menos el 75%) de los asistentes en el pinar, el principal atractivo de la concentración es precisamente el ambiente en el que se desarrolla. Esta percepción, como mínimo, se ve respaldada por aquellos que destacan la presencia de hogueras, un elemento fundamental para la atmósfera de la concentración, y el 3,4% que menciona disfrutar de todos los aspectos, así como aquellos que ofrecen respuestas diversas y difíciles de clasificar con claridad. La pregunta formulada a los encuestados sobre este tema fue abierta y dio lugar a respuestas espontáneas, lo que refleja fielmente la opinión de los participantes. Esta tendencia, como se observa en la figura 14, apenas varía entre los diversos grupos en los que se ha desglosado la información (según sexo, edad, nivel educativo, ocupación, lugar de procedencia, número de asistencias a la concentración, etc.), lo que confirma que el mayor atractivo de *Pingüinos* radica en su ambiente, que promueve una fuerte interacción y comunicación entre todos los presentes, provenientes de diversos lugares.

Gráfico 18-Aspectos a mejorar de la edición



Fuente: Club Turismoto (2024)

Los aspectos para mejorar en la siguiente concentración son un gran número de participantes expresan la necesidad de mejorar la logística del evento, se sugiere mejorar la señalización en las áreas de estacionamiento y camping, así como una gestión más eficiente del tráfico para evitar congestiones y facilitar el acceso al recinto. Asimismo, se destaca la importancia de una mayor coordinación entre los diferentes servicios y puntos de interés dentro del evento para garantizar una experiencia más fluida y satisfactoria para los asistentes.

En cuanto a la infraestructura, se reciben sugerencias para mejorar las instalaciones de acampada, como una mayor disponibilidad y calidad de la leña para las hogueras, así como una mejor iluminación en áreas clave para garantizar la seguridad y comodidad de los participantes durante la noche. Además, se señala la importancia de proporcionar acceso a agua caliente y mejorar la oferta gastronómica para satisfacer las necesidades alimenticias de los asistentes.

Otro aspecto destacado es la necesidad de ampliar la variedad de actividades y entretenimiento ofrecidos durante el evento. Los participantes expresan gran interés en una mayor diversidad de

espectáculos y atracciones, así como en la inclusión de actividades específicas para Pingüinos y su repercusión económica en Valladolid
Mondéjar Mata, Julio

diferentes grupos de interés, como familias o aficionados a ciertos estilos de motocicletas. Además, se sugiere una mayor promoción y visibilidad de estas actividades para asegurar su participación y disfrute por parte de los asistentes.

El público también tiene quejas sobre el horario de ventas de entradas, ya que días como el sábado hay colas excesivas debido a que la organización no vende entradas hasta las 20:00 horas, y muchos de los asistentes lo desconocen por lo que se generan quejas por este motivo.

9. Retos y Oportunidades

9.1 Desafíos organizacionales permanentes

Según Gerardo (2013) la organización de *Pingüinos* se enfrenta a múltiples desafíos significativos a lo largo de los años. Uno de los principales desafíos es la gestión logística para acomodar a un gran número de participantes. Esto implica asegurar un espacio adecuado para la acampada, así como gestionar el tráfico y el estacionamiento de motocicletas de manera eficiente y segura. La logística también abarca la provisión de servicios básicos como agua, baños y atención médica, asegurando que las necesidades de los asistentes estén cubiertas de manera adecuada. Otro desafío importante es la promoción y financiamiento del evento. Atraer a un público diverso y garantizar una participación requiere una estrategia de marketing sólida y recursos financieros adecuados. La organización busca patrocinadores, colaboradores y subvenciones para cubrir los costos asociados con la organización del evento, incluyendo la contratación de artistas, la seguridad, el alquiler de instalaciones y otros gastos operativos. Además, la coordinación con autoridades locales y otras partes interesadas es un desafío constante. La organización debe cumplir con regulaciones y normativas locales, coordinar con la policía y otros servicios de emergencia, y asegurar la colaboración de empresas locales y otros actores clave para garantizar el éxito del evento. En términos de relevancia y atracción del evento, la organización innova constantemente y se adapta a las necesidades cambiantes de los participantes. Esto implica ofrecer una variedad de actividades y entretenimiento para mantener el interés del público, así como estar al tanto de las tendencias y tecnologías emergentes en el mundo de las concentraciones moteras.

Uno de los desafíos más importantes para esta organización gracias a la información de Europapress (2024), es obtener la Declaración de Interés Turístico Nacional. Durante la última jornada inaugural, el alcalde de Valladolid, Jesús Julio Carnero, anunció el inicio del expediente para promover la declaración de Fiesta de Interés Turístico Nacional. Mientras tanto, la organización contempla la posibilidad de extender la duración del evento

hasta siete días en el futuro. Se trata, por tanto, de un paso significativo hacia el reconocimiento y la consolidación de *Pingüinos* como un evento de importancia nacional en el calendario turístico.

Aunque desde mi punto de vista, que este evento se alargue a 7 días tiene algunos puntos que pueden ser positivos como mayor estímulo e impacto económico para la ciudad, atraer a más cantidad de público y también puede fortalecer lazos o vínculos, pero pueden surgir ciertos inconvenientes como un mayor gasto de seguridad, suministros e infraestructura, un mayor impacto medioambiental (este motivo ya suspendió este evento), puede generar una gran fatiga tanto como para los participantes como para los residentes cercanos a este evento, y por último, con una mayor afluencia de personas y una duración más prolongada, existe el riesgo de congestión en las carreteras y áreas públicas, así como un aumento de los problemas de seguridad, como accidentes de tráfico

Los desafíos organizacionales permanentes que enfrenta la concentración motera *Pingüinos* los explicare con la información de (De Santiago Bartolomé, 2017).

- **Logística y coordinación:** Organizar un evento de esta magnitud requiere una planificación meticulosa y una coordinación eficiente entre diferentes entidades y organizaciones. Desde la gestión del espacio hasta la seguridad del evento y la logística de transporte, cada aspecto debe ser cuidadosamente coordinado para garantizar un desarrollo fluido y seguro.
- **Gestión de recursos humanos:** La concentración motera requiere la participación de un gran número de voluntarios y personal de apoyo para tareas como registro de participantes, control de acceso, atención médica de emergencia, entre otras. Gestionar y coordinar este equipo de manera efectiva es fundamental para el éxito del evento.
- **Seguridad y control de multitudes:** Con miles de asistentes reunidos en un espacio limitado, la seguridad es una preocupación primordial. Es necesario implementar medidas de seguridad adecuadas, como controles de acceso, presencia policial, atención médica de emergencia y protocolos de evacuación en caso de emergencia.
- **Gestión de residuos y sostenibilidad:** La concentración motera puede generar una gran cantidad de residuos, desde envases de alimentos y bebidas hasta desechos de vehículos. Es fundamental implementar sistemas efectivos de gestión de residuos y promover prácticas sostenibles entre los participantes para minimizar el impacto ambiental del evento.
- **Comunicación y promoción:** Garantizar una comunicación clara y efectiva con los participantes, voluntarios, patrocinadores y otras partes interesadas es crucial para

el éxito del evento. Esto incluye la promoción del evento, la difusión de información importante y la gestión de cualquier problema o consulta que pueda surgir antes o durante el evento.

- **Adaptación a cambios y desafíos emergentes:** La organización de eventos está sujeta a cambios inesperados y desafíos emergentes, como condiciones climáticas adversas, cambios en la normativa local o problemas de seguridad inesperados. Es importante que el equipo organizador esté preparado para adaptarse rápidamente a estas situaciones y tomar decisiones efectivas para garantizar la continuidad del evento de manera segura y exitosa

Otro de los desafíos fundamentales año tras año, se enfrenta al desafío de superar la cifra de participantes del año anterior. Este objetivo no solo implica atraer a nuevos asistentes, sino también mantener el interés y la participación de aquellos que ya han asistido en ediciones anteriores, por eso también es fundamental recopilar datos como en el anterior punto sobre opiniones o sugerencias de los participantes.

9.2 Oportunidades de crecimiento y expansión

Las oportunidades de crecimiento y expansión pueden surgir de diversas formas y situaciones. Algunas de las áreas donde puede presentarse estas oportunidades son:

-Diversificación de productos o servicios: Explorar la posibilidad de expandir la gama de productos o servicios ofrecidos para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado o llegar a nuevos segmentos de clientes, por ejemplo una tienda especializada en accesorios para motocicletas podría ampliar su oferta incluyendo accesorios personalizados, como asientos a medida, manillares especiales o kits de iluminación adaptados, para satisfacer las necesidades específicas y preferencias de los motociclistas.

-Innovación tecnológica: Aprovechar las nuevas tecnologías creando aplicaciones y dándose a conocer en esta concentración; por ejemplo, se puede crear una plataforma en línea donde los motociclistas puedan comprar, vender o intercambiar motocicletas usadas, proporcionando una alternativa segura y conveniente para adquirir nuevos modelos y facilitando la venta rápida y sencilla de motocicletas usadas.

-Alianzas estratégicas: Buscar colaboraciones con otras empresas o instituciones que puedan complementar las fortalezas y capacidades de la organización; otro ejemplo alianzas con empresas locales, hoteles, restaurantes y bodegas para ofrecer paquetes turísticos completos que incluyan alojamiento, comidas y visitas a lugares de interés en la región.

-Segmentación de mercado: Identificar segmentos de mercado específicos que no

estén siendo atendidos adecuadamente y desarrollar estrategias para llegar a ellos de manera efectiva, una propuesta factible consistiría en organizar una quedada de motocicletas clásicas organizando concentraciones temáticas centradas en modelos vintage o en marcas icónicas, atrayendo así a un público específico y promoviendo la interacción entre los aficionados.

-Desarrollo de talento humano: Invertir en el desarrollo y capacitación de empleados para mejorar sus habilidades y capacidades, lo que puede conducir a una mayor eficiencia operativa y a la generación de nuevas ideas y oportunidades, por ejemplo una formación avanzada para motociclistas: Una academia dedicada a la enseñanza de conducción de motocicletas podría diversificar sus servicios ofreciendo cursos avanzados tanto en carretera como en circuito, dirigidos a aquellos motociclistas que buscan mejorar sus habilidades y seguridad al conducir.

-Satisfacción del participante: Centrarse en la mejora continua de la experiencia del cliente y la construcción de relaciones sólidas con los participantes que ya han probado la experiencia; por ejemplo, realizar encuestas es muy importante para conocer el nivel de satisfacción y para conocer cuáles son las posibles mejoras del evento, en este año 2024 los participantes no están satisfechos como mencionamos anteriormente con la leña, las fechas y el ruido nocturno.

Para solucionar estas quejas de los participantes sobre la leña, las fechas y el ruido nocturno en la concentración, se pueden implementar varias soluciones. En primer lugar, se debe asegurar la adquisición de leña de buena calidad, seca y adecuada para su uso en las fogatas, además de contar con un área de almacenamiento que proteja la leña de la humedad. Asimismo, es importante planificar con anticipación y garantizar una cantidad suficiente de leña para todas las fogatas durante toda la duración del evento. También se puede evaluar la posibilidad de ajustar las fechas del evento para evitar períodos de clima desfavorable y, al mismo tiempo, establecer zonas designadas dentro del área del evento donde se permita un mayor nivel de ruido durante la noche, como áreas de camping más alejadas de las zonas de descanso. Además, se pueden implementar medidas para controlar el ruido, como horarios específicos para la música en vivo y la regulación del volumen de los sistemas de sonido.

-Promoción por redes sociales: Para un evento con gran afluencia de participantes es fundamental promocionarse en redes; por ejemplo, a través de pilotos de moto GP, influencers... Otra forma de lograr esta promoción es con la creación de una etiqueta, el público subirá imágenes y videos, y esto puede conseguir mayor interacción, likes, comentarios...

Y como novedades más innovadoras puedo destacar diferentes puntos como:

- Zona de niños: Incorporar una zona dedicada exclusivamente a los niños, con actividades y entretenimiento adaptados a su edad. Esto podría incluir áreas de juegos, talleres creativos, castillos inflables y espectáculos infantiles, lo que permitiría que las familias moteras disfruten del evento con sus hijos.
- Glamping: Ofrecer opciones de alojamiento como el glamping (camping de lujo), que ofrece comodidades adicionales y experiencias únicas a los participantes que buscan una estancia más exclusiva y confortable durante la concentración, pero con la experiencia de estar en la zona de acampada. Estos glampings podrían incluir tiendas de campaña equipadas con camas cómodas, baños privados, y electricidad.
- Zona VIP: Diseñar una zona VIP dentro del área de la concentración, que ofrezca servicios premium y exclusivos a los asistentes. Esta zona podría incluir acceso privilegiado a conciertos y eventos especiales, áreas de descanso, barra libre, estacionamiento privado... Ciertas ventajas para un público con más poder económico.
- Foodtrucks: Incorporar foodtrucks con la participación de restaurantes locales de Valladolid sería una excelente forma de destacar la gastronomía de la ciudad y ofrecer una amplia gama de opciones culinarias a los asistentes de la concentración motera de *Pingüinos*. Estos foodtrucks podrían situarse estratégicamente dentro del evento, ofreciendo platos auténticos de la zona, como el tradicional lechazo asado, diferentes tapas, embutidos, quesos locales y vinos de la zona como el Ribera del Duero.

Un punto muy importante para conseguir esta expansión es conseguir que *Pingüinos* sea declarado como Fiesta de Interés Turístico Nacional, el proyecto en desarrollo no implica extender los días de concentración y campamento (los cuales se mantienen de jueves a domingo), sino en proporcionar a los visitantes una variedad de experiencias complementarias que podrían incluir estancias en hoteles y visitas a bodegas o lugares históricos de la provincia durante los primeros días de la semana. El propósito es aumentar la duración de la estancia en Valladolid.

10. Conclusiones

En este apartado final se pretende realizar una visión general del trabajo realizado y destacar los puntos más relevantes extraídos:

En primer lugar, hay que destacar que, esta concentración que se realiza año tras año en la ciudad de Valladolid es la concentración más grande de Europa y la invernal más importante del mundo, actualmente con una media de 35000 asistentes.

En segundo lugar, uno de los puntos más llamativos es la suspensión de este evento en 2015 y 2016, debido a disputas legales con "Ecologistas en Acción", que objetó la celebración del evento en un área protegida. El Ayuntamiento propuso la antigua Hípica Militar como alternativa, pero Club Turismoto la rechazó. Para la convocatoria de *Pingüinos* 2016 se consideraron diferentes ubicaciones, pero también se canceló debido a problemas internos en el club y otros asuntos de índole jurídico.

En tercer lugar, se debe mencionar que este evento no es simplemente una reunión de motociclistas. Desde un punto de vista social, constituye un espacio donde se teje una red de relaciones entre personas que comparten una misma pasión: las motos. Aquí, la diversidad es uno de los puntos más importantes, desde jóvenes hasta veteranos experimentados, mujeres y hombres de distintas procedencias. Esta diversidad promueve un ambiente de inclusión y familia.

En cuarto lugar y uno de los más importantes de este trabajo, es destacar que en términos económicos la concentración de *Pingüinos* se convierte en un importante impulso para la ciudad de Valladolid y su entorno. Durante el evento, los hoteles alcanzan su máxima capacidad, los restaurantes y bares registran un aumento significativo en sus ventas, y los comercios locales se ven favorecidos por el incremento del flujo de clientes, prueba de ello son los más de 5 millones de euros de gasto total en la última edición que no se circunscribe al evento en sí, sino que tiene efectos positivos a largo plazo. El gasto medio por persona de 175,9 euros muestra que los participantes están dispuestos a gastar una cantidad considerable de dinero en la experiencia de la concentración. Esto puede ser indicativo tanto de la importancia que tiene el evento para los aficionados a las motocicletas, como del impacto económico positivo que tiene en la ciudad de Valladolid y sus alrededores. La inversión de los asistentes fomenta el crecimiento económico a nivel local, impulsando los ingresos de establecimientos hoteleros, restaurantes, tiendas y otras empresas locales, potencialmente generando una dinámica positiva en cuanto al empleo y la actividad económica en la región durante el transcurso del evento.

Y como último punto, la experiencia del participante en la concentración de *Pingüinos* es uno de los puntos que más hay que destacar, con la incorporación de nuevos destinos y rutas a través de salidas organizadas, así como la propuesta de alargar la duración de la concentración para poder disfrutar de la cultura de la ciudad, y la realización de múltiples encuestas a los participantes para conocer que errores se pueden corregir. Esta concentración la forman los participantes y poco a poco hay que ir innovando y mejorando esta experiencia.

Los medios digitales actuales y las redes sociales son parte del éxito para que *Pingüinos* se supere año a año, y un buen trato y experiencia del participante hace que esto sea posible. La promoción en redes sociales, aplicaciones móviles para facilitar la interacción entre participantes y el interés en tecnologías de seguridad en la conducción, son algunos de los avances integrados por la concentración en el ámbito tecnológico. Desde un punto de vista medioambiental, aunque el ruido y las emisiones de gases puedan generar preocupación, se fomenta el uso compartido de vehículos y la concienciación sobre la conducción responsable, lo que podría resultar en una reducción positiva de las emisiones de CO2 por persona. Políticamente, la coordinación y gestión de autoridades locales y regionales para garantizar la seguridad vial y minimizar las molestias para los residentes es pieza clave, y desde mi punto de vista esa colaboración público-privada debe hacerse más fuerte, para mejorar todavía más el evento.

11. BIBLIOGRAFIA

Antolinez de Burgos, J. (1887). Historia de Valladolid. Valladolid: Imp. y Librería Nacional y Extranjera de Hijos de Rodríguez.

Avadeco. (2024). Obtenido de <https://www.avadeco.es/2024/01/08/pinguinos-bienvenidos-al-comercio-de-valladolid/>

Ayala, S. (2024, 12 de enero). Motociclismo. Obtenido de https://www.motociclismo.es/noticias/pinguinos-2024-medidas-especiales-traffic-dgt_288332_102.html

Biblioteca Jurídica Digital. (2022). Catálogo general de publicaciones. Recuperado de https://www.boe.es/biblioteca_juridica/catalogo_editorial/pdf/catalogo_general_publicaciones.pdf

Bosch, J., Murillo, C., & Raya, J. M. (2019). La importancia económica del sector deportivo y el impacto económico de los eventos deportivos. Papeles de Economía Española, 261-274.

Bueno, L. L. (2017, 9 de junio). RedBull. Obtenido de <https://www.redbull.com/es-es/las-mejores-concentraciones-moteras-del-mundo>

Colmenares, A. J. (2012, abril). formulaproyectosurbanospmipe. Obtenido de <https://formulaproyectosurbanospmipe.wordpress.com/2012/04/25/3-la-interaccion-entre-los-procesos-de-la-direccion-de-proyectos-segun-la-guia-del-pmbok-26-03-2012-1ra-parte-la-guia-del-pmbok-capitulo-3/>

De Santiago Bartolomé, Á. (2017). Plan de Proyecto para la Organización. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/20787/TFG-I-542.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Editorialmic. (2022). Issuu. Obtenido de https://issuu.com/editorialmic/docs/valladolid_pinguinos2022/s/14547422

Estévez, E. E., Ruiz, J. R., González, E. P., & Manrique, D. C. (2013). Reinventando la economía del deporte. Universidad Camilo José Cela.

Europapress. (2024, 11 de enero). Obtenido de <https://www.europapress.es/castilla-y-leon/noticia-comienza-pinguinos-2024-objetivo-obtener-declaracion-interes-turistico-nacional-20240111142253.html>

Ferreira, J. B., & Oliveira, S. V. W. B. (2017). Avaliação do comportamento dos clientes de redes sociais de compras coletivas. Revista Brasileira de Marketing, 16(1), 61-74. Obtenido de <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12212>

Formulaproyectosurbanospmipe. (2012). Obtenido de <https://formulaproyectosurbanospmipe.wordpress.com/2012/04/25/3-la-interaccion-entre-los-procesos-de-la-direccion-de-proyectos-segun-la-guia-del-pmbok-26-03-2012-1ra-parte-la-guia-del-pmbok-capitulo-3/>

García, G. (2014). Pingüinos 2013. Estudio sociológico sobre la concentración motera invernal más importante del mundo. Valladolid: Ayuntamiento de Valladolid Concejalía de Cultura, Comercio y Turismo.

García Álvarez, G. (2013). Obtenido de Valladolid.es: <https://www.valladolid.es/es/ayuntamiento/catalogo-publicaciones/pinguinos-2013.ficheros/159886-Libro%20Pinguinos.pdf>

Herrero, H. C., Valle, M. I., & García, J. L. (2011). La economía de la provincia de Valladolid. Fundación CajaMar.

Martí, M. (2012). Impacto económico de la celebración de un evento deportivo: Campeonato del Mundo de MotoGP en Valencia. Estudios de Economía Aplicada, 30(2).

Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática. (2024, 4 de enero). Obtenido de https://mpt.gob.es/portal/delegaciones_gobierno/delegaciones/castillaleon/actualidad/notas-de-prensa/notas/2024/01/2024-01-05_01.html

Monroy, A. (2008). Los eventos deportivos: concepto y características. Revista Internacional de Derecho y Gestión del Deporte, 1, 11-17.

Patricio Sánchez Fernández, Á. B. (2013). Los eventos deportivos como herramienta de promoción turística. Revista de Análisis Turístico, (16), 59-69.

Relaciones públicas y organizaciones: el enfoque aplicado desde la cartelería del (Marzo de 2017).

Rodríguez, M. (2009). Introducción al marketing deportivo. Medrano: Buenos Aires.

Turismoto. (2024, 11 de enero). TUMOTOWEB. Obtenido de <https://www.tumotoweb.com/evento/concentracion-motorista-invernal-internacional-pinguinos-2024/>

Turismoto, C. (2024). Pingüinos. Obtenido de Club Turismoto: <https://www.clubturismoto.com/pinguinos-2024>

Valladolid by CIVITATIS. (s.f.). Obtenido de <https://www.valladolid.com/historia>

Valladolid.es. (2024, 8 de enero). Obtenido de <https://www.valladolid.es/es/ayuntamiento/organizacion-administrativa/areas/area-turismo-eventos-marca-ciudad/utilidad/noticias/500-agentes-policia-municipal-valladolid-integraran-disposi>

Vela, V. (2023, 18 de diciembre). Norte de Castilla. Obtenido de <https://www.elnortedecastilla.es/valladolid/pinguinos/consulta-programa-completo-actividades-pinguinos-2024-20231218000821-nt.html>



12.Anexos

PROGRAMA COMPLETO *PINGÜINOS* 2024

Gracias a la información de **Turismoto (2024)** nuestro el programa de actividades de esta concentración:

**DEL 11 AL 21 DE ENERO**

Exposición Motocicletas Clásicas -
Centro Comercial Vallsur.



11:00h.
- visita al Colegio de Educación Infantil Antonio García Quintana (Valladolid).

12:00h.
Inauguración Exposición Fotográfica "Historia de Pingüinos"
Espacio Joven - Aldea Mayor de San Martín.

Horario:
Jueves y Viernes: de 11:00 a 14:00 y de 16:00 a 22:00
Sábado: de 11:00 a 14:00 y de 17:00 a 22:00

JUEVES, 11 DE ENERO

10:00h.
- visita al Colegio Público de Educación Especial
Covaresa (Valladolid).

15:00h. a 23:00h.
Apertura de Incripciones
Recogida de alimentos "Operación Kilo".

16:00h.
Excursión libre y visita "Museo de la Moto Clásica"
(Esguevillas de Esgueva).

19:00h. a 22:00h.
Música /DJ - "WHO IS IN DA HOUSE"
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

**VIERNES, 12 DE ENERO**

10:00h. a 23:00h.
Apertura de Incripciones.
Recogida de alimentos "Operación Kilo".

12:00h. a 22:00h.
Degustación de "Caldo y Café Pingüino".

12:00h. a 22:30h.
Entrega de copa y piñones para fiesta de Nochevieja y
Año Nuevo Pingüino.

13:00h. a 14:30h.
Vermut "Who is in da house" - DJs
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

14:30h.
Concierto STEREOGRACE
(Escenario "Alimentos de Valladolid").

16:00h.
Concierto SKTI
(Escenario "Alimentos de Valladolid").

16:30h.
Excursión turística a Mojados + aperitivo

17:00h.
Exhibición FreeStyleMX Maikel Melero, Pedro Moreno y
Greg Rowbottom.
(Mojados).

17:30h.
Concierto ELECTROMOTORES
(Escenario "Alimentos de Valladolid").

18:00h.
Charla "Neumáticos Andrés"
(Box Pingüinos).

19:00h.
Charla "FuenteQlid BMW MOTORRAD"
(Box Pingüinos).

19:00h.
Concierto ROCK'n'ROLL CIRKUS
(Escenario "Alimentos de Valladolid").

20:00h. a 21:00h.
"WHO IS IN DA HOUSE" DJs
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

21:15h.
Concurso "Alimentos de Valladolid"
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

VIERNES, 12 DE ENERO

21:30h.
Concierto DA IGUAL
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

23:30h.
Concurso "Alimentos de Valladolid"
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

00:00h.
FIESTA DE NOCHEVIEJA Y AÑO NUEVO
PINGÜINERO + "SHOW BRASIL".



00:15h.
Concurso "Alimentos de Valladolid"
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

00:30h.
Concierto SILOÉ
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

02:15h.
"SHOW BRASIL"
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

SABADO, 13 DE ENERO

07:30h. a 10:00h.
"Desayuno Pingüino".

10:00h. a 23:30h.
Apertura de Incripciones.
Recogida de alimentos "Operación Kilo".

12:00h. a 23:00h.
Degustación de "Caldo y Café Pingüino".

12:00h.
"DESFILE DE BANDERAS 2024" a Valladolid.

12:30h.
Recibimiento de las Autoridades y exhibición
FreeStyleMX Maikel Melero, Pedro Moreno y Greg
Rowbottom. Fotos con los pilotos.

- Concurso "Alimentos de Valladolid"
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

13:00h. a 14:30h.
Vermut "Who is in da house" - DJs
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

14:30h.
Concierto VILMA
(Escenario "Alimentos de Valladolid").

16:00h.
Concierto HOLY BITCH
(Escenario "Alimentos de Valladolid").

17:30h.
Concierto ROCK RAIDERS
(Escenario "Alimentos de Valladolid").

18:00h.
Exhibición FreeStyleMX Maikel Melero, Pedro
Moreno y Greg Rowbottom. Fotos con los pilotos.
(Centro Comercial Vallsur).

18:00h.
Charla "Chicho Lorenzo"
(Box Pingüinos).

19:00h.
Charla "Victor López - Isla de Man"
(Box Pingüinos).

19:00h. a 23:00h.
"Cena Pingüinera"

20:00h.
"WHO IS IN DA HOUSE" DJs
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

20:00h.
DESFILE DE ANTORCHAS - Valladolid.

20:30h.
HOMENAJE a los fallecidos "Vientos de silencio"
(Pistas deportivas Acera de Recoletos - Valladolid).

21:30h.
Concierto ROCK CON N
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

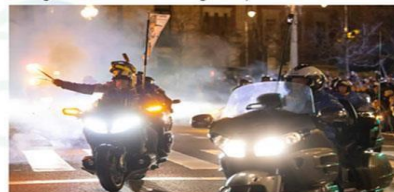
23:45h.
Video "Homenaje fallecidos"
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

00:00h.
Quema de la "Falla Pingüinos 2024".

00:15h.
Concurso "Alimentos de Valladolid"
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

00:30h.
Concierto EFECTO PASILLO
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

02:15h.
Show Animación
(Plaza Pingüinos - Escenario Pingüinos).

**DOMINGO, 14 DE ENERO**

07:30h. a 10:30h.
Apertura de Incripciones.
Recogida de alimentos "Operación Kilo".

10:30h.
Rueda de prensa.

11:00h.
Entrega de los premios "PINGÜINOS DE ORO 2024".

11:15h.
Entrega de trofeos "PINGÜINOS 2024".
Sorteo de MOTO para inscritos y regalos.

12:30h.
Clausura de la Concentración.