



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN
Grado en Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**EL TURISMO DEPORTIVO COMO MOTOR DE
DESARROLLO DE DESTINOS: ANÁLISIS DEL TOUR DE
FRANCIA Y EL IRONMAN DE LANZAROTE**

Presentado por Camila Cicirelli Fagnano

Tutelado por Ana Belen Martin Gago

Segovia, 2025

ÍNDICE

Resumen.....	4
Abstract.....	4
Keywords.....	4
Introducción.....	5
Justificación.....	6
Objetivos.....	6
Metodología.....	7
Capítulo 1.....	8
El turismo deportivo	
1.1 Desarrollo del turismo	
1.2 Diferentes tipologías del turismo:	
1.2.1 Turismo deportivo: Origen y evolución del turismo deportivo.	
1.2.2 Definiciones del turismo deportivo.	
1.3 Tipologías del turismo deportivo	
1.4 Perfil y características del turista	
Capítulo 2.....	15
Eventos deportivos.	
2.1 Tipologías de eventos deportivos.	
2.2 Organización y desarrollo de un evento deportivo:	
2.2.1 Requisitos para la planificación y ejecución de un evento deportivo.	
2.3 Impacto geográfico que tiene un evento deportivo en los destinos.	
2.4 Impacto social que tiene un evento deportivo en los destinos.	
2.5 Impacto económico que tiene un evento deportivo en los destinos.	

2.6 El papel de los medios de comunicación para el conocimiento del evento deportivo.	
Capítulo 3.....	22
Casos de estudios de eventos deportivos en diferentes zonas geográficas.	
3.1 Selección de eventos y zonas analizadas: Tour de Francia y Ironman Lanzarote	
3.2 Impacto turístico y económico en la zona geográfica:	
Capítulo 4.....	30
El turismo deportivo y la sostenibilidad	
4.1 Impacto del turismo deportivo para la sostenibilidad	
4.2 Estrategias para minimizar impactos negativos	
Capítulo 5.....	35
Tendencias y futuro del turismo deportivo	
5.1 Innovaciones y tecnologías aplicadas al turismo deportivo	
5.2 Perspectivas de crecimiento del sector	
Conclusiones.....	42
Referencias	43

Resumen

Este trabajo analiza el turismo deportivo y su impacto turístico en diferentes zonas geográficas. Desde el origen e historia del turismo, sus tipologías y las características básicas que tiene el tipo de turista que acude al destino. Asimismo, se describen los eventos deportivos, el impacto que tienen en el medioambiente y los requisitos requeridos para poder lograr el buen desarrollo y organización del evento, utilizando casos específicos de gran repercusión en sus respectivos destinos como son el Ironman de Lanzarote y el Tour de Francia. Por último, se analizan las diferentes tecnologías aplicadas a este sector y las perspectivas de futuro.

Abstract

This paper analyses sports tourism and its impact on tourism in different geographical areas. From the origin and history of tourism, its typologies and the basic characteristics it has for the type of tourist who comes to the destination. It also describes sporting events, the impact they have on the environment and the necessary requirements for the good development and organisation of the event, using specific cases of great repercussion in their respective destinations, such as the Lanzarote Ironman and the Tour de France. Finally, the different technologies applied to this sector and their future prospects are analysed.

Keywords

Turismo deportivo, eventos deportivos, sostenibilidad en destinos, impacto turístico, tecnología en eventos deportivos, legado turístico.

Introducción

Desde hace tiempo, el turismo se ha vuelto una parte importante para nosotros como sociedad, ya que es nuestra manera de desconectar de la rutina. Además, es un tipo de actividad que le permite a la persona conocer nuevas culturas, tradiciones, idiomas, gente nueva y le permite así desarrollar nuevas experiencias, creando nuevos aprendizajes que enriquecen al ser humano. Además de proporcionar experiencias y aprendizajes a las personas que lo practican, aporta al lugar o destino un impulso económico y oferta una gran variedad de puestos laborales que benefician a la población del destino turístico.

Con el paso del tiempo la sociedad ha cambiado, por lo que el turismo ha evolucionado también, originándose así diferentes tipologías, y se ha adaptado a las diferentes necesidades y preferencias de cada consumidor. Un tipo de turismo que ha destacado por su auge en estos últimos años es el turismo deportivo y este trabajo se desarrolla en esta área.

Para poder hablar sobre el turismo deportivo previamente se exponen los conceptos por separado para así poder desarrollar el tema elegido.

El deporte según la Real Academia Española: “Actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas”. O “Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre”.

El deporte, además de que emplea una actividad física en una competencia o juego con ciertas normas, también se utiliza para la relajación, diversión o para el entretenimiento de la persona.

Por otro lado, si hablamos de turismo, la Organización Mundial del turismo (ONU) lo define: “El **turismo es un fenómeno social, cultural y económico** que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios.”

Se puede afirmar que el turismo supone un desplazamiento por parte del turista fuera de su lugar de residencia y tiene un impacto social, económico y cultural. Por lo que se entiende que el turismo deportivo es la unión de ambos conceptos, en donde el turista realiza un desplazamiento diferente al de su lugar de residencia, ya sea por motivos de placer o negocios.

A continuación, se expone y se desarrolla un análisis de este tipo de turismo que hoy en día se ha vuelto muy reconocido a nivel mundial y que cada día evolucionará más.

En un primer momento se describe lo que es el turismo y su historia, después se desarrollarán los puntos de interés sobre el turismo deportivo, su evolución y origen, así como las diferentes tipologías y el perfil del turista. Se explicarán diferentes eventos deportivos, su desarrollo e impacto y la importancia de los medios. También se analizará el impacto que tiene en la sociedad este tipo de eventos, los ejemplos que hay de eventos deportivos y cómo una ciudad puede desarrollar un evento deportivo para aumentar su notoriedad ante el resto del mundo y, cómo el turismo deportivo puede ayudar a la sostenibilidad en las zonas geográficas. Por último, se argumentarán las diferentes tendencias en el futuro del turismo.

Justificación

He escogido este tema para el trabajo de fin de grado, ya que a lo largo de estos años se ha incrementado cada día más el turismo deportivo a nivel internacional en la industria turística. El deporte se ha reflejado como un elemento que ayuda a la diversificación de la oferta del destino, favoreciendo al mismo en el ámbito económico. Por otro lado, no solamente impulsa positivamente la economía del destino, sino que es de gran apoyo y beneficia tanto al sector social como al cultural del lugar en donde se esté realizando el evento deportivo.

Además, considero que el crecimiento del sector turístico se puede aprovechar para fomentar la concientización de las personas hacia la planificación sostenible y la debida protección y conservación del medioambiente. Por lo tanto, este trabajo busca poner en valor que el turismo deportivo es una herramienta fundamental para que los destinos obtengan un aumento económico y se desarrollen aún más a nivel cultural y social, sobre todo los destinos potenciales, como a su vez confirmar el avance hacia un turismo sostenible en los destinos maduros.

Objetivos

General:

- Estudiar el impacto del turismo deportivo en diferentes zonas geográficas.

Específicos:

- Explicar la llegada del turismo deportivo al mundo, así como realizar un análisis del tipo de turista.
- Analizar el impacto turístico en el destino.
- El estudio de casos de eventos deportivos en diferentes zonas.
- Analizar el papel de los medios de comunicación para que el evento deportivo sea reconocido.
- Crear estrategias de sostenibilidad para minimizar el impacto negativo en el destino.
- Investigar las posibles tendencias en el futuro del turismo deportivo y su crecimiento.

Metodología

La metodología de este trabajo ha sido analítica y descriptiva. Se ha hecho uso de tipos de fuentes fiables, informes y datos estadísticos.

Con ayuda de todos estos recursos se ha podido hacer un análisis y estudio sobre el impacto que tiene el turismo deportivo en las diferentes zonas geográficas en donde se desarrollan eventos deportivos.

Capítulo 1.

El turismo deportivo

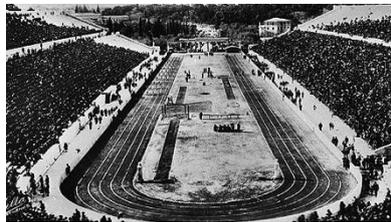
1.1 Desarrollo del turismo

El turismo se desarrolló en el siglo XIX como resultado de la Revolución Industrial. La sociedad sufrió una gran transformación, destacándose la creación del turismo para realizar viajes con fines de ocio, placer o negocios.

En la época egipcia, los desplazamientos no eran únicamente por motivos comerciales o militares, sino que una parte de la población, de gran estatus social y económico realizaba viajes para visitar templos o pirámides.

En los siglos IV y V a.C. los griegos comenzaron a viajar con motivos diferentes, como el placer, el ocio, la religión, el deporte y el descubrir nuevas culturas. A partir de ese momento se originaron los viajes más importantes con el objetivo de asistir a los Juegos Olímpicos de la época.

Figura 1: Juegos Olímpicos antiguos



Fuente: La Izquierda Diario

El Imperio Romano cambió la perspectiva del ocio griego, ya que la razón del desplazamiento era para relajarse y descansar, y crearon diversos espectáculos, tales como los circos de los gladiadores y las estructuras con aguas termales.

En la Edad Media el turismo se vio perjudicado debido a la caída del Imperio Romano, y las personas cambiaron su motivo de disfrute; en vez de desplazarse para acudir a los espectáculos en teatros o circos, organizaban fiestas y ferias en las plazas de las ciudades. De igual forma, las personas seguían desplazándose por motivos religiosos, tales como las peregrinaciones; tanto así que hubo dos destinos que destacaron en esa época y estos eran la Ruta a Tierra Santa y el Camino a Santiago. Fue durante el año 1140 que el sacerdote y peregrino Aymeric Picaud formó al primer guía turístico para realizar el recorrido del Camino de Santiago.

Por otra parte, la idea que tenía la sociedad europea de únicamente viajar dentro del país cambia y comienza a optar por destinos singulares y diferentes, aprovechando las nuevas rutas internas y externas que se crearon debido a las invasiones de la época.

La Edad Media comenzó en un momento de conflictos políticos y culturales marcado por una crisis económica, afectando así la evolución del turismo. Con el paso de los años se logró un equilibrio y estabilidad, y se produjo un gran progreso en el turismo en relación con la tecnología y, se creó la cartografía y la brújula. Fue así como se desarrolló el viaje de Marco Polo, siendo este uno de los sucesos más notorios que marcó dicha época.

En la época moderna se afianzaron los conceptos básicos de lo que hoy en día se conoce como turismo. En los siglos XVII y XVIII la clase alta viajaba a distintas ciudades como Roma, Venecia, Florencia y París. Este gran viaje se llamó el Grand Tour, siendo lo más parecido al turismo de antes con el de hoy en día, ya que la sociedad tenía el ansia de descubrir y aprender cosas nuevas. Con el Grand Tour surgió el boom por los famosos baños termales, recomendados por los médicos como método curativo. Debido a este motivo de viajar por razones de salud, la población comenzó a interesarse por el turismo de sol y playa.

Durante los siglos XVIII y XIX ocurrieron dos sucesos importantes para la historia del turismo: la Revolución Industrial y el origen de la clase media. La Revolución Industrial fue uno de los hitos más importantes para el turismo, ya que después de este cambio social aumentó el número de viajeros.

El sector turístico comenzó a evolucionar en gran magnitud, ya que en el siglo XIX estaba establecida la base de lo que se conoce como el turismo moderno y se reconocía que el turismo era una fuente de ingresos importante para aquellos lugares que recibían grandes cantidades de personas. Gracias a Thomas Cook al crear excursiones organizadas y su propia agencia de viajes, con ayuda de los aportes tecnológicos y de medios de transporte, gran parte de la población se motivó para realizar viajes de placer, distracción y diversión.

Otros avances que impulsaron el turismo fueron el primer crucero por el océano en 1862 y la creación en 1880 del primer servicio de Pullman desde Londres a Brighton por Mortimer Pulman, continuando así los avances en el transporte marítimo y en los servicios de alojamiento.

Durante la Primera Guerra Mundial surgió el turismo de nieve, originándose así el turismo deportivo del esquí, que se creó en Suiza y se expandió por los Alpes franceses. A inicios de la Segunda Guerra Mundial, con la llegada del automotor se innovaron las excursiones en autobuses y con la aparición de los aviones de las aerolíneas Imperial Airways y Pan American Airways se facilitaron los desplazamientos de largas distancias.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial el turismo se convirtió en un fenómeno colectivo, donde más países comenzaron a interesarse por el desarrollo de la actividad turística. Finalmente nacieron las diferentes estrategias de marketing y publicidad que ayudaron a la comercialización a nivel internacional de la actividad turística, ocasionándose así un nuevo concepto llamado producto turístico.

A finales del siglo XX ya hay una base fuerte del turismo en Europa, donde la zona del mediterráneo destaca, ya que el turismo de sol y playa se convirtió en un turismo de masas en donde no lo visitaban únicamente turistas europeos sino también turistas internacionales. Paralelamente, el turismo de sol y playa se convirtió en un turismo masivo y se tuvo la necesidad de crear otros tipos de turismo para satisfacer deseos diferentes de otros turistas, como lo es el turismo deportivo.

1.2 Diferentes tipologías de turismo:

Con el paso del tiempo, el turismo y sus diferentes tipologías han evolucionado. A continuación se mencionan aspectos relevantes de uno de los tipos de turismo que está despuntando en nuestros días como lo es el turismo deportivo.

1.2.1 Turismo deportivo: Origen y evolución del turismo deportivo.

Con el paso del tiempo el mundo va cambiando y también las necesidades de las personas, en este caso las necesidades del turista. La industria turística evoluciona cada día, incluido el turismo deportivo que desde sus inicios ha buscado abarcar diferentes actividades para que cualquier turista pueda ser partícipe de esta fusión.

El concepto de turismo deportivo fue integrado en la sociedad en la época de Pedro el Grande, quien gobernó Rusia desde 1682 hasta su muerte acaecida en 1721. Pedro el Grande constituyó este concepto, ya que una de sus inquietudes era conocer lo que había en la cima de la montaña Brocken, por lo que decidió subir para descubrirlo. A raíz de eso, él comenzó a incentivar y a

inculcar a la gente de esa época a realizar este tipo de actividades, ya que lo que había vivido él al hacerlo era indescriptible. Sin embargo, a la población de ese entonces no le llamaba la atención realizar este tipo de turismo, ya que en ese momento el boom turístico era visitar teatros o balnearios.

A partir de ese impulso por parte de Pedro el Grande, años después las personas, sobre todo la población de la Unión Soviética, comenzaron a interesarse cada vez más por este tipo de turismo. De esta forma se inició una de las actividades que hoy en día es importante en este tipo de turismo, el que se conoce como senderismo, que es una actividad deportiva y recreativa que consiste en caminar por senderos, generalmente en la naturaleza, a través de caminos señalizados o no; donde los principales motivos es conocer la naturaleza y estar al aire libre, realizando una actividad física. A las personas que más les interesaba eran a jóvenes que compartían su tiempo libre con el deporte o los juegos, por lo que durante esta época se comenzaron a organizar recorridos por las montañas.

Gracias a este descubrimiento y conocimiento del poder disfrutar de una manera diferente del tiempo libre y de ocio, añadiendo la fuerza física, generando sensaciones y experiencias inolvidables, fue que el turismo tomó forma y es lo que conocemos hoy en día como turismo deportivo. A esto se añade a su evolución, ya que se van agregando cada vez más actividades ofertadas a los turistas para satisfacer cualquier tipo de necesidad que tengan; siendo así un sector relevante en la industria turística y en las que participan una gran cantidad de personas a nivel internacional.

1.2.2 Definición del turismo deportivo.

Dentro de la industria turística, el turismo deportivo está en evolución continua y hoy en día tiene una amplia gama de actividades turísticas que las personas pueden realizar, satisfaciendo así las diferentes necesidades y deseos de cada uno de los turistas.

Pasamos a conocer a continuación las siguientes definiciones de turismo deportivo que se han ido abordando a lo largo del tiempo.

Una de las primeras definiciones que podemos encontrar es la de Hall, 1992: “se define como los desplazamientos realizados por razones recreativas para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual”.

Otra definición de Standeven y De Knop (1999): “todas las formas activas o pasivas de la actividad deportiva, participando casualmente o de forma organizada, bien sea por razones comerciales o de negocios, pero que necesariamente impliquen un viaje fuera del lugar habitual de residencia o trabajo”.

Hoy en día tenemos definiciones más actuales como la del el INE en donde define al turismo deportivo como: “los viajes cuyo fin principal es practicar algún tipo de deporte (esquí, vela, golf, caza, pesca, senderismo, escalada, etc.) ya sea por libre o para participar en alguna competición de forma no profesional (ligas escolares, regionales, etc.)”

Además, según la ONU, se define el turismo deportivo como:

El turismo deportivo es uno de los sectores que crecen más rápido en el turismo. Cada vez son más los turistas interesados en actividades deportivas durante sus viajes, tanto si los deportes son el principal objetivo de ese viaje como si no.

1.3 Tipologías del turismo deportivo

En líneas generales el turismo deportivo se divide en dos tipos: turismo deportivo activo y turismo deportivo pasivo.

El turismo deportivo activo es aquel en donde el turista se hace participante del evento deportivo, como por ejemplo correr un maratón, realizar surf, entre otras actividades que puede ofrecer este ámbito turístico. Mientras que el turismo deportivo pasivo, como bien lo dice su nombre, el rol del turista es únicamente como espectador, en donde vive la experiencia del evento deportivo que esté viendo, pero no de la misma manera del turista deportivo activo, algún ejemplo de este caso puede ser ir a ver un partido de fútbol, los Juegos Olímpicos, entre otras actividades.

A continuación, hablaremos sobre esos diferentes turismos deportivos que el turista puede realizar, según la preferencia que tengan. Según el profesor D. Nasser los clasifica en:

Tabla 1. Motivos de desplazamiento

Motivo del desplazamiento	Tipo de turismo	Deportes específicos
Deporte como motivo principal	Turismo de sol y playa	Terrestres: golf, ciclismo, tenis, etc. Acuáticos: surf, vela, etc. Salud: sensoriales, rehabilitación, cardio, etc.
Deporte como complemento	Turismo de sol y playa	Alternativos en playa: snakeboard, volleyball, etc. Fitness: aeróbic, running, etc. Aéreos: parapente, paracaídas, etc.
Deporte como motivo principal	Turismo Rural	Terrestres: caza, senderismo, orientación, etc. Invernales: esquí. Acuáticos: vela, natación, etc.
Deporte como complemento	Turismo Rural	Fitness: natación, running, gimnasia, etc.

Fuente: La importancia turística de los eventos deportivos en Segovia (Garrido, Marta, 2018)

1.4 Perfil y características del turista

Después de haber definido al turista deportivo, se puede realizar un perfil turístico de la persona. No hay estudio específico que desarrolle este aspecto, pero según lo investigado, se puede decir que participan mujeres y hombres, dependiendo de la capacidad que tengan para realizar el deporte, la edad ronda entre los 25-40 años, y son personas de clase media-alta.

Capítulo 2.
Eventos deportivos.

2.1 Tipologías de eventos deportivos.

Hoy en día hay una gran diversidad de eventos deportivos y estos van evolucionando cada día de la mano de la sociedad. Antes de mencionar los diferentes tipos de eventos deportivos que se pueden realizar, hablaremos sobre lo que es un evento deportivo y su relación con el turismo.

Según la RAE un evento es: “Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva”.

Según IDSports, una empresa española que se dedica en el ámbito de organización y planificación de eventos deportivos define un evento deportivo como:

Una actividad o encuentro que ofrece el deporte para practicarlo o solo para verlo, son encuentros a los que acude un público interesado en la **actividad física** que se practique. Además, tienen numerosos **beneficios** como relaciones sociales, ocio, deportivos y hasta económicos.

Gracias a estas definiciones existen diferentes tipologías de eventos deportivos, que según la zona geográfica se pueden realizar o no. Sin embargo, no existe una clasificación estándar o global sobre esta tipología. Aún así mostraremos diferentes maneras de clasificar este tipo de evento.

La primera clasificación que esta empresa realiza está basada en la duración del evento y, también se puede hacer una clasificación sobre los distintos organizadores que participen en el evento. Otras formas de clasificación sobre las diferentes tipologías de eventos deportivos pueden ser según la competencia territorial; si es a nivel nacional o mundial, así como también existe la clasificación según el nivel de disciplina y de profesionalización. (IDSports, 2021)

Según Inesem, una escuela de negocios menciona que los eventos deportivos se clasifican en “eventos grupales, individuales, universitarios, internacionales, benéficos, de resistencia, y competiciones de fuerza”.

Y, por último, la Revista de Investigaciones Turísticas publicada por la Universidad de Alicante otorga una definición a la relación que hay entre el turismo y los eventos deportivos, esta es: “El deporte y el turismo son dos fenómenos socioculturales que se entrelazan en diversas oportunidades, principalmente en el contexto de los eventos, pues son los eventos componentes

fundamentales para la atracción de personas y naturalmente, el impacto económico.” (Tadini et al., 2020).

Después de haber investigado en diversas fuentes sobre las diferentes tipologías de eventos deportivos y de que no haya alguna clasificación global o estándar para la distribución de dichos eventos, podemos decir que al tener una gran variedad de actividades que se pueden hacer y crear a partir de ellas un evento, dependiendo del destino en donde se realice, el tamaño del evento, si puede ser a nivel internacional o no, se define así el motivo principal del evento deportivo.

2.2 Organización y desarrollo de un evento deportivo:

Para la creación y desarrollo de un evento deportivo es necesario seguir una serie de reglas para así cumplir con los requerimientos y objetivos del propósito del evento. A continuación, mencionaremos esos requisitos necesarios para poder desarrollar y concluir el propósito del evento de una manera exitosa.

2.2.1 Requisitos para la planificación y ejecución de un evento deportivo.

Para realizar un evento deportivo se necesitan fijar ciertas reglas para la consecución de sus objetivos. Seguiremos las diferentes facetas que plantea la escuela internacional de protocolo y eventos. Antes de mencionar dichas fases de esta escuela, esta plantea distintas preguntas, las cuales sirven y son necesarias para quienes estén desarrollando el evento deportivo y poder ver si es factible lograr o no el desarrollo del evento. Estas cuestiones que según la Escuela Internacional de Protocolo y Eventos sirven podrían consistir en: “¿Puedo hacerlo? ¿Lo haré solo o tendré colaboradores? ¿Cuento con el tiempo suficiente? ¿De qué presupuesto dispondré? ¿Tendré apoyo económico?”

Una vez planteadas todas estas interrogantes, se desarrollaría cada uno de los puntos imprescindibles para lograr que el evento deportivo sea un éxito. Según la Escuela Internacional de Protocolo y Eventos tenemos las siguientes fases para la ejecución del evento:

- *Planificación y plazos estimados.*
- *Elección del sector deportivo.*
- *Estructura del evento.*
- *Metas y finalidad del evento.*

- *Definir el público objetivo.*
- *Precios y presupuesto disponible.*
- *Lugar ideal para el evento.*
- *Fecha y hora del evento.*
- *Materiales, servicios y seguridad.*
- *Sistemas de gestión y financiación.*
- *Búsqueda del personal necesario.*
- *Sistemas de promoción.*
- *Otros medios y sistemas de repercusión.*
- *Normativas y permisos necesarios.*

2.3 Impacto que tiene un evento deportivo en los destinos.

El turismo deportivo ha evolucionado con el paso del tiempo y los eventos deportivos también se han desarrollado y han crecido cada día más.

No podemos negar el impacto positivo o negativo que puede sufrir un destino, ya sea emergente o maduro, cuando éste realice un evento similar a los casos expuestos. Estos eventos, ya sean de pequeñas o grandes magnitudes, atraen a miles de turistas, por lo que el destino no solo se da a conocer a nivel mundial, sino que aporta a la economía local del lugar, además de ofrecerles una oportunidad para que el destino pueda mejorar sus infraestructuras, crear nuevas edificaciones y construcciones que favorecerán a lo largo del tiempo a los residentes del lugar donde se está realizando el evento, mejorando notablemente su calidad de vida.

A continuación, mencionaremos esos aspectos positivos y negativos en diferentes ámbitos que puede generar un evento deportivo en un destino.

2.3.1 Impacto medioambiental que tiene un evento deportivo en los destinos.

Al realizar un evento deportivo, este tiene un gran impacto tanto con efectos positivos como negativos, en el destino donde se esté celebrando. Uno de los principales problemas al realizar un evento, sobretudo un evento deportivo, es que afecta negativamente al lugar de diferentes maneras, por ejemplo: puede generar cambios en la naturaleza, daños ecológicos debido a la masificación de personas, una mayor contaminación, y también puede perjudicar al patrimonio del destino.

Sin embargo, con un equilibrio y una planificación previa, puede generarse la iniciativa de mejorar, conservar y preservar las infraestructuras y el patrimonio. También se pueden crear campañas que estén asociadas al evento y que promuevan medidas sostenibles para no perjudicar al medioambiente del destino.

Además, en el transcurso de estos últimos años, los seres humanos hemos mantenido y creado una consciencia más sostenible a la que teníamos anteriormente. Se han creado propuestas y planes para el cuidado del entorno natural, asumiendo un compromiso responsable y favorable para desarrollar una óptima planificación y ejecución del evento, sin perjudicar a la sociedad y al medio ambiente en donde se esté celebrando el evento deportivo.

2.3.2 Impacto social que tiene un evento deportivo en los destinos.

Un evento deportivo tiene un gran impacto social en el destino que lo alberga. Estos eventos tienden a afectar de manera positiva y negativa a la población; uno de los mayores beneficios que el evento da a la población del destino es el fomento de identidad que crea en las personas, favoreciendo a la participación de la población local, y el orgullo que sienten porque su ciudad sea reconocida a nivel mundial por el evento que se celebre. Otro resultado positivo en el ámbito social que puede generar un evento deportivo es el incremento de empleo que genera en el lugar. Asimismo, beneficia a la población a nivel cultural ya que al atraer a personas de todas las partes del mundo enriquece a la población, generando un intercambio de culturas e idiomas.

Sin embargo, según una revista de investigación sobre el impacto social publicada por la Universidad de Murcia habla sobre que “el turismo no solo afecta a las actitudes de los residentes hacia el desarrollo de este, sino también a su calidad de vida en general.” (Lidburd et al., 2012, como se citó en González García et al., 2020). En otras palabras, lo que tratan de explicar estos autores en esta revista, es que el destino al convertirse un lugar relevante o importante para personas no residentes puede perjudicar a los que sí viven ahí si no hay respeto y conciencia por ellos. Por lo que realizar un evento deportivo puede ocasionar malos resultados o puede ser negativo para la población, ya que aumenta la inseguridad, se puede generar saturación en el destino; por lo cual los residentes tendrían la necesidad de desplazarse de su lugar de origen, y también se genera un incremento en los gastos de vida.

Agregando así un artículo de investigación de la página The Conversation (2025), destaca que es necesario para el buen desarrollo y un éxito impecable el contacto directo con las personas locales, ya que favorecerá su ejecución y también, los habitantes sigan apoyando, incitando e involucrándose en el evento deportivo.

2.3.3 Impacto económico que tiene un evento deportivo en los destinos.

El desarrollo de un evento deportivo genera un gran impacto económico en el destino donde se esté realizando, atrayendo a miles de personas que realizarán gastos en el lugar; por lo que estaría ayudando a la economía local. Así como también los ingresos directos que generan los patrocinadores, las entradas, la publicidad y merchandising que compran los participantes o los que solamente van a apoyar y ver el evento.

Además de generar entradas de dinero al destino, otro de los grandes beneficios del impacto económico que tiene un evento deportivo es la creación y construcción de nuevas infraestructuras o el fomento de la conservación de las infraestructuras que tenga el destino, aumentando el potencial del lugar, beneficiando así tanto a los destinos emergentes como a los ya consolidados.

No obstante, un aspecto económico negativo puede ser el gasto que le supone al destino crear un evento deportivo, ya sea porque no tengan una gran cantidad de patrocinadores y que el destino no tenga la capacidad económica para poder encargarse del desarrollo del evento o por el aumento de la inflación en el destino.

Sin embargo, en mi opinión, el evento deportivo en el ámbito económico le va a dar mayores beneficios al destino, como por ejemplo las mejoras de las infraestructuras, se crearía una marca consolidada del destino ya que habría un mayor conocimiento del lugar; aumentando las llegadas y el gasto turístico que realizan las personas al visitar el destino donde se hace el evento.

2.4 El papel de los medios de comunicación para el conocimiento del evento deportivo.

Los medios de comunicación son los elementos más importantes que puede utilizar un evento para generar buen reconocimiento e impacto en las personas. Además de ser el intermediario del primer contacto entre el evento y la persona interesada, ayuda a que el evento tenga esa conexión o esa primera impresión ante la persona interesada.

Los medios de comunicación son las revistas, periódicos, televisión, radio e internet; hoy en día el que mayor impacto tiene en las personas es el internet ya que diariamente estamos consumiendo de este medio, ya sea en alguna red social, algún correo, algún anuncio, etc.

No todos los tipos de eventos tienen la misma manera de promocionar y de hacer publicidad, además de que no todos utilizan los mismos medios de comunicación para llegar y captar a las personas. Para los eventos deportivos las redes sociales y en general la tecnología benefician al evento, ya que hace repercusión al mismo tiempo en diferentes personas, por lo que crea una mayor atracción e interés hacia las personas de ese evento deportivo.

Según la Escuela de Deporte de Negocios, las mejores redes sociales que utilizan los deportistas son “TikTok, YouTube, Instagram, Twitter y Facebook; ya que son las que mayor impacto generan en las personas” (Porca, Natalia, 2023). Además de que las redes sociales ayudan al conocimiento del evento de una manera global, hay otros tipos de medios de comunicación que pueden ser de apoyo a este impacto e interacción que queremos lograr hacia un público más objetivo, como por ejemplo, repartir folletos en tiendas deportivas, enviar correos a personas que estén asociadas a alguna página deportiva, entre otras cosas, que pueden ser útiles para captar a un público objetivo.

Capítulo 3.

Casos de estudios de eventos deportivos en diferentes zonas geográficas.

En la figura 2 se presentan todos los lugares del recorrido del Tour de Francia de este año que se celebrará en el mes de julio; indicando específicamente cada lugar por el que pasan y los dos días libres que les corresponden a los participantes, recorriendo un total de 21 lugares hasta la meta. Cada etapa tiene su dificultad, ya que algunas rutas pueden ser superficies llanas y otras con grandes desniveles en recorridos de montaña; en total hay 7 etapas en superficie llana, 6 etapas de montaña y 6 etapas en subida. Algo a destacar es que durante el recorrido habrá 2 “contrarrelojes”, esto quiere decir que una parte de las etapas que vayan recorriendo lo harán de manera individual.

Cada año suelen cambiar la ruta de este tour. La ruta del Tour de Francia de este año 2025, que fue publicada por página oficial del organizador del Tour de Francia, sería empezando en Lille Métropole, la etapa número dos es de Lauwin-Planque hasta Boulogne-Sur-Mer, la etapa número tres es de Valenciennes hasta Dunkerque, la etapa número cuatro recorre Amiens Métropole hasta Rouen, la etapa número cinco es por Caen, la etapa número seis es por Bayeux hasta Vire Normandie, la etapa número siete recorre desde Saint-Malo hasta Mûr-De-Bretagne Guerlédan, la etapa número ocho es por Saint-Méen-LeGrand hasta Laval Espace Mayenne, la etapa número nueve es por Chinon hasta Châteauroux, la etapa número diez recorre desde Ennezat hasta Le Mont-Dore Puy De Sancy, después de esta etapa se hace un descanso en la zona Toulouse, en donde empieza la etapa número once, la etapa número doce recorre desde Auch hasta Hautacam, la etapa número trece es desde Loudenvielle hasta Peyragudes, la etapa número catorce empieza en Pau hasta Luchon-Superbagnères, la etapa número quince es desde Muret hasta Carcassonne, después de esta etapa vendría el segundo y último descanso del Tour de Francia, la etapa número dieciséis es desde Montpellier hasta Mont Ventoux, la etapa número diecisiete recorre Bollène y Valence, la etapa número dieciocho recorre desde Vif hasta Courchevel Col De La Loze, la etapa número diecinueve es desde Albertville hasta La Plagne, la etapa número veinte es desde Nantua hasta Pontarlier y por último, la etapa número veintiuno recorre desde Mantes-La-Ville hasta Paris Champs-Élysées. (Amaury Sport Organisation, 2025)

Este evento es reconocido a nivel internacional y es de gran prestigio para los ciclistas y sus equipos, ya que acuden participantes de todas partes del mundo. Además de ser un evento deportivo de gran repercusión pública, también es un suceso cultural e histórico en donde todos los profesionales del ciclismo quieren participar.

El Ironman de Lanzarote es un evento deportivo que se realiza en España y se suele hacer en el mes de mayo.

Figura 3: Participantes prueba Ironman



Fuente: Ocio Lanzarote

Se trata de un triatlón, por lo que tiene tres pruebas, natación, running y ciclismo. La prueba de natación son 3,8 kilómetros, la prueba de ciclismo son 180 kilómetros y por último, la prueba de running son 42,2 kilómetros. La prueba de natación empieza y termina en Playa Grande. La prueba de ciclismo empieza y termina en Puerto del Carmen. Finalmente, la prueba del maratón empieza y termina también en Puerto del Carmen.

Figura 3: Recorrido natación Ironman Lanzarote



Fuente: Ocio Lanzarote

Figuras 4 y 5: Recorrido ciclismo Ironman Lanzarote

Avituallamientos Ciclismo

- Avituallamiento 1 / Km. 20.8 (Uga)
- Avituallamiento 2 / Km. 43.8 (Mancha Blanca)
- Avituallamiento 3, Km 64.9 (La Villa de Teguisse)
- Avituallamiento 4, Km 87 (Tesequite)
- Avituallamiento de nutrición personal, Km 93.6 (Los Valles)
- Avituallamiento 5, Km 113 (Mirador del Río)
- Avituallamiento 6, Km 136 (Tesequite)
- Avituallamiento 7, Km 151 (Masdache)
- Avituallamiento 8, Km 180.2 (La Asomada)



Fuente: Ocio Lanzarote

Figura: 6 Recorrido maratón Ironman Lanzarote



Fuente: Ocio Lanzarote

Este evento es reconocido a nivel mundial, ya que se caracteriza por ser una de las pruebas más difíciles en el mundo deportivo, donde cada etapa tiene una dificultad y no se puede parar en ninguna de ellas, por lo que a veces los participantes suelen abandonar la competición por la alta exigencia de la prueba. También, algo importante a destacar, es que los mejores atletas pueden obtener una oportunidad para participar en el Campeonato Mundial Ironman, que tiene lugar en Kona Hawaii, dando un mayor prestigio al evento que se celebra en Lanzarote, aportándole una gran cantidad de beneficios y de oportunidades a nivel mundial para seguir creciendo y ser reconocidos a gran escala.

3.2 Impacto turístico y económico en la zona geográfica:

3.2.1 Aumento de los turistas en la zona por el evento

Como bien sabemos, cualquier tipo de evento que se realice en una zona tiene una gran repercusión e incremento económico debido a la afluencia de turistas que genera el evento, lo único que puede hacer variar este incremento económico debido a los turistas, es si donde se realice el evento es ya un destino maduro o un destino emergente. Si es un destino maduro las personas lo conocen y tienen cierta cercanía y contacto con ese destino; pero si es un destino emergente que pocos conocen, cuesta un poco más superar ese incremento que hubiera en un destino ya maduro.

Asimismo, los dos eventos que he escogido para analizar ya están consolidados, por lo que la gente ya sabe de ellos y conoce los sitios en donde se realizan y, por lo tanto, ya son destinos maduros.

Empezaremos analizando el evento del Tour de Francia. Este tour recorre la parte norte de Francia, y la mayoría de los puntos en los que pasan los ciclistas son famosos por sus paisajes e historia, por lo que este tour hizo consolidar aún más estas localidades.

Además de ser un destino maduro, Francia es considerada uno de los países que más uso les dan a las bicicletas; seguido de Ámsterdam y Copenhague, según el periódico El País, publicó un estudio del Institut Paris Région en donde afirma que el casi 12% en la capital utiliza la bicicleta para desplazarse, mientras que el coche es utilizado un 4.3%, por lo que aumenta esa necesidad de probar y vivir una experiencia diferente con uno de los principales medios de transporte que utilizan en la ciudad.

No solo los franceses van en bicicleta, sino que gente de la comunidad europea cuando visitan Francia la suelen recorrer en bicicleta. Algo a destacar es que durante el Covid se construyeron alrededor de 500 kilómetros de carriles para bicicletas, aumentando así el uso de estas por parte de los franceses y también de extranjeros que visitan el país.

Según la embajada de Francia en España, lo consideran como “un negocio sobre ruedas”, ya que este evento es uno de los mejores beneficios para esas localidades en cuanto a temas económicos, ya que en el evento participan una gran cantidad de personas tanto activa como pasivamente; porque son millones de personas las que hacen

seguimiento del evento, ya sea directamente en el sitio o desde sus casas, creando miles de reproducciones y aumentando así los ingresos económicos.

Además, no solo beneficia las localidades recorridas a nivel turístico y económico, sino que también beneficia económicamente a las ciudades y territorios vecinos, como por ejemplo según el artículo de la página EITB (2023), siendo el medio de comunicación del País Vasco, la partida del Tour de Francia generó en el País Vasco alrededor de 103,9 millones de euros, aumentando la economía de esta comunidad, recaudando así casi 20 millones en temas de impuestos. Por otro lado, según el artículo de Tot Barcelona (2023), para 2026 se espera que la salida del Tour de Francia se realice en Barcelona por primera vez, y se destinarán unos 2,7 millones de la tasa turística para los establecimientos turísticos, reactivando la economía la promoción y gestión turística del evento.

Francia no es el único país a favor de impulsar y aprovechar los beneficios y oportunidades que el turismo deportivo le aporta al lugar donde se está celebrando el evento; más países cada día están más integrados al sector turístico deportivo, un ejemplo de esto es España. Muchas ciudades e islas en España se hacen partícipes de estos eventos deportivos y obtienen una gran cantidad de beneficios, como por ejemplo Lanzarote. Esta isla es reconocida por promover y realizar una de las competiciones más difíciles a nivel mundial conocido como el Ironman de Lanzarote.

Actualmente el turismo deportivo en España, sobre todo en Lanzarote, está en auge, por lo que se considera una actividad turística madura y consolidada. Un ejemplo de esto es que desde 2019 una gran parte de los turistas que ingresaron a la isla realizó algún tipo de deporte y esos turistas gastaron alrededor de 140€ al día, por lo que benefició a la economía de la isla, convirtiéndose Lanzarote en una de las primeras opciones para los turistas para realizar diferentes tipos de deporte y competencias deportivas, como por ejemplo el Ironman de Lanzarote, una de las competencias más famosas en toda Europa. (Lanzarote deportiva, 2025)

Confirmando el aumento económico de este evento con unos datos del 2023 sacados de Promotur Turismo de Islas Canarias y del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) en donde se estimo un impacto directo de casi 5 millones de euros. (La Voz de Lanzarote, 2023)

De igual forma, según la página oficial del Gobierno de Canarias del Turismo de Islas Canarias, añade que el turismo deportivo es una variable favorable para las islas, ya que el este tipo de viajero realiza largas estancias y mayores gastos, solo casi el 43% de estos viajeros gastan únicamente en alojamiento, a esto se le puede añadir los demás gastos que realizan cada uno de ellos debido a su alta renta económica.

Además, la Institución de Turismo de Islas Canarias afirma que:

Apostar por este turista contribuye a disminuir la dependencia del archipiélago respecto a la conectividad aérea, reduciendo así la huella de carbono que genera el motor económico de las Islas, en consonancia con nuestra estrategia a favor de la neutralidad climática. (Turismo de Islas Canarias, 2023)

Por lo que no solo favorece a nivel económico, sino que también a nivel ambiental; ya que hoy en día los turistas que realizan deporte comienzan a tener mayor conciencia por lo que eligen destinos más sostenibles.

Gracias a la repercusión que este evento tiene en Lanzarote, la consejería en 2023 logró transmitir en directo la competición del Ironman, la cual tuvo alrededor de 5 millones de seguidores, por lo que aumenta la consolidación de la isla para este tipo de deporte; aumentando así el turismo, y las ganas de que más gente participe en este evento o que vengan personalmente a la isla y lo vean en vivo.

Capítulo 4.

El turismo deportivo y la sostenibilidad

4.1 Impacto del turismo deportivo para la sostenibilidad

El turismo deportivo es un sector en la industria del turismo que está en constante crecimiento y evolución y, cada día, aumenta el número de personas que ven y realizan este tipo de actividad. Esto favorece y da grandes oportunidades a los destinos en donde se celebre el evento deportivo, fomentando el sentido de pertenencia de los locales hacia el lugar, la responsabilidad y a su vez el compromiso y mayor concientización hacia la sostenibilidad; protegiendo así al medio ambiente del destino en donde se esté realizando el evento deportivo.

Con relación a mi afirmación sobre el avance y evolución sobre el turismo deportivo, según un artículo publicado por la Universidad de Nebrija, proporciona los datos de Segittur de 2022 donde muestra que el turismo deportivo produjo más de 2,6 millones de pernoctaciones, cada turista internacional que viajó invirtió alrededor de unos 1200 euros en la práctica deportiva y los residentes españoles se gastaron al día alrededor de unos 300 euros; resumiendo esto en que el 64% de los turistas practicó algún deporte y el 36% del resto de los turistas únicamente asistieron a algún evento deportivo. (Universidad de Nebrija)

Un claro ejemplo del constante crecimiento y evolución de este sector de la industria turística es que en el 2015 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) realizó un plan de acción en torno a la sostenibilidad y lo convirtió en un factor relevante para cualquier persona. Este plan de acción se conoce como la “Agenda de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030”, en donde se desarrollan diferentes objetivos en los que involucra la protección del medio ambiente y de la naturaleza, siendo su principal objetivo “a favor de las personas, el planeta y prosperidad” (ONU, 2015). Los objetivos que tratan sobre el medio ambiente dejan un mensaje claro sobre la preservación y protección de los ecosistemas, manteniendo la biodiversidad y conseguir así un desarrollo sostenible, además de crear la necesidad de implementar medidas específicas para favorecer al medio ambiente en todos sus aspectos.

A raíz de la evolución y cambio del pensamiento de las personas con respecto a la sostenibilidad, se ha ido incorporando cada día aún más el compromiso y responsabilidad hacia el cuidado del medio ambiente de ese entorno natural en donde se está organizando el evento. Una revista de educación física y deportes conocida como Apunts, trata un estudio sobre una revisión sistemática enfocada en los eventos deportivos y la

sostenibilidad, donde especifica que para lograr la sostenibilidad “las políticas y acciones de crecimiento económico deben respetar el medio ambiente y además ser socialmente equitativas” (Lein, 2017). Esto quiere decir que debe haber un equilibrio entre las tres partes integrantes de un destino; es decir, una estabilidad entre lo social, lo económico y el medio ambiente, para así poder conseguir un desarrollo sostenible y favorable para el entorno.

Algo a destacar es que gracias a la tecnología de hoy en día se puede incrementar y fomentar ese pensamiento de la conservación, la protección y la preservación hacia el entorno natural que se visita, como, por ejemplo, gestionar viajes respetando el entorno general del destino. La página de la organización del Pacto Mundial España trata un punto específico de la Agenda 2030 de ODS, donde explica que:

El turismo sostenible incluye paquetes vacacionales y actividades aseguran la conservación de la biodiversidad marina, evitan el trabajo infantil o tienen un impacto positivo. El 79% de las personas viajeras utiliza transportes respetuosos con el medioambiente y el 84% tiene en mente la preservación del patrimonio cultural. (Pacto Mundial Red Española).

Concluyendo así, se puede decir que la importancia de la sostenibilidad en los eventos deportivos es más importante de lo que uno puede imaginar. Va más allá del simple concepto de querer proteger y conservar el medio ambiente; es un factor que depende de los demás sectores que integran un destino para obtener un desarrollo sostenible y favorable, que enriquezca a toda la sociedad y que sea responsable con el entorno natural. Un ejemplo de esto son los Juegos Olímpicos de París donde se tuvo como objetivo:

Reducir a la mitad su huella de carbono en comparación con ediciones anteriores. Diversas iniciativas, como el diseño sostenible de las sedes, la elección de transporte ecológico y las prácticas de alimentación y bebidas respetuosas con el medio ambiente (Hivenet, 2024).

Por lo que apostar por la sostenibilidad favorece, fomenta y promociona una imagen consciente y comprometida de los patrocinadores y de cualquier empresa u organización que participe o esté involucrada hacia el destino y su entorno natural.

4.2 Estrategias o acciones para minimizar impactos negativos

Hoy en día todo está relacionado con la sostenibilidad; es un tema que está incluido en diferentes aspectos, y la gente tiene en cuenta a la hora de realizar cualquier evento o actividad, desde la accesibilidad y movilidad del evento, racionamiento del agua, el uso de materiales ecológicos y una planificación responsable, hasta el impacto social y económico que puede tener el destino en donde se está celebrando el evento.

Para poder lograr un desarrollo sostenible óptimo y favorable es necesario elaborar y ejecutar diferentes acciones, planes o estrategias para poder conseguir esa sostenibilidad y esa responsabilidad ante el entorno. Es de suma importancia la creación de dichas estrategias para no afectar al medio ambiente. Un factor que ha hecho favorecer la creación de estas acciones o planes ha sido la tecnología como lo mencioné anteriormente; gracias a la misma se pueden planificar, desarrollar y ejecutar diferentes estrategias y acciones para así lograr esa sostenibilidad.

Muchas empresas están involucradas en promover e incentivar a las personas a ser más conscientes con el entorno natural. Una de esas empresas es española y se llama IDSports, la cual se dedica a ofrecer alternativas para el ámbito deportivo con ayuda de la tecnología. En uno de sus artículos, trata sobre pequeñas estrategias que pueden ser la diferencia hacia un buen desarrollo sostenible, como, por ejemplo, fomentar el reciclaje, y el uso de materiales reutilizables o ecológicos; otra de sus estrategias incluye la reducción del papel y el comienzo del uso de dispositivos electrónicos.

Otro ejemplo de otra empresa que ha participado en esta acción sostenible es Iberdrola; en su página tiene un apartado en donde especifica la estrecha relación que tiene la sostenibilidad con el deporte y señala que: “La sostenibilidad implica mantener un equilibrio entre los recursos naturales, el medio ambiente y las necesidades humanas” (Iberdrola, 2025). Además, Iberdrola realizó un estudio sobre cuánto dióxido de carbono (CO₂) pueden generar algunos eventos deportivos de grandes magnitudes, y propusieron diferentes estrategias dirigidas a las personas para que tengan mayor concientización sobre este tema, como por ejemplo, practicar deportes con menor impacto en el medio ambiente, escoger y utilizar transporte y ropa sostenible, crear campañas durante el evento en donde se recojan los residuos, tener una organización y planificación sostenible y el uso del reciclaje.

Otro artículo llamado CO2 Revolution, habla sobre cómo reducir las emisiones de carbono de grandes eventos deportivos, mencionando 5 propuestas, donde especifica que las motocicletas y los automóviles concentran un 22% de Dióxido de Carbono (CO2), por lo que sugieren utilizar transporte público, bicicletas y vehículos eléctricos, además de mencionar que deben existir infraestructuras que reduzcan el consumo energético, el uso del reciclaje y la promoción de la compra de sus productos que sean neutros en carbonos.

Después de haber investigado sobre este apartado, según mi opinión hay una gran cantidad de empresas y organizaciones que tienen presente la sostenibilidad y responsabilidad del cuidado del medio ambiente y a su vez, señalan que tiene que haber un equilibrio entre las personas locales y el cuidado del medio ambiente cuando se realiza un evento deportivo. También pienso que con los avances tecnológicos que hay hoy en día, se pueden hacer los eventos deportivos un 80%-90% ecológicos en todos sus aspectos, desde la organización y planificación hasta su ejecución.

Además de que el evento deportivo aporta aspectos positivos para el destino en el ámbito social y económico, este también debería sacar provecho a nivel ambiental, promoviendo la concientización y el respeto por el entorno natural y así poder conseguir el éxito del evento sin perjudicar al destino, contribuyendo de esta manera al equilibrio y preservación del lugar en todos los ámbitos que lo conciernen.

Capítulo 5

Tendencias y futuro del turismo deportivo

5.1 Innovaciones y tecnologías aplicadas al turismo deportivo

El turismo deportivo y la planificación y ejecución de los eventos deportivos han manifestado un constante cambio y avance gracias a las innovaciones y nuevas tecnologías que cada día van progresando y desarrollándose aún más. Debido a estas nuevas tecnologías se puede favorecer y mejorar la experiencia del turista, ya sea un visitante o el que practique el deporte o actividad, ya que facilitan la organización, planificación y ejecución del proyecto, en este caso del evento deportivo.

Según un artículo que trata sobre esas modificaciones y mejoras en la tecnología para reforzar y enriquecer al turismo deportivo publicado por la Universidad de Nebrija, afirma que a través de Segittur, la Secretaría de Estado de Turismo está trabajando en una estrategia para la creación de una “Plataforma Inteligente de Destinos”, y la utilizará para la automatización y digitalización, y así superar las expectativas del turista y conseguir la mayor satisfacción posible por parte del mismo, ofreciendo servicios e instalaciones que le añadan mayor valor al destino. (Picos, J, Universidad de Nebrija, 2024). Además, en este artículo especifican que “la digitalización, haciendo acopio de la sostenibilidad, puede ayudar, por ejemplo, a gestionar las grandes concentraciones de personas en los destinos”. (Picos, J, Universidad de Nebrija, 2024).

Según un artículo de CEOE empresas españolas (2025), la Comisión de Cultura y Deporte tiene como objetivo reforzar la competitividad y tecnología de ambas industrias; para poder lograrlo se van a enfocar en los eventos Mondiacult y Sport Summit. Mondiacult es una conferencia que tiene como objetivo “defender la Cultura como Bien Público Global y promover la creación de un Objetivo de Desarrollo Sostenible específico para la Cultura.” (Ministerio de Cultura, 2025). El evento Sport Summit se trata de un gran congreso, reconocido a nivel internacional, en donde participan cada una de las empresas que pertenecen al sector deportivo; tiene una gran cantidad de objetivos como:

Estimular el emprendimiento y el *networking* entre profesionales del deporte y sus áreas afines (turismo, educación, salud, innovación, sostenibilidad, medio ambiente, textil, comunicación y audiovisual); potenciar el deporte femenino e inclusivo; promover la práctica deportiva como herramienta de prevención y mejora de la salud física y mental; acercar los deportes a las empresas, la sociedad y los medios de comunicación; promover y consolidar el deporte escolar y universitario. (esmadrid, 2025)

Además, con ayuda de Segittur se buscan crear diferentes proyectos y programas para superar las expectativas del turista utilizando la tecnología e innovación; uno de los programas es aumentar la promoción digital, otro de los proyectos que están trabajando es en la transformación digital, en donde se mejora la competitividad, la experiencia, la comercialización y la eficacia con ayuda y apoyo de plataformas inteligentes en los sitios en donde se esté realizando el evento, además de que apoya al turismo sostenible por lo que es una gran oportunidad de lograr un desarrollo del evento deportivo exitoso y sostenible. Y, por último, crearon un proyecto llamado “Destinos Turísticos Inteligentes”, donde desarrollaron una red para estos destinos inteligentes, cuyo objetivo es conseguir la sostenibilidad desde un punto de vista más innovador y tecnológico, y busca “promover sinergias y transferencia de conocimiento maximizando los beneficios de la metodología”. (Segittur, 2025)

Este artículo de Segittur añade que con la ayuda de la Secretaría de Estado de Turismo se busca coordinar esta red actuando desde una percepción interna, como objetivo de realizar “acciones de asesoramiento en la aplicación de la metodología y promoviendo el intercambio de experiencias y buenas prácticas entre sus miembros.” y también desde una perspectiva externa donde busca “visibilidad al proyecto y los DTIs, en el ámbito nacional e internacional, difundiendo el trabajo realizado y contribuyendo a poner de manifiesto el liderazgo de España en inteligencia.” (Segittur, 2025)

Un ejemplo en concreto de que la tecnología se puede implementar en este tipo de evento sería el Maratón de Valencia ya que, en el 2020, debido a la pandemia, se vieron obligados a establecer una distancia entre las personas, por lo que implementaron una especie de chips en los participantes para aumentar la seguridad de cada una de las distancias entre ellos, esta estrategia se apoya de Movistar donde le ofrecieron datos en tiempo real de cada jugador. Así como también tenemos el evento de La Vuelta Ciclista España, que desde hace tiempo incorporaron tecnología satelital 5G para que hubiera un mayor vínculo y enganche entre los espectadores y los competidores.

Otro ejemplo por destacar son los Juegos Olímpicos de Tokio y París, cada uno de ellos se han destacado por que cada año han innovado en la tecnología para automatizar y mejorar la experiencia del espectador y el rendimiento del atleta. Los Juegos Olímpicos de París en el 2024 tuvieron innovaciones tecnológicas que favorecían al espectador y a los propios participantes. Desde aumento en la seguridad con dispositivos para el

reconocimiento facial, la innovación en la transmisión en tiempo real de cada competición para mayor interacción entre los participantes y espectadores, a su vez utilizaron inteligencia artificial para organizar planes de entrenamiento y de dieta para los jugadores como también controlar su salud a través de dispositivos. (Digital Iberia 360, 2024). Por otro lado, los Juegos Olímpicos de Tokio de 2021 se destacaron por su increíble utilización de robots para mejorar la experiencia del evento y que sirvieran de apoyo en el evento y así facilitar la organización de este. (Sánchez, Valentina, 2019)

Por último, mencionamos la Copa Mundial FIFA Qatar 2022 donde mejoraron y automatizaron el sistema para los árbitros, crearon aplicaciones para los jugadores, nuevas técnicas para determinar los goles y plataformas que proporcionen datos de los jugadores y de su propio entorno; desde información del equipo hasta la organización del partido.

Después de haber investigado e indagado en cada una de las páginas mencionadas anteriormente, puedo concluir que es de suma importancia la incorporación de nuevas tecnologías en los destinos, para así poder conseguir un desarrollo sostenible en los destinos en donde se celebran estos eventos deportivos. Es una gran oportunidad tanto para el turista como para el destino apoyarse y utilizar este tipo de avances tecnológicos para poder conseguir, en este caso, el éxito y eficiencia del evento, ya que favorece la experiencia y las expectativas del turista desde una perspectiva sostenible e innovadora.

Por otra parte, estos avances tecnológicos turísticos que cada día van aumentando, no solo benefician al destino de forma sostenible, sino que también ayudan a aumentar el número de turistas, mejoran su experiencia, y favorecen su promoción; siendo un lugar más exclusivo y respetuoso con el medio ambiente. En mi opinión, un aspecto clave en este sector es desarrollar y aplicar nuevas tecnologías para fomentar de forma exitosa y sostenible el turismo deportivo. De igual forma, considero que más empresas deberían de estar involucradas en esto, ya que favorecen y colaboran con el destino ofreciendo servicios más personalizados y únicos a los turistas, dándoles la mejor experiencia de sus vidas en el evento y a su vez protegiendo al entorno natural.

5.2 Perspectivas de crecimiento del sector del turismo deportivo

El turismo deportivo se ha convertido en uno de los sectores más activos y en constante crecimiento de la industria turística. Según un estudio de Expedia Group de 2025 este sector representa el 10% del gasto turístico global y este año se espera llegar a los 1.3 billones de dólares, ya que esta cifra incluye a los turistas que practican y participan en el evento deportivo y a los otros turistas que únicamente van de espectadores. Cabe acotar que estos turistas, pueden ser nacionales como internacionales.

Un factor clave es que estos turistas que realizan y practican el deporte o actividad van acompañados de familiares o amigos, siendo un beneficio económico para el destino. Además, favorece al mismo en el ámbito cultural, ya que los turistas que únicamente asisten como espectadores, realizan diferentes actividades dentro del mismo destino en donde alguno de los participantes esté practicando algún deporte, creando experiencias únicas e inolvidables, superando las expectativas de cualquier turista en todos los ámbitos.

Otro punto favorecedor para el crecimiento del turismo deportivo hacia el futuro es que esos turistas que visitan al destino para ir algún evento para practicar algún deporte, no solo se quedan en el destino donde se está celebrando el evento, sino también se pueden quedar en destinos que estén alrededor del lugar en el que esté el evento, por lo que no solamente aporta beneficios económicos al destino receptor, sino que también favorece a sus alrededores.

Asimismo, se puede confirmar que estos eventos deportivos favorecen de diferentes maneras. Un artículo de investigación de la página The Conversation, destaca sobre las medias maratones que se están convirtiendo en un beneficio para las localidades en donde se está celebrando el evento, promoviendo su desarrollo económico y cultural. Como se ha mencionado anteriormente, este sector atrae a una gran cantidad de turistas a la ciudad o pueblo, mejora la economía local y a su vez, favorece la imagen del destino a nivel mundial. Sin embargo, para que sea un evento eficaz y se pueda aprovechar sus beneficios en su totalidad, hay que tener un contacto directo con las personas locales, ya que si no será difícil mantener y repetir este tipo de evento. (Caballero, Lucía, 2025)

También se puede destacar que hoy en día se está promoviendo aún más el deporte en mujeres por lo que se han llegado a crear eventos deportivos únicos para ellas, como bien lo indica el estudio anteriormente mencionado, que especifica que el 12% de los turistas

asistieron a eventos únicamente femeninos, como por ejemplo la Eurocopa Femenina, la Carrera de la Mujer en Madrid, entre otros. (Caballero, Lucía, 2025)

Por otro lado, Expedia Group recomienda a su equipo implementar nuevas estrategias de: “precios dinámicos, diseñar ofertas personalizadas y utilizar datos para identificar patrones de comportamiento. Esta visión permitirá maximizar ingresos y reducir cancelaciones en periodos de alta ocupación.” (Invertour, 2025). Y también afirma que: “el turismo deportivo ya no es una tendencia emergente, sino una fuerza establecida que redefine la forma en que se viaja, consume y conecta con el mundo a través del deporte.” (Invertour, 2025)

La Organización Mundial del Turismo (ONU) presenta que: “Los viajes diseñados en torno a los deportes –ya sea como espectador o practicante– representan 10 por ciento del sector y presume una tasa de crecimiento estimada de 17.5 por ciento hasta 2030.” (Escapada, 2025). Además, proporciona diferentes estrategias o acciones que describen y manifiestan este constante crecimiento del sector turístico deportivo, tenemos:

La creación de mejores estadios, listos para presentar espectáculos más sofisticados ante un mayor número de espectadores; la apuesta de más ciudades por convertirse en “destinos deportivos”, contratando franquicias en ligas populares, participando en la construcción de los recintos para albergarlos y financiando grandes proyectos de infraestructura; la incorporación de nuevas tecnologías en la planeación y ejecución de eventos multitudinarios, y la popularización de un mayor número de deportes en nuevos mercados. (Escapada, 2025).

Agregando así, el artículo de Infobae donde busca evitar el desarrollo del turismo masivo deportivo en ciertas ciudades españolas con el objetivo de que este tipo de turismo sea un “elemento desestacionalizador y descentralizador” (Infobae, 2025) para así poder favorecer económicamente a otras ciudades en donde también se pueden hacer algún tipo de evento deportivo. Este artículo agrega la entrevista del presidente de Spain Is Sports que tuvo en Fitur para EFE, en donde especifica que “España "ya tiene" al deportista de élite y que ahora se enfoca en el amateur, que además de llegar para competir o entrenar, complementa esa oferta deportiva con gastronomía y cultura.” (Infobae, 2025). Este artículo nos ayuda a ver y entender que si es cierto que el turismo deportivo puede llegar a ser algo masivo para aquellas ciudades en donde se está celebrando el evento pero,

también nos muestra cómo puede usarse como un factor para eliminar la desestacionalización que puede haber en un destino, dándole la oportunidad a otros para que puedan favorecerse económicamente.

En mi opinión, tras esta investigación sobre el crecimiento del turismo deportivo en nuestros días, es un gran beneficio para el destino que esté celebrando un evento deportivo ya que le saca provecho desde el ámbito económico como social. Igualmente le brinda al destino infinidad de oportunidades, ya que ayuda a diversificar la oferta y aumentar la demanda de turistas, tanto los que practican el deporte como los espectadores, además estos turistas cuando no están practicando o viendo el evento, visitan la ciudad o pueblo en donde se están alojando, por lo que a la vez crea beneficios culturales, entre otros.

Asimismo, gracias a la tecnología, este sector puede estar en constante innovación y desarrollo, permitiendo una organización y ejecución del evento enfocado en la sostenibilidad y preservación del destino, y a su vez teniendo en cuenta la valorización del patrimonio y la identidad local, ya que son factores importantes y sin el apoyo e interacción de las personas locales del destino no pudiera tener éxito el evento.

Conclusiones

En el transcurso de este trabajo se ha confirmado que el turismo deportivo es un fenómeno en la industria turística que genera repercusiones en el destino que se esté realizando el evento o practicando cualquier deporte. Es un elemento clave enriquecedor para los destinos, ya que ayuda a diversificar la oferta turística, sobre todo para aquellos destinos emergentes y, a impulsar la economía del lugar, permitiendo a su vez un intercambio cultural. De igual forma, promociona de esta manera al destino desde otra perspectiva y sirve como herramienta para mejorar infraestructuras, convirtiéndose estos en factores positivos que favorecen el valor que tiene el destino.

Los casos expuestos, el Ironman de Lanzarote y el Tour de Francia, son el claro ejemplo de los beneficios y ventajas que aportan el crear un evento deportivo, ya que no solo atraen a una gran cantidad de personas, sino que posicionan a gran escala al destino a nivel mundial. Además, favorece a la sociedad en donde se está celebrando el evento, ya que les permite tener mayor sentido de pertenencia, siempre y cuando el evento se organice de la mejor manera posible teniendo en cuenta a la sostenibilidad.

En conclusión, este análisis explica y muestra el gran impacto en todos los aspectos que tiene el turismo deportivo. También demuestra que con una excelente planificación y organización del evento este puede llegar a ser un elemento clave para todos los destinos, para así aumentar el valor en él y reforzar su imagen a nivel internacional; logrando dinamizar la economía local, sin dejar de lado la protección y conservación del entorno natural y la participación de la población local.

REFERENCIAS

Amaury Sport Organisation. (2025). Recorrido tour de Francia 2025. *Tour de France*. Recuperado de <https://www.letour.fr/es/recorrido-general>

Ambassade de France en Espagne. (2014). El Tour de Francia, un negocio sobre ruedas.... *Embajada de Francia, en Madrid, Francia en España*. Recuperado de <https://es.ambafrance.org/El-Tour-de-Francia-un-negocio>

BBC. (2025). Otros factores que afectan la participación en el deporte. *BBC*. Recuperado de https://www.bbc-co-uk.translate.google.com/bitesize/guides/zy62hv4/revision/5?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=rq#:~:text=Media%20coverage,and%20events%20and%20interviewing%20experts.

Castaño Carmona, M. A. (2024). Importancia del turismo deportivo: tendencias y cifras destacadas. *El Espectador*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/turismo/importancia-del-turismo-deportivo-tendencias-y-cifras-destacadas/>

Carreño Clemente, J. A. (s/f). *IMPACTO DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS INTERNACIONALES EN CANARIAS SOBRE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA. EL IRONMAN DE LANZAROTE*. Repositorio de la Universidad de Lanzarote, pp 1-17. Recuperado de <file:///C:/Users/camic/Downloads/1035-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2734-1-10-20200304.pdf>

Cómo reducir las emisiones de carbono de grandes eventos deportivos. (2024). *CO2Revolution*. Recuperado de <https://co2revolution.es/como-reducir-las-emisiones-de-carbono-de-grandes-eventos-deportivos/#:~:text=Infraestructura%20y%20Energ%C3%ADa%20Limpia,Gesti%C3%B3n%20de%20Residuos%20y%20Reciclaje>

Córdoba, E. (2022). Turismo deportivo: qué es, características, importancia y ejemplos de lugares para hacer turismo de aventura. *Cinconoticias*. Recuperado de <https://www.cinconoticias.com/turismo-deportivo/>

¿Cuál es la historia del turismo?. (2025). *Escuela de turismo y gastronomía de los Pirineos*. Recuperado de <https://escuelaturismopirineos.com/cual-es-la-historia-del-turismo/>

¿Cuál es la historia del turismo?. (2024). *Esneca Business School*. Recuperado de <https://www.esneca.com/blog/origen-historia-turismo/#:~:text=La%20historia%20del%20turismo%20empieza,y%20el%20primero%20de%20Espa%C3%B1a.>

Drake, R. (2023). Viajar para hacer ciclismo, remo o kayak: cuando el entorno es la excusa para la práctica del turismo deportivo. *RTVE*. Recuperado de <https://www.rtve.es/noticias/20230122/turismo-deportivo-activo-espana/2416712.shtml>

EAE Business School. (2019). ¿Qué beneficios aporta la tecnología en el deporte? EAE Business School Recuperado de <https://www.eae.es/actualidad/noticias/que-beneficios-aporta-la-tecnologia-en-el-deporte/#:~:text=La%20tecnolog%C3%ADa%20permite%20que%20el,de%20mayor%20o%20accesibilidad%20al%20deporte.>

Escola Universitària mediterrani. (s/f). El origen del turismo, nos ponemos históricos. Escola Universitària mediterrani. Recuperado de <https://mediterrani.com/el-origen-del-turismo-nos-ponemos-historicos/>

Escuela Internacional de Protocolo y Eventos. (s/f). Gestión de eventos deportivos. *EIP* Recuperado de <https://www.protocolo.com/articulos/gestion-de-eventos-deportivos-una-guia-para-trabajar-en-el-sector/>

El turismo deportivo emerge con más deportes y como nuevo factor descentralizador. (2025). *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/espana/agencias/2025/01/26/el-turismo-deportivo-emerge-con-mas-deportes-y-como-nuevo-factor-descentralizador/>

El Ironman de Lanzarote generó en 2023 un impacto de “más de 4,5 millones de euros”. (2024). *La Voz Lanzarote*. Recuperado de https://www.lavozdelanzarote.com/deportes/ironman-lanzarote-genero-en-2023-impacto-mas-45-millones-euros_226264_102.html#:~:text=Según%20el%20informe%20realizado%20por,prueba%20celebró%20su%2031º%20edición

Expedia Group. (2025). El turismo deportivo esta en auge a nivel mundial. *Expedia Group*. Recuperado de <https://www.expediagroup.com/investors/news-and-events/financial-releases/news/news-details/2025/Sports-Tourism-is-Scoring-Big-Worldwide-Finds-Expedia-Group/>

El turismo deportivo. (s/f). *Goodlife*. Recuperado de <https://goodlifeconsultores.es/turismo-deportivo/>

Empiezan los primeros Juegos Olímpicos de la Era Inteligente. (2024). *Digital Iberia 360*. Recuperado de <https://www.computing.es/a-fondo/tecnologia-jjoo-innovaciones/#:~:text=Los%20Juegos%20Ol%C3%ADmpicos%20de%202024%20prometen%20ser,la%20tecnolog%C3%ADa%20no%20podr%C3%ADa%20estar%20m%C3%A1s%20presente.&text=La%20adopci%C3%B3n%20de%20tecnolog%C3%ADas%20que%20permiten%20la,espectadores%20disfrutan%20de%20este%20tipo%20de%20eventos.>

FIFA. (2025). Tecnología e innovación del fútbol en la Copa Mundial de la FIFA Catar 2022. *InsideFIFA*. Recuperado de <https://inside.fifa.com/es/innovation/world-cup-2022>

Garrido García, M. (2018). *LA IMPORTANCIA TURÍSTICA DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS EN SEGOVIA* (Trabajo de Fin de Grado, Grado en Turismo). Universidad de Valladolid.

González García, R. J. y Escamilla Fajardo, P. (2020). Percepciones de los residentes sobre el turismo deportivo: impactos, calidad de vida y apoyo al sector. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 20 (2), 174–188. <https://revistas.um.es/cpd/article/view/388431>

González Fuentes, A. J. (s/f). ¿Cómo organizar un evento deportivo?. INESEM Business school. Recuperado de <https://www.inesem.es/revistadigital/biosanitario/como-organizar-un-evento-deportivo/>

González, S. (2024). La revolución ciclista de París continúa: el uso de la bici ya supera al del coche dentro de la capital. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/clima-y-medio-ambiente/2024-04-24/la-revolucion-ciclista-de-paris-continua-el-uso-de-la-bici-ya-supera-al-del-coche-dentro-de-la-capital.html>

Historia del turismo y su evolución. (s/f). *Turismo por la historia*. Recuperado de <https://turismoporlahistoria.com/index.php/2023/02/14/historia-del-turismo-y-su-evolucion/>

Historia y deportes. ¿Cómo fueron los primeros Juegos Olímpicos modernos?. (2021). *La izquierda diaria*. Recuperado de <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.laizquierdadiario.com%2FComo-fueron-los-primeros-Juegos-Olimpicos-modernos&psig=AOvVaw3PJO9Ccp5oxZ0fNYHsFkcZ&ust=1748974386374000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBUQjRxqFwoTCNiF5rnr040DFQAAAAdAAAAABAf>

Instituto Nacional de Estadística. (s/f). Concepto Turismo deportivo. *INe*. Recuperado de <https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=5339#:~:text=Son%20los%20viajes%20cuyo%20fin,escolares%2C%20regionales%2C%20etc.>

Ironman Lanzarote. (2024). *Ocio Lanzarote*. Recuperado de <https://ociolanzarote.com/eventos/eventos-deportivos/ironman-lanzarote/>

El turismo español apuesta por el talento y la formación como motores clave de su competitividad. (s/f). *CEOE Empresas Españolas*. Recuperado de <https://www.ceoe.es/es/ceoe-news/turismo>

Lanzarote Deportiva. (2025). Como las redes sociales están moldeando el turismo deportivo en Lanzarote. *Flashcore*. Recuperado de <https://www.lanzarotedeportiva.com/index.php/59-otros-%20deportes/32830-como-las-redes-sociales-estan-moldeando-el-turismo-%20deportivo-en-lanzarote>

Latiesa, M. y Paniza, J. L. (2006). *TURISTAS DEPORTIVOS Una perspectiva de análisis*. Repositorio de la Universidad de Granada, pp 1-17. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/229427878.pdf>

La sostenibilidad llega al mundo del deporte. (2025). *Iberdrola*. Recuperado de <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/deporte-sostenible>

Martinez, E. (2022). La historia del turismo: 15 sucesos importantes. *Entorno turístico*. Recuperado de https://www.entornoturistico.com/los-15-sucesos-que-modificaron-la-historia-del-turismo/#La_creacion_de_carreteras

Merino Herrero, R. (2018). *Creación y organización de Eventos Deportivos*. Repositorio Universidad de Valladolid, pp 1-74. Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/30957/TFG-N.936.pdf;jsessionid=7074595F788ED54F7B264DFB65505470?sequence=1>

Medio de Comunicación Digital del Sur de Gran Canaria. (2025). Turismo posiciona las islas como destino líder para la práctica deportiva a través de un triatleta y sus 5 millones de seguidores. *El Sur Digital Gran Canaria*. Recuperado de <https://elsurdigitalgc.es/art/11301/turismo-posiciona-las-islas-como-destino-lider-para-la-practica-deportiva-a-traves-de-un-triatleta-y-sus-5-millones-de-seguidores#:~:text=La%20Consejer%C3%ADa%20activa%20la%20primera%20emisi%C3%B3n%20en,los%20turistas%20deportivos%20que%20visitaron%20Canarias%20lo>

Medias maratones: un reto para los corredores y un gancho para el turismo local. (2025). *The Conversation*. Recuperado de <https://theconversation.com/medias-maratones-un-reto-para-los-corredores-y-un-gancho-para-el-turismo-local-256215?>

Ministerio de Cultura y Deporte. (2025). *Mondiacult 2025: Conferencia Mundial de la UNESCO sobre Políticas Culturales y Desarrollo Sostenible*. Gobierno de España. Recuperado de <https://mondiaicult.cultura.gob.es/inicio.html>

Montoro García, P. (2018). El Grand Tour y los primeros turistas. *Despertaferro ediciones*. Recuperado de <https://www.despertaferro-ediciones.com/2018/grand-tour-y-los-primeros-turistas/#:~:text=Encontramos%20el%20t%C3%A9rmino%20Grand%20Tour,los%20siglos%20XVI%20y%20XVIII.>

Naciones Unidas. (2015). *La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>

Nogueras Carrasco, M. A. (s/f). *El deporte y el turismo: una relación de ahora y para el futuro*. Munideporte. Recuperado de https://www.munideporte.com/imagenes/documentacion/ficheros/20100611135518miguel_angel_nogueras.pdf

Organización Mundial del Turismo. (s. f.). *Glosario de términos turísticos*. En UNWTO. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Origen y evolución histórica del fenómeno turístico. factores que influyen en su desarrollo. (s/f). *Dinámica y evolución de los flujos turísticos: los nuevos hábitos viajeros*. Recurso electrónico, pp 1-10. Editorial: Tutor Formación

Ocio Lanzarote. (2025). Ironman Lanzarote 2026. Ocio Lanzarote. Recuperado de <https://ociolanzarote.com/eventos/eventos-deportivos/ironman-lanzarote/>

Pacto Mundial (s. f.). Los ODS en el ocio y los deportes: mejora la sostenibilidad del entretenimiento. *Deporte y Ocio: innovación para lograr la agenda 2030*. Recuperado de <https://www.pactomundial.org/noticia/los-ods-en-el-ocio-y-los-deportes-mejora-la-sostenibilidad-del-entretenimiento/#:~:text=El%20turismo%20sostenible%20incluye%20paquetes,para%20integrar%20los%20Objetivos%20Globales>

Porca, N. (2023). *Deporte y medios de comunicación: historia y relación*. Unisport Management School. Recuperado de <https://unisport.es/deporte-medios-de-comunicacion/>

¿Por qué es necesaria la sostenibilidad en eventos deportivos?. (2021). *IDSports*. Recuperado de <https://www.idsports.es/articulo/sostenibilidad-eventos-deportivos>

Ramiro Serra, M. (2023). *La comunicación estratégica de eventos deportivos* (Trabajo de Fin de Grado, Universidad Pontificia). Repositorio de la Universidad Pontificia. <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/68419/1/TFG%20-%20Ramiro%20Serra%2C%20Maria.pdf>

Ramirez Serrano, E. (2021). *EL IMPACTO EN EL TURISMO DE LOS GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS. CASO DE ESTUDIO: LA REPERCUSIÓN DE LA PANDEMIA EN LA LIGA* (Trabajo de Fin de Grado, Grado en Turismo). Universidad de Valladolid.

Ramos Sánchez, P. A. y Terrazas Juárez, A. R. (2018). *Turismo deportivo: Consideraciones conceptuales y actores para fomentar el desarrollo territorial en destinos turísticos*. Repositorio de la Universidad Autónoma del Estado Hidalgo, pp 1-

19. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/135c/c4bd680547d0fa58ac9d519f47a30b9783c1.pdf>

Redacción Escapada H. (2025). ¿Cómo está conquistando al mundo el turismo deportivo? *ESCAPADA H*. Recuperado de <https://www.escapadah.com/tendencias/2025/2/7/como-esta-conquistando-al-mundo-el-turismo-deportivo-28516.html>

Real Academia Española. (s/f). Turismo. *Diccionario de la lengua española 23ª ed.* Recuperado de <https://dle.rae.es/turismo>

Rentero, A. (2020). Tecnología de telefónica para correr con seguridad el maratón de Valencia. *Silicon Technology Powering Business*. Recuperado de [https://www.silicon.es/tecnologia-de-telefonica-para-correr-con-seguridad-el-maraton-de-valencia-](https://www.silicon.es/tecnologia-de-telefonica-para-correr-con-seguridad-el-maraton-de-valencia-2422236#:~:text=Un%20chip%20que%20detecta%20a%20otros%20participantes,en%20el%20pr%C3%B3ximo%20marat%C3%B3n%20de%20la%20ciudad)

[2422236#:~:text=Un%20chip%20que%20detecta%20a%20otros%20participantes,en%20el%20pr%C3%B3ximo%20marat%C3%B3n%20de%20la%20ciudad](https://www.silicon.es/tecnologia-de-telefonica-para-correr-con-seguridad-el-maraton-de-valencia-2422236#:~:text=Un%20chip%20que%20detecta%20a%20otros%20participantes,en%20el%20pr%C3%B3ximo%20marat%C3%B3n%20de%20la%20ciudad)

Robótica en los Juegos Olímpicos de Japón 2020. (2021). *Revista de robots*. Recuperado de <https://revistaderobots.com/robots-y-robotica/robotica-en-los-juegos-olimpicos-de-japon-2020/?cn-reloaded=1>

Sánchez Fernández, P y Barajas Alonso, A. (s/f). *LOS EVENTOS DEPORTIVOS COMO GENERADORES DE IMPACTO ECONÓMICO: FACTORES CLAVE Y MEDICIÓN*. Repositorio de Universidad de Vigo, pp 1-14. Recuperado de <https://abarajas.webs.uvigo.es/LOS%20EVENTOS%20DEPORTIVOS%20COMO%20GENERADORES%20DE%20IMPACTO%20ECONOMICO.pdf>

Sánchez, V. (2019). Tokio 2020: los innovadores robots de los Juegos Olímpicos. *France 24*. Recuperado de <https://www.france24.com/es/2019-08-09-robots-tokio-2020-juegos-olimpicos>

SEGITTUR. (s. f.). Red de Destinos Turísticos Inteligentes. *Destinos turísticos inteligentes: Proyectos DTI*. Recuperado de <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/red-dti/>

Sepa cual fue el impacto económico del último Ironman Lanzarote. (2024). *Radio marca Lanzarote*. Recuperado de <https://www.radiomarcalanzarote.com/mas-deportes/sepa-cual-fue-el-impacto-economico-del-ultimo-ironman-lanzarote>

Subirana, J. (2024). 2,7 millones de la tasa turística serán para promocionar la salida del tour. *TotBarcelona*. Recuperado de <https://www.totbarcelona.cat/es/politica-es/tasa-turistica-salida-tour-547069/>

Sport Life. (2024). Tour de Francia 2024. *Ciclismo a fondo*. Recuperado de https://www.ciclismoafondo.es/grandes-vueltas/tour-de-francia/tour-francia-son-21-etapas_295887_102.html

Sports Summit Madrid. (2025). *Página Oficial de turismo de la ciudad de Madrid*. Recuperado de <https://www.esmadrid.com/agenda/sports-summit-madrid-ifema-madrid#:~:text=Se%20trata%20del%20primer%20gran,al%20deporte%20base%20y%20profesional.>

Tadini, R. y Gauna Ruiz de León, C. (2021). Eventos deportivos y turismo: revisión sistemática de la literatura. Repositorio de la Universidad de Alicante (21), pp. 22-4 https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/112196/1/Investigaciones-Turisticas_21_02.pdf

Telefónica. (s/f). Maratón Valencia explora las posibilidades del mundo virtual con Movistar. *Telefónica España*. Recuperado de <https://www.telefonica.es/es/sala-comunicacion/prensa/maraton-valencia-explora-las-posibilidades-del-mundo-virtual-con-movistar/>

Tecnología satelital en las entrañas de la Vuelta Ciclista a España 2013. (2013). *Flynews*. Recuperado de <https://fly-news.es/espacio/tecnologia-satelital-en-las-entranas-de-la-vuelta-ciclista-a-espana-2013/#:~:text=Dos%20sat%C3%A9lites%20de%20Hispasat%20hacen%20posibles%20las,alguna%20de%20las%20etapas%20de%20la%20vuelta.>

Turismo de Islas Canarias. (2024). Un triatleta con cinco millones de seguidores colabora con Islas Canarias en la primera emisión en directo y en primera persona de un Ironman. *Gobierno de Canarias*. Recuperado de <https://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/un-triatleta-con-cinco-millones-de-seguidores-colabora-con-islas-canarias-en-la-primera/#:~:text=Club%20La%20Santa%20Ironman%20Lanzarote,y%2042%2C1%20de%20carrera>

Turismo deportivo: una tendencia que transforma la forma de viajar. (2025). *Julia tours*. Recuperado de <https://www.invertour.com.mx/turismo-deportivo-una-tendencia-que-transforma-la-forma-de-viajar/>

Tour de Francia: <https://www.letour.fr/es/recorrido-general#:~:text=DESNIVEL,ser%C3%A1%20de%2052.500%20m.>

Ulloa-Hernández, M. y Farías-Torbidoni, E. (2023). Eventos deportivos y sostenibilidad. Una revisión sistemática (1964-2020). *Apunts Educación física y deportes N153*. <https://revista-apunts.com/wp-content/uploads/2023/03/101-113-153-CAST.pdf>

Universidad de Nebrija. (2024). *Las tecnologías punteras refuerzan el auge del turismo deportivo*. Artículo de la Universidad Nebrija. Recuperado de <https://www.nebrija.com/medios/actualidadnebrija/2024/03/12/las-tecnologias-punteras-refuerzan-el-auge-del-turismo-deportivo/>