

# Inter-Acciones

Revista de Ciencias Sociales y Humanidades

Volumen 02 | Número 04 | Julio - Diciembre 2024 | E-ISSN: 2992-8265

CIENTÍFICO

ARTÍCULO

Impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos: Una revisión de la literatura.

Impacts of sporting events on the image of tourist destinations: a literature review.

José Julián Jiménez Velazco y Omar Ismael Ramírez Hernández



Recibido | Received  
Noviembre | November  
10<sup>th</sup> 2024

Aceptado | Accepted  
Diciembre | December  
05<sup>th</sup> 2024

Publicado | Publish  
Diciembre | December  
09<sup>th</sup> 2024

## Impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos: Una revisión de la literatura.

## Impacts of sporting events on the image of tourist destinations: a literature review.

José Julián Jiménez Velazco

Egresado de la Licenciatura en Gestión del Turismo Alternativo de la División de Desarrollo Sustentable, Campus Chetumal, Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo. Correo electrónico: [1925568@uqroo.mx](mailto:1925568@uqroo.mx)  
<https://orcid.org/0009-0001-7365-1088>

Omar Ismael Ramírez Hernández<sup>1</sup>

Profesor Investigador de Carrera de la Licenciatura en Gestión del Turismo Alternativo de la División de Desarrollo Sustentable, Campus Chetumal, Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo.

<sup>1</sup>Autor de Correspondencia. Correo electrónico: [omar.ramirez.hdez@hotmail.com](mailto:omar.ramirez.hdez@hotmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-0874-5627>

### RESUMEN | ABSTRACT

El turismo deportivo se ha consolidado como un componente esencial de la industria turística global, generando beneficios significativos y desafíos para los destinos que albergan eventos deportivos. El objetivo de este artículo es analizar la literatura existente sobre los impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos, identificando patrones comunes, discrepancias y áreas de oportunidad para futuras investigaciones. Se realizó una revisión híbrida de literatura, con base en la exploración de artículos obtenidos de diferentes bases de datos reconocidas en el ámbito académico; considerando como criterios en los documentos: i) que hayan sido publicados desde el 2010 y hasta el 2023; ii) que hayan estudiado los impactos de los eventos deportivos en los destinos turísticos donde se llevaron a cabo. Como principales resultados se encontró que en función del alcance de los eventos son los impactos que genera, que existen diferentes teorías y enfoques para su abordaje y que existen áreas emergentes de investigación.

Sports tourism has established itself as an essential component of the global tourism industry, generating significant benefits and challenges for destinations hosting sporting events. The aim of this article is to analyze the existing literature on the impacts of sporting events on the image of tourist destinations, identifying common patterns, discrepancies, and areas of opportunity for future research. A hybrid literature review was conducted, based on an examination of articles obtained from various recognized academic databases; the documents were published from 2010 to 2023. These studies explored the impacts of sporting events on the tourist destinations where they took place. The main findings indicate that the scope of the events determines the impacts generated, that there are different theories and approaches for their analysis, and that emerging research areas exist.

## PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Turismo Deportivo; Análisis de impactos;  
Imagen del destino; Revisión de Literatura.

Sports Tourism; Impact Analysis;  
Destination Image; Literature Review.

## INTRODUCCIÓN

El turismo deportivo ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas cuatro décadas (Ramírez et al., 2020; Weed, 2010), debido principalmente a su relevancia económica, lo que ha permitido consolidarse como uno de los sectores más dinámicos dentro de la industria turística (Kil et al., 2017; Parra-Camacho, González-García, et al., 2020; Zauhar, 2004).

De acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo deportivo genera más de 700 mil millones de dólares anuales a nivel mundial, y para Latinoamérica se contempla que el 10% de viajes tienen como principal motivación para realizar por cuestiones deportivas (OMT, 2023). Este tipo de turismo abarca una variedad de eventos, desde competiciones locales hasta mega eventos internacionales como los Juegos Olímpicos o la Copa del Mundo de fútbol, los cuales atraen a millones de visitantes y generan un impacto considerable en los destinos que los albergan (Fett, 2020; Kim & Petrick, 2005; Uvinha et al., 2018).

Los eventos deportivos no solo movilizan a grandes volúmenes de turistas, sino que también ofrecen a los destinos una oportunidad única para posicionarse a nivel global, mejorar su infraestructura y diversificar su economía (Varotti et al., 2020; Vilani & Machado, 2015; Wan & Song, 2019). Así, la relevancia de los eventos deportivos en los destinos turísticos radica en su capacidad de generar una amplia gama de beneficios, como el estimular el crecimiento del empleo, aumentar el ingreso turístico y promover inversiones a largo plazo en infraestructura (Bahía & Ávila, 2011; Giddy, 2019). En el ámbito sociocultural, estos eventos suelen fortalecer la identidad y cohesión comunitaria (Bartolomé et al., 2009; Gannon et al., 2020; Gursoy et al., 2017); mientras que, en lo medioambiental, ofrecen una plataforma para implementar prácticas sostenibles que minimicen el impacto ecológico (Cooper & Alderman, 2020; Paramio-Salcines et al., 2017).

A pesar de lo anterior, estos impactos no siempre son positivos ni universales (Edgar et al., 2004; Smith, 2009; Sotiriadou & Hill, 2015); pues, también existen preocupaciones respecto a la distribución equitativa de estos beneficios y los costos de oportunidad que enfrentan los destinos.

En el ámbito sociocultural, se ha documentado cómo los eventos deportivos pueden generar tensiones sociales, desplazamiento de poblaciones vulnerables y conflictos de identidad (Hua & Chiu, 2013; Usher & Kerstetter, 2015). Por otro lado, el impacto ambiental de los eventos deportivos ha ganado atención en los últimos años, con estudios que enfatizan tanto los efectos negativos, como la huella ecológica y la

degradación ambiental, además de las oportunidades para promover la sostenibilidad y la conciencia ambiental (Carneiro et al., 2016; Schuhbauer & Koch, 2013).

Ante estos contrastes, surge la necesidad de realizar una revisión de la literatura para comprender de manera integral cómo estos eventos afectan la imagen de los destinos turísticos (Jiménez-García et al., 2020; Mollah et al., 2021); pues a pesar de la creciente relevancia de los eventos deportivos como estrategia de marketing turístico, existe un vacío en la literatura en cuanto a un análisis integral sobre los impactos que estos eventos tienen en la imagen de los destinos turísticos (Jiménez-García et al., 2020; Mollah et al., 2021).

Aunque algunos estudios han abordado los efectos económicos y sociales de estos eventos, la dimensión de la imagen del destino ha recibido menos atención (Jeong & Kim, 2020). Además, los estudios existentes suelen centrarse en casos específicos o eventos de gran escala, dejando de lado los impactos generados por competiciones de menor magnitud y su contribución a la percepción del destino (Inoue & Havard, 2014; Malchrowicz-Moško & Poczta, 2018).

En este contexto, el presente artículo tiene como objetivo analizar la literatura existente sobre los impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos, identificando patrones comunes, discrepancias y áreas de oportunidad para futuras investigaciones. Esta revisión de la literatura busca llenar este vacío, ofreciendo una visión más amplia y detallada sobre los impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos.

### **1. Relación entre eventos deportivos y la imagen del destino**

La imagen de destino turístico se refiere a la percepción que los potenciales turistas y otras audiencias tienen de un lugar como opción turística. Esta imagen está formada por una combinación de factores tangibles e intangibles, tales como la infraestructura, el paisaje, la cultura, las experiencias previas, y la reputación del destino, entre otros (Girma & Singh, 2019; González & Morales, 2017; Liu, 2016). La imagen del destino desempeña un papel fundamental en la toma de decisiones de los turistas, ya que influye en su percepción de calidad, valor y satisfacción anticipada (Cerón et al., 2020). En este sentido, Leon et al., (2022) indica que una imagen positiva del destino puede atraer más visitantes, mejorar su competitividad en el mercado global y consolidar su posición frente a destinos rivales; mientras que una imagen negativa puede disuadir a potenciales turistas y tener efectos adversos sobre el turismo a largo plazo.

Por otro lado, los eventos deportivos son competiciones organizadas a nivel local, nacional o internacional que atraen a participantes, espectadores y medios de comunicación (Solberg & Preuss, 2007). Estos eventos, como maratones, campeonatos de fútbol, o torneos de tenis, tienen la capacidad de atraer a una gran cantidad de visitantes y generar un impacto mediático significativo. En palabras de Fredline (2005), los eventos deportivos se clasifican en dos categorías principales: mega eventos,

como los Juegos Olímpicos o la Copa Mundial de la FIFA, que atraen una audiencia global, y eventos de menor escala que pueden tener un impacto más localizado, pero igualmente relevante para la promoción del destino; tal como eventos regionales o locales de gimnasia, maratones o competencias de pesca, solo por mencionar algunos.

La relación entre los eventos deportivos y la imagen del destino es estrecha y multidimensional. Los eventos deportivos, especialmente los de gran envergadura, ofrecen una plataforma única para que los destinos se proyecten ante una audiencia global (Moraes et al., 2018; Solberg & Preuss, 2007). La cobertura mediática y la presencia de espectadores internacionales contribuyen a aumentar la visibilidad del destino, lo que puede mejorar su atractivo turístico (Fett, 2020; Kim & Petrick, 2005). Por ejemplo, la organización de un evento deportivo exitoso puede asociarse con eficiencia, modernidad y hospitalidad, elementos que fortalecen la imagen del destino como una opción turística favorable (Leon et al., 2022). Además, los eventos deportivos pueden destacar aspectos culturales y sociales del destino, lo que permite a los visitantes y espectadores experimentar su autenticidad y singularidad (Ratten, 2020).

Sin embargo, no todos los impactos son positivos, pues la imagen del destino también puede verse afectada de manera negativa si la organización del evento falla en términos de logística, seguridad o sostenibilidad (Cooper & Alderman, 2020; Freire et al., 2016). Además, los destinos que albergan eventos deportivos pueden ser percibidos de forma superficial si no logran aprovechar la oportunidad para construir una narrativa coherente y duradera que fortalezca su marca a largo plazo (Bogan et al., 2018; Rocha & Fink, 2017). La atención de los medios puede centrarse en problemas, como la contaminación o la falta de infraestructura adecuada, lo que deteriora la imagen del lugar (Horky, 2020).

## 2. Metodología

Existen varios tipos de revisiones de literatura, entre las que destacan la revisión sistemática que sigue un enfoque metodológico riguroso, basado en criterios estrictos de inclusión y exclusión de estudios, con el fin de reducir el sesgo y ofrecer una síntesis exhaustiva y reproducible de la evidencia disponible (Rewhorn, 2018). Otro tipo de revisión es la meta analítica, centrada en cuantificar los resultados de múltiples estudios mediante técnicas estadísticas para ofrecer conclusiones basadas en datos numéricos (Rocco & Plakhotnik, 2009). En contraste con las dos anteriores, surge la revisión narrativa, que es más flexible y cualitativa, lo que permite una exploración más amplia de los temas y teorías sin las limitaciones de un marco metodológico tan rígido (Rocco & Plakhotnik, 2009).

De esta manera, para el presente trabajo se ha elegido una revisión híbrida, pues se combinan elementos de la revisión sistemática y la narrativa, integrando lo mejor de ambos enfoques (Gregory & Denniss, 2018). Por un lado, adopta el rigor metodológico de la revisión sistemática; y, por otro lado, incorpora la flexibilidad interpretativa de la revisión narrativa, permitiendo explorar estudios que abarcan diferentes dimensiones

(económica, social, ambiental) y metodologías, generando una comprensión más holística del fenómeno y abriendo espacio para identificar áreas emergentes y vacíos en la literatura (Mourao et al., 2017).

La revisión de literatura para este documento utilizó como fuente principal base de datos Taylor & Francis, Science Direct, Sage Journals, Emerald y Redalyc; en donde se recopiló estudios académicos sobre los impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos. La elección de estas bases de datos como fuente principal se justifica por ser reconocidas en el ámbito académico, lo que garantiza la inclusión de estudios de alta calidad y relevancia (Gregory & Denniss, 2018). Para guiar esta revisión, se plantean las siguientes preguntas clave:

- ¿Qué impactos tienen los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos desde una perspectiva económica, social y cultural?
- ¿Cuáles son las principales teorías y enfoques que se han utilizado para estudiar la relación entre los eventos deportivos y la imagen de los destinos?
- ¿Qué áreas de investigación emergen como prioritarias para entender mejor esta relación en el futuro?

El proceso de revisión consistió en una primera fase de identificación de estudios relevantes mediante la utilización de palabras clave como “eventos deportivos”, “imagen de destinos turísticos”, “impactos de eventos” y “turismo deportivo”. Una vez obtenidos los estudios preliminares, se aplicaron los criterios de inclusión y exclusión para refinar la selección de los artículos más pertinentes a la temática abordada (ver Tabla 1).

Tabla 1. Criterios de inclusión y exclusión.

Tipo de Criterio	Criterio	Descripción
<b>Inclusión</b>	Idioma	Estudios publicados en español e inglés.
	Fecha de publicación	Publicaciones entre 2010 y 2022.
	Relevancia temática	Investigaciones directamente relacionadas con el tema de los impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos.
	Tipo de documento	Artículos de investigación.
	Metodología	Estudios empíricos, revisiones sistemáticas o meta-análisis.
	Acceso	Documentos con texto completo disponible.



<b>Exclusión</b>	Idioma	Estudios en idiomas que no puedan ser comprendidos o traducidos (e.g., chino, ruso, etc.).
	Fecha de publicación	Estudios anteriores a 2010 y posteriores a 2022.
	Relevancia temática	Trabajos que aborden de manera general los impactos de los eventos deportivos.
	Tipo de documento	Opiniones, editoriales, tesis, capítulos de libros, libros, reseñas de libros, entradas de blogs o notas periodísticas.
	Acceso	Documentos cuya lectura esté limitada por barreras de acceso.

Fuente: Elaboración propia.

Los criterios de inclusión se definieron para identificar investigaciones relacionadas con la temática trabajada. Así, el idioma incluyó únicamente estudios publicados en español e inglés; respecto a la fecha de publicación, se incluyeron trabajos publicados entre 2010 y 2022; en términos de relevancia temática, se seleccionaron investigaciones que abordaran específicamente los impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos, alineándose directamente con el objetivo de la revisión; asimismo, solo se admitieron artículos científicos que emplearan metodologías empíricas, revisiones sistemáticas o meta-análisis. Finalmente, se incluyeron únicamente documentos con texto completo disponible, evitando así problemas relacionados con el acceso restringido.

Por otro lado, los criterios de exclusión fueron propuestos para descartar estudios que no se relacionaran con la temática de estudio. Se excluyeron investigaciones en idiomas que no fueran en español o inglés, debido a las barreras lingüísticas. También se descartaron trabajos publicados antes de 2010 o después de 2022, para asegurar la revisión de estudios contemporáneos que reflejen las dinámicas actuales. En cuanto al tema, se rechazaron investigaciones que trataran de manera general los impactos de los eventos deportivos sin enfocarse en su influencia sobre la imagen de los destinos. Además, no se excluyeron documentos como opiniones, editoriales, tesis, capítulos de libros, blogs o notas periodísticas. Por último, se descartaron los estudios con barreras de acceso que impidieran su análisis completo, particularmente su acceso abierto.

Para el análisis se llevó a cabo un análisis cualitativo de los estudios seleccionados, categorizando los impactos en tres dimensiones principales: impactos económicos, socioculturales y ambientales.

### 3. Resultados

Los resultados están presentados en tres secciones: documentos encontrados y revisados, la síntesis de la literatura encontrada con respecto al tema, las teorías y enfoques más relevantes y las tendencias actuales y áreas de investigación emergentes.

### 3.1. Bibliografía encontrada y seleccionada para su análisis

La búsqueda de literatura se llevó a cabo en bases de datos académicas. La Tabla 2 resume los resultados obtenidos en cada una de las bases de datos utilizadas, así como los estudios finalmente seleccionados para el análisis en profundidad, tras aplicar los criterios de exclusión.

Tabla 2. Resultados de la búsqueda.

Base de Datos	Artículos encontrados	Artículos seleccionados
Taylor & Francis	378	37
ScienceDirect	276	23
Sage Journals	93	19
Emerald	436	28
Redalyc	57	4

Fuente: Elaboración propia.

En Taylor & Francis, de 378 artículos encontrados inicialmente, se seleccionaron 37 estudios relevantes. En ScienceDirect, de 276 artículos, 23 cumplieron con los criterios de selección. En Sage Journals, de 93 artículos revisados, se seleccionaron 19 para el análisis. Por su parte, en Emerald, aunque se encontraron 436 artículos, solo 28 fueron considerados pertinentes. Finalmente, en Redalyc, de 57 artículos encontrados, se eligieron 4 para el análisis. El número total de artículos encontrados en todas las bases de datos es 1,240; por su parte, el número de artículos seleccionados y revisados a profundidad fueron 111.

### 3.2. Impactos de los eventos deportivos en la imagen del destino

A partir del análisis de los estudios seleccionados, se identificaron diversos impactos que los eventos deportivos tienen en la imagen de los destinos turísticos, agrupados en tres dimensiones principales: económica, sociocultural y medioambiental (ver Tabla 3).

Tabla 3. Impactos en la imagen de los destinos turísticos



Categoría de Impacto	Impactos Económicos	Impactos Socioculturales	Impactos Medioambientales
Positivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Incremento de la visibilidad internacional</li> <li>● Aumento en las llegadas de turistas</li> <li>● Nuevas inversiones en infraestructura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Fortalecimiento de la cohesión social</li> <li>● Proyección de la cultura local</li> <li>● Creación de identidad comunitaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sensibilización sobre la sostenibilidad</li> <li>● Iniciativas de infraestructura "verde"</li> </ul>
Negativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Efecto económico temporal</li> <li>● Riesgo de dependencia en eventos para ingresos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Exclusión de ciertos grupos</li> <li>● Comercialización excesiva de la cultura local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sobrecarga de recursos naturales</li> <li>● Aumento de la contaminación durante eventos</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Desde una perspectiva económica, los eventos deportivos aumentan la visibilidad internacional del destino y mejoran su reputación (Dos Santos et al., 2014; Rocha & Fink, 2017). Los estudios revisados coinciden en que la exposición mediática que generan estos eventos puede atraer a nuevos visitantes y fortalecer la industria turística local (Kwiatkowski & Könecke, 2017; Parra-Camacho, González-García, et al., 2020; Perna et al., 2019).

Además, varios autores señalan que este tipo de eventos estimulan las inversiones, tanto públicas como privadas, en infraestructura turística y urbana, contribuyendo al desarrollo económico a mediano y largo plazo (Paramio-Salcines et al., 2017; Uvinha et al., 2018). Sin embargo, algunos estudios advierten que los beneficios económicos pueden ser temporales y están sujetos a la calidad de la gestión del evento y a las estrategias de promoción post-evento, que en algunos casos no logran mantener el impulso inicial (Cooper & Alderman, 2020; Kil et al., 2017; Ramírez et al., 2020).

En este sentido, campeonatos mundiales de diversas disciplinas, como la Formula 1, Grand Tour, Mundial de Fútbol FIFA y los Juegos Olímpicos; logran poner en el mapa turístico los lugares donde se han llevado a cabo; debido a que son grandes acontecimientos. Particularmente, Kwiatkowski & Könecke (2017) indican que el mundial de surf ha generado una mejora en la imagen de las islas germanas donde se llevó a cabo; y con ello los turistas realizaron un mayor gasto en el destino durante el evento.

En cuanto a los impactos socioculturales, los eventos deportivos proyectan una imagen positiva del destino como un lugar de convivencia y celebración (Domareski et al., 2019; Hautbois et al., 2020; Ispas et al., 2014). La organización de estos eventos fortalece

la cohesión social, reuniendo a la comunidad local en torno a una actividad de interés común, lo que refuerza el sentido de pertenencia y la identidad local (Parra-Camacho, González-García, et al., 2020; Perna et al., 2019; Ramírez et al., 2020). Además, el contacto entre residentes y turistas internacionales fomenta un intercambio cultural que enriquece a ambas partes (Usher & Kerstetter, 2015).

Muchos eventos deportivos incorporan elementos culturales locales, permitiendo a los destinos diferenciarse y crear una identidad única que atrae a visitantes en busca de experiencias auténticas (Domareski et al., 2019; Malchrowicz-Moško et al., 2019; Perna et al., 2019; Uvinha et al., 2018). Esta integración cultural no solo mejora la experiencia del visitante, sino que también contribuye a proyectar una imagen atractiva del destino, aumentando su competitividad en el mercado turístico. Sin embargo, algunos estudios advierten sobre posibles efectos negativos, como la percepción de exclusión de ciertos grupos vulnerables, especialmente si los beneficios del evento no son equitativamente distribuidos (Dos Santos et al., 2014; Kim et al., 2014; King et al., 2015; Moon et al., 2013; Ramírez et al., 2020). Asimismo, la comercialización excesiva de elementos culturales locales puede diluir su autenticidad y afectar negativamente la percepción del destino a largo plazo, debilitando su atractivo distintivo (Uvinha et al., 2018).

En este sentido, Perna et al., (2019) indican que los eventos deportivos en el Municipio de Guimarães, Portugal; contribuyen a la identidad de los residentes del lugar, subyaciendo motivaciones de participación como la búsqueda de felicidad, salud, bienestar y diversión. En contraparte, Ramírez et al., (2020) exponen que los eventos deportivos de parapente deben tener cuidado al utilizar los recursos culturales de la comunidad, pues esta situación puede afectar a estos y cambiar las dinámicas y significados locales.

Con respecto a los impactos medioambientales, los eventos deportivos pueden tener aspectos positivos y negativos en los destinos turísticos. Por un lado, fomentan la sensibilización sobre la sostenibilidad y promueven prácticas responsables, como el uso de infraestructuras ecológicas y la reducción de residuos; además, iniciativas “verdes” como la reutilización de instalaciones y medidas de ahorro energético proyectan una imagen de compromiso medioambiental que fortalece la reputación del destino (Oshimi et al., 2016; Schuhbauer & Koch, 2013).

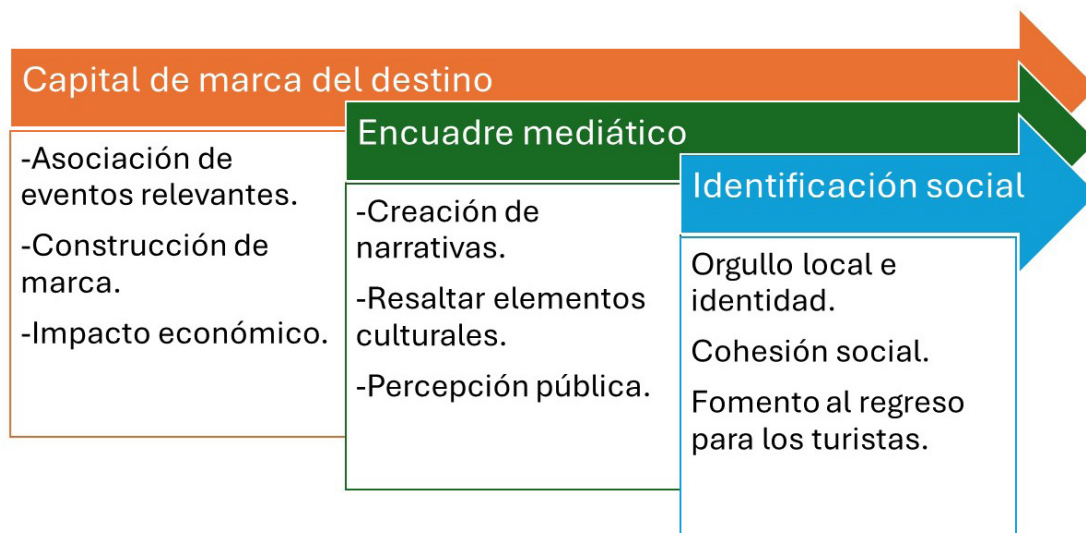
A pesar de ello, también existen impactos negativos significativos: la realización de eventos a gran escala puede generar una sobrecarga en los recursos naturales locales, afectando la sostenibilidad a largo plazo (Añó et al., 2012; Bortoleto et al., 2023; Domareski et al., 2019; Lee et al., 2005; Parra et al., 2016). El incremento de visitantes durante estos eventos suele resultar en más residuos y contaminación, tanto por el uso del transporte como por la producción de desechos en recintos y áreas circundantes (Chen et al., 2010; Dos Santos et al., 2014; Hallmann & Breuer, 2010).

Mastromartino et al. (2020), indican que el medioambiente debe ser cuidado por todos los involucrados en las actividades deportivas, fanáticos, equipos y organizadores; debido a que los efectos pueden dañar la imagen del destino si no se gestionan adecuadamente, afectando su atractivo para futuros visitantes interesados en destinos sostenibles. Específicamente, Hritz & Cecil (2019) consultaron a pequeños emprendedores en tres ciudades de Estados Unidos, quienes coinciden que más allá de los beneficios para ellos, se debe crear conciencia en la organización y uso responsable de los recursos naturales, pues los eventos deportivos consumen elementos del medioambiente.

### 3.3. Teorías y enfoques para el estudio de los impactos en la imagen de los destinos

Existe una diversa variedad de enfoques y teorías que han abordado los estudios analizados (ver Ilustración 1).

Ilustración 1. Enfoques empleados para el estudio de la imagen del destino y eventos deportivos



Fuente: Elaboración propia.

Entre los enfoques más empleados para estudiar la relación eventos deportivos e imagen de los destinos, se encuentra la teoría del capital de marca del destino que destaca como una herramienta clave (Dos Santos et al., 2018; Ispas et al., 2014; Rocha & Fink, 2017). Esta teoría se centra en cómo los eventos deportivos pueden influir en la percepción y el valor de un destino en el mercado global. Al asociar un destino con eventos de gran relevancia, se busca construir una marca fuerte que atraiga tanto a turistas como a inversores (Freire et al., 2016; Hallmann et al., 2015; Wan & Song, 2019). A través de la celebración de eventos reconocidos, como campeonatos mundiales o competencias internacionales, un destino puede mejorar su visibilidad y reputación, lo que se traduce en un aumento de visitantes, así como en una mejora de la infraestructura local y servicios relacionados con el

turismo. En este sentido, el capital de marca se convierte en un activo esencial para la sostenibilidad y el desarrollo económico del destino.

Por ejemplo, la teoría del capital de marca del destino ha sido empleada en investigaciones como las de Dos Santos et al. (2018), quienes analizan cómo los carteles promocionales posicionan a los eventos deportivos en la mente y recuerdo de las personas. Sin embargo, se ha observado que el impacto de estos eventos puede variar considerablemente dependiendo de la disciplina deportiva involucrada. Eventos populares como el fútbol o el atletismo suelen generar mayor visibilidad internacional, mientras que disciplinas menos conocidas pueden tener un impacto más localizado.

Otro enfoque relevante es la teoría del encuadre mediático, que examina cómo los medios de comunicación construyen y presentan la imagen de un destino a través de su cobertura de eventos deportivos (Domareski et al., 2019; Malchrowicz-Moško & Poczta, 2018; Parra-Camacho, Alguacil, et al., 2020; Parra-Camacho, González-García, et al., 2020; Parra et al., 2016; Parra & Duclos, 2013).

Los medios no solo informan sobre el evento en sí, sino que también crean narrativas que pueden resaltar las características positivas del destino, como su cultura, gastronomía y hospitalidad. Esta representación mediática puede influir en la percepción pública y generar un interés adicional por el destino (Domareski et al., 2019; Parra et al., 2016). Al mismo tiempo, un encuadre negativo o una cobertura insuficiente pueden tener el efecto contrario, afectando la imagen del destino de manera desfavorable. Por lo tanto, la forma en que se cubren y se narran los eventos deportivos tiene un impacto significativo en cómo se perciben los destinos en el ámbito turístico.

En cuanto a la teoría del encuadre mediático, investigaciones como las de Parra-Camacho et al. (2020) han demostrado las narrativas diferenciadas según la escala y la naturaleza del evento. Por ejemplo, en su trabajo exponen que los eventos de menor escala pueden resaltar valores culturales y experiencias auténticas. Asimismo, la disciplina deportiva también juega un papel en este encuadre, ya que ciertos deportes, como triatlones, tienden a asociarse con una audiencia específica y características particulares del destino.

Por otro lado, se encuentran teorías relacionadas con la identificación social, la cual ha sido utilizada para explorar cómo tanto residentes como visitantes se relacionan y se identifican con un destino a través de los eventos deportivos (Añó et al., 2012; Bortoleto et al., 2023; da Rosa et al., 2020; Malchrowicz-Moško & Poczta, 2018; Parra et al., 2016). Este enfoque se basa en la idea de que la identidad social de un grupo está vinculada a su entorno, y los eventos deportivos pueden ser catalizadores de este sentimiento de pertenencia. Cuando un evento deportivo genera orgullo local y cohesión entre los residentes, su imagen y

reputación pueden mejorar, atrayendo así a más turistas (Chen et al., 2010; Kim et al., 2014).

La identificación de los visitantes con el destino, reforzada por experiencias positivas durante el evento, puede fomentar la intención de regresar y recomendar el lugar a otros. Esta dinámica revela la importancia de los eventos deportivos no solo como actividades recreativas, sino como herramientas que moldean y transforman la identidad y percepción de los destinos turísticos. Asimismo, se ha mostrado cómo eventos deportivos como la Copa América deja un legado en los locales y la región, fomentando en un grupo pequeño el orgullo comunitario y la cohesión social (Parra et al., 2016).

El uso de las teorías no solo explica de manera abstracta los impactos de los eventos deportivos en los destinos, sino que también demuestran que el tipo de justa deportiva, la disciplina y el tamaño del evento son factores determinantes en los impactos generados. La interacción de estas variables es crucial para comprender los efectos diferenciales en la percepción, sostenibilidad, desarrollo e imagen de los destinos turísticos.

### **3.4. Tendencias y áreas emergentes de investigación**

Los estudios revisados revelan tendencias claras en cuanto a la escala de los eventos deportivos y su impacto en la imagen de los destinos turísticos. Los mega eventos, como los Juegos Olímpicos y la Copa Mundial de Fútbol, generan un efecto significativo debido a su amplia cobertura mediática y la participación de audiencias globales (Hautbois et al., 2020; Kim et al., 2014; Lee et al., 2005). Estos eventos no solo atraen a una gran cantidad de turistas, sino que también se benefician de una exposición sin precedentes, que puede posicionar al destino en el mapa turístico internacional. Sin embargo, este impacto no siempre es sostenible; muchas veces, los efectos positivos son efímeros y se concentran en el periodo del evento (Ramírez et al., 2020; Rocha & Fink, 2017; Vanwysberghe, 2015; Varotti et al., 2020).

En contraste, los eventos de menor escala suelen tener un impacto más localizado, pero tienden a ser más sostenibles y generar beneficios a largo plazo (Inoue et al., 2018; Inoue & Havard, 2014; Jeong & Kim, 2020). Estos eventos requieren menores inversiones y, a menudo, atraen a un turismo de nicho que busca experiencias auténticas y especializadas, lo que puede contribuir a la fidelización de los visitantes y a un crecimiento más equilibrado del destino (Cho et al., 2019; Zare et al., 2020).

El análisis de los impactos según el tipo y la escala del evento deportivo revela una serie de matices importantes. Si bien los mega eventos suelen proporcionar un impacto económico más pronunciado debido a la gran afluencia de visitantes, los beneficios sociales y culturales son más evidentes en eventos de menor escala

(Dos Santos et al., 2014; Parra-Camacho, González-García, et al., 2020; Rocha & Fink, 2017). Estos últimos facilitan una integración más profunda de la comunidad local, fomentando un sentido de pertenencia y participación que a menudo se pierde en las grandes celebraciones. Además, los eventos pequeños pueden representar de manera más auténtica la cultura del destino, lo que enriquece la experiencia del visitante y fortalece la identidad local.

Por otro lado, en términos de sustentabilidad, los mega eventos pueden dejar infraestructuras subutilizadas o incluso abandonadas, planteando preguntas sobre la viabilidad de tales inversiones a largo plazo. Por el contrario, los eventos de menor escala suelen ser más manejables y generan menos problemas, permitiendo a las comunidades locales adaptarse y beneficiarse sin las cargas que a menudo acompañan a los mega eventos.

A partir del análisis de la literatura, emergen varias áreas prioritarias para futuras investigaciones. Una de las más relevantes es el estudio de los impactos de los eventos deportivos sostenibles en la imagen de los destinos; por ejemplo, las justas que realizan las instituciones de educación superior en el sur de Quintana Roo, México; en donde se trata de implementar medidas para contribuir a la sostenibilidad (Rosado & Medina, 2024).

De esta forma, crece el interés por integrar prácticas responsables en la organización de los eventos deportivos (Saeid et al., 2019; Smith, 2009). Este enfoque no solo podría contribuir a la sostenibilidad ambiental, sino también a mejorar la percepción del destino entre turistas cada vez más conscientes. Así, al adoptar prácticas sostenibles, los eventos deportivos no solo generarían beneficios inmediatos, sino que también fortalecerían la imagen del destino como un lugar comprometido con el espacio y los elementos que hay en él.

Adicionalmente, el impacto de los eventos deportivos virtuales, que ha cobrado relevancia en el contexto post-pandemia de COVID-19, merece una atención especial, dado que la digitalización ha cambiado la forma en que se experimentan y promueven estos eventos. Así, es crucial explorar el papel de los eventos deportivos en destinos emergentes y rurales, donde el impacto en la imagen del destino ha sido menos estudiado, pero podría resultar significativo para el desarrollo local y la promoción de una oferta turística diversificada.

Estas áreas de investigación no solo ampliarán nuestro entendimiento sobre la relación entre eventos deportivos y destinos turísticos, sino que también ofrecerán perspectivas valiosas para la planificación y gestión futura de estos eventos.



## I CONCLUSIONES

El turismo deportivo se ha consolidado como un componente crucial de la industria turística global, con la capacidad de generar tanto beneficios significativos como desafíos para los destinos que albergan estos eventos. La revisión de la literatura evidencia que, aunque los mega eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos y la Copa Mundial de Fútbol, ofrecen un impacto mediático y económico considerable, su sostenibilidad a largo plazo es cuestionable. Sin una estrategia adecuada de marketing post-evento, los beneficios en la imagen del destino pueden desvanecerse rápidamente, sugiriendo la necesidad de un enfoque más estratégico en la gestión de la reputación a largo plazo.

Por otro lado, los eventos de menor escala presentan ventajas en términos de sostenibilidad y autenticidad. Estos eventos permiten una mayor integración de la comunidad local y pueden fomentar un sentido de pertenencia e identidad, contribuyendo así a un desarrollo turístico más equilibrado. La capacidad de estos eventos para representar de manera genuina la cultura local puede enriquecer la experiencia del visitante y fortalecer la imagen del destino como un lugar atractivo y auténtico.

Desde una perspectiva teórica, este estudio contribuye a llenar un vacío en la literatura al ofrecer un análisis integral de los impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos. Al categorizar estos impactos en dimensiones económicas, sociales y ambientales, se proporciona un marco conceptual que puede ser útil para futuras investigaciones en el campo.

Desde una perspectiva práctica, los hallazgos del estudio ofrecen recomendaciones valiosas para gestores y responsables de políticas turísticas; por ejemplo, las campañas de difusión para dar a conocer la oferta turística del lugar, las implicaciones del evento deportivo (beneficios y posibles costos), ya sean en gran o pequeña escala. Al entender los beneficios y desafíos asociados con diferentes tipos de eventos deportivos, los destinos pueden diseñar estrategias más efectivas que maximicen el impacto positivo en su imagen y aseguren un legado sostenible para las comunidades locales.

Una de las principales limitaciones de este estudio fue la restricción temporal, ya que no se tuvo acceso a literatura anterior al año 2010, lo que puede limitar la inclusión de estudios históricos que podrían ofrecer una visión longitudinal de los impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos. Asimismo, el enfoque en los idiomas inglés y español excluyó estudios potencialmente relevantes en otros idiomas, como el portugués, francés o el alemán, que podrían haber enriquecido el análisis. Además, el uso exclusivo de las bases de datos mencionadas, aunque garantiza una selección de alta calidad, limita el acceso a estudios que podrían estar disponibles en otras plataformas académicas o bases de datos especializadas.



Las futuras investigaciones en torno a la revisión de literatura sobre eventos deportivos y su impacto en la imagen de los destinos podrían abordar varias áreas relevantes. Una línea interesante sería el análisis comparativo de cómo diferentes tipos de eventos deportivos afectan la imagen de destinos en contextos culturales y geográficos diversos, incluyendo una comparación entre destinos desarrollados y en desarrollo. Asimismo, otra dirección prometedora sería el estudio del impacto a largo plazo de estos eventos en la imagen del destino, explorando cómo se mantienen o transforman las percepciones a lo largo del tiempo. Además, sería valioso investigar la percepción de la comunidad local en relación con los eventos deportivos, analizando cómo estos eventos influyen en el sentido de pertenencia y la identidad cultural de los residentes.

Por otro lado, es fundamental profundizar en la relación entre turismo deportivo y sostenibilidad, evaluando cómo estos eventos pueden contribuir a una imagen positiva en términos de responsabilidad social y ambiental. Finalmente, una línea de investigación podría enfocarse en cómo los eventos deportivos impactan la imagen de destinos desde la perspectiva de visitantes internacionales, considerando factores como la diversidad cultural y la movilidad global.

Por lo hasta aquí expuesto, para maximizar el potencial del turismo deportivo como herramienta de desarrollo, es esencial que los destinos implementen estrategias integrales que aborden tanto los impactos inmediatos de los eventos como sus efectos a largo plazo. Esto permitirá no solo mejorar la imagen del destino, sino también garantizar un legado positivo y sostenible para las comunidades locales y el entorno.

## I REFERENCIAS

- Añó, V., Calabuig, F., & Parra, D. (2012). Impacto social de un gran evento deportivo: el Gran Premio de Europa de Fórmula 1. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 7(19), 53–65. <https://doi.org/10.12800/ccd.v7i19.23>
- Bahía, C., & Ávila, M. (2011). Los eventos deportivos y el desarrollo turístico en Ilhéus - Bahia - Brasil. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 20(1), 171–189.
- Bartolomé, A., Ramos, V., & Rey-Maqueira, J. (2009). Residents' Attitudes Towards Diversification Sports Tourism in the Balearics. *Tourism Recreation Research*, 34(1), 55–65. <https://doi.org/10.1080/02508281.2009.11081575>
- Bogan, E., Moldoveanu, E. A., & Iamandei, M. I. (2018). The perspectives of sports tourism development in Bucharest, Romania. *Quality - Access to Success*, 19(S1), 92–100.
- Bortoleto, M. A. C., Menegaldo, F. R., Valério, R., & Heinen, T. (2023). World Gymnaestrada: reasons to join a massive gymnastics festival. *Journal of Physical Education and Sport*, 23(3), 756–763. <https://doi.org/10.7752/jpes.2023.03093>
- Carneiro, M. J., Breda, Z., & Cordeiro, C. (2016). Sports tourism development and destination sustainability: the case of the coastal area of the Aveiro region, Portugal. *Journal of Sport and Tourism*, 20(3–4), 305–334. <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1220863>
- Cerón, H., Flegl, M., & Herrera, A. (2020). Evaluación de la satisfacción del visitante y su impacto en el retorno a través de un modelo de ecuaciones estructurales. El caso de Pueblos Mágicos del Estado de México. *Ciencias Sociales Revista Multidisciplinaria*, 2(2), 103–124. <https://www.revista.redesfuerzoslocal.edu.mx/evaluacion-de-la-satisfaccion-del-visitante-y-su-impacto-en-el-retorno-a-traves-de-un-modelo-de-ecuaciones-estructurales-el-caso-de-pueblos-magicos-del-estado-de-mexico/>
- Chen, N., Funk, D. C., Chen, N., & Funk, D. C. (2010). Exploring Destination Image, Experience and Revisit Intention: A Comparison of Sport and Non-Sport Tourist Perceptions. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 239–259. <https://doi.org/10.1080/14775085.2010.513148>
- Cho, H., Joo, D., & Chi, C. G. (2019). Examining nostalgia in sport tourism: The case of US college football fans. *Tourism Management Perspectives*, 29(October 2018), 97–104. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.11.002>
- Cooper, J. A., & Alderman, D. H. (2020). Cancelling March Madness exposes opportunities for a more sustainable sports tourism economy. *Tourism Geographies*, 22(3), 525–535. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759135>
- Da Rosa, S., Anjos, F. A. dos, Pereira, M. de L., & Arnhold Junior, M. (2020). Image perception of surf tourism destination in Brazil. *International Journal of Tourism Cities*, 6(4), 1111–1127. <https://doi.org/10.1108/IJTC-11-2018-0090>
- Domareski, T., Chim, A., & Francisco, D. (2019). Competitiveness, Economic Legacy and Tourism Impacts: World Cup. *Investigaciones Turísticas*, 17, 49–70. <https://doi.org/10.14198/INTURI2019.17.03>
- Dos Santos, A., Calabuig, F., & Sánchez-Franco, M. (2018). Ceguera Al Patrocinador: Aplicación a Carteles De Eventos Deportivos. *Revista de Administração de Empresas*, 58(6), 525–536. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020180602>
- Dos Santos, M. A., Moreno, F. C., Rios, F. M., Valantine, I., & Emeljanovas, A. (2014). Destination image of a city hosting sport event: Effect on sponsorship. *Transformations in Business and Economics*, 13(2A), 343–359. [http://repositoriodigital.ucsc.cl/bitstream/handle/25022009/372/Destination Image of a city hosting event effect on](http://repositoriodigital.ucsc.cl/bitstream/handle/25022009/372/Destination%20Image%20of%20a%20city%20hosting%20event%20effect%20on)

- [sponsorship-2-3.pdf?sequence=5&isAllowed=y](#)
- Dos Santos, M., Calabuig, F., Montoro, F., Valantine, I., & Emeljanovas, A. (2014). Destination image of a city hosting sport event: Effect on sponsorship. *Transformations in Business and Economics*, 13(2A), 161–173. [https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/269220041\\_Destination\\_Image\\_of\\_a\\_city\\_hosting\\_event\\_effect\\_on\\_sponsorship](https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/269220041_Destination_Image_of_a_city_hosting_event_effect_on_sponsorship)
- Edgar, G. J., Bustamante, R. H., Fariña, J. M., Calvopiña, M., Martínez, C., & Toral-Granda, M. V. (2004). Bias in evaluating the effects of marine protected areas: The importance of baseline data for the Galapagos Marine Reserve. *Environmental Conservation*, 31(3), 212–218. <https://doi.org/10.1017/S0376892904001584>
- Fett, M. (2020). The game has changed—a systematic approach to classify FIFA World Cups. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 00(00), 1–16. <https://doi.org/10.1080/19406940.2020.1784978>
- Fredline, E. (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 263–279. <https://doi.org/10.1080/17430430500087328>
- Freire, K. M. F., Tubino, R. A., Monteiro-Neto, C., Andrade-Tubino, M. F., Belruss, C. G., Tomás, A. R. G., Tutui, S. L. S., Castro, P. M. G., Maruyama, L. S., Catella, A. C., Crepaldi, D. V., Daniel, C. R. A., Machado, M. L., Mendonça, J. T., Moro, P. S., Motta, F. S., Ramires, M., Silva, M. H. C., & Vieira, J. P. (2016). Brazilian recreational fisheries: current status, challenges and future direction. *Fisheries Management and Ecology*, 23(3–4), 276–290. <https://doi.org/10.1111/fme.12171>
- Gannon, M., Rasoolimanesh, S. M., & Taheri, B. (2020). Assessing the Mediating Role of Residents' Perceptions toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287519890926>
- Giddy, J. K. (2019). The impact of extreme weather on mass-participation sporting events: The case of the Cape Town Cycle Tour. *International Journal of Event and Festival Management*, 10(2), 95–109. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-04-2018-0027>
- Girma, M., & Singh, M. (2019). Empirical Analysis of Mega Projects Effects on Destination Ethiopia. *American Journal of Marketing Research*, 5(1), 1–9. [https://www.researchgate.net/profile/Mulugeta-Dibiku/publication/332424048\\_Empirical\\_Analysis\\_of\\_Mega\\_Projects\\_Effects\\_on\\_Destination\\_Ethiopia/links/5cb4b0504585156cd79ad384/Empirical-Analysis-of-Mega-Projects-Effects-on-Destination-Ethiopia.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mulugeta-Dibiku/publication/332424048_Empirical_Analysis_of_Mega_Projects_Effects_on_Destination_Ethiopia/links/5cb4b0504585156cd79ad384/Empirical-Analysis-of-Mega-Projects-Effects-on-Destination-Ethiopia.pdf)
- González, F., & Morales, S. (2017). El impacto cultural y social de los eventos celebrados en destinos turísticos. La percepción desde el punto de vista de los organizadores. *Cuadernos de Turismo*, 40, 339–362. <https://doi.org/10.6018/turismo.40.309741>
- Gregory, A. T., & Denniss, A. R. (2018). An Introduction to Writing Narrative and Systematic Reviews — Tasks, Tips and Traps for Aspiring Authors. *Heart Lung and Circulation*, 27(7), 893–898. <https://doi.org/10.1016/j.hlc.2018.03.027>
- Gursoy, D., Chiarelli, M., & Nunkoo, R. (2017). Residents' support for a mega-event: The case of the 2014 FIFA World Cup, Natal, Brazil. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 344–352. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.09.003>
- Hallmann, K., & Breuer, C. (2010). Image Fit between Sport Events and their Hosting Destinations from an Active Sport Tourist Perspective and its Impact on Future Behaviour. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 215–237. <https://doi.org/10.1080/14775085.2010.513147>
- Hallmann, K., Zehrer, A., & Müller, S. (2015). Perceived Destination Image : An Image Model for a Winter Sports Destination and Its Effect on Intention to Revisit. *Journal of Travel Research*, 54(1), 94–106. <https://doi.org/10.1177/0047287513513161>

- Hautbois, C., Djaballah, M., & Desbordes, M. (2020). The social impact of participative sporting events: a cluster analysis of marathon participants based on perceived benefits. *Sport in Society*, 23(2), 335–353. <https://doi.org/10.1080/17430437.2019.1673371>
- Horky, T. (2020). No sports, no spectators–no media, no money? The importance of spectators and broadcasting for professional sports during COVID-19. *Soccer and Society*, 00(00), 1–7. <https://doi.org/10.1080/14660970.2020.1790358>
- Hritz, N., & Cecil, A. (2019). Small business owner's perception of the value and impacts of sport tourism on a destination. *Journal of Convention and Event Tourism*, 20(3), 224–240. <https://doi.org/10.1080/15470148.2019.1635547>
- Hua, K. P., & Chiu, L. K. (2013). Multiculturalism: Issues of Malaysian Female Sport Tourists' In Event-based Sport Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 91, 270–287. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.424>
- Inoue, Y., & Havard, C. T. (2014). Determinants and consequences of the perceived social impact of a sport event. *Journal of Sport Management*, 28(3), 295–310. <https://doi.org/10.1123/jsm.2013-0136>
- Inoue, Y., Heffernan, C., Yamaguchi, T., & Filo, K. (2018). Social and charitable impacts of a charity-affiliated sport event: A mixed methods study. *Sport Management Review*, 21(2), 202–218. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.06.005>
- Ispas, A., Brasov, U. T., & Candrea, A. N. (2014). Promoting tourist destinations through sport events. The case of Brasov. *Journal of Tourism*, 10, 61–67. <http://www.revistadetourism.ro/rdt/article/view/82/53>
- Jeong, Y., & Kim, S. (2020). A study of event quality, destination image, perceived value, tourist satisfaction, and destination loyalty among sport tourists. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(4), 940–960. <https://doi.org/10.1108/APJML-02-2019-0101>
- Jiménez-García, M., Ruiz-Chico, J., Peña-Sánchez, A. R., & López-Sánchez, J. A. (2020). A bibliometric analysis of sports tourism and sustainability (2002-2019). *Sustainability (Switzerland)*, 12(7), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su12072840>
- Kil, M., Kim, S., Park, J.-A., Carroll, M., Yu, J.-G., & Na, K. (2017). Measuring the economic impacts of major sports events: the case of Formula One Grand Prix (F1). *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(1), 64–73. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2016.1176061>
- Kim, J., Kang, J. H., & Kim, Y. (2014). Impact of Mega Sport Events on Destination Image and Country Image. *Sport Marketing Quarterly*, 23(3), 161–175. <https://www.proquest.com/docview/1560675940?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcetype=Scholarly Journals>
- Kim, S. S., & Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: The case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25–38. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.013>
- King, C., Chen, N., & Funk, D. C. (2015). Exploring destination image decay: A study of sport tourist' destination image change after event participation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(1), 3–31. <https://doi.org/10.1177/1096348012461547>
- Kwiatkowski, G., & Könecke, T. (2017). Tourism and recurring sport events: Event tourists' and regular tourists' profiles and expenditures at the windsurf world cup on sylt. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 7(5), 464–482. <https://doi.org/10.1108/SBM-11-2016-0070>
- Lee, C., Lee, Y., & Lee, B. (2005). Impact of Sport Mega-Event on Destination Image: The Case of the 2002 Fifa World Cup Korea / Japan. *International Journal of Hospitality &*

- Tourism Administration, 6(3), 27–45. [https://doi.org/10.1300/J149v06n03\\_03](https://doi.org/10.1300/J149v06n03_03)
- Leon, M., Hinojosa-Ramos, M. V., León-Lopez, A., Belli, S., López-Raventós, C., & Florez, H. (2022). eSports events trend: A promising opportunity for tourism offerings. *Sustainability*, 14(21), 13803. <https://doi.org/10.3390/su142113803>
- Liu, D. (2016). Social impact of major sports events perceived by host community. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 17(1), 78–91. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-02-2016-005>
- Malchrowicz-Moško, E., Botiková, Z., & Poczta, J. (2019). “Because we don’t want to run in smog”: Problems with the sustainable management of sport event tourism in protected areas (A case study of national parks in Poland and Slovakia). *Sustainability*, 11(2), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su11020325>
- Malchrowicz-Moško, E., & Poczta, J. (2018). A small-scale event and a big impact-Is this relationship possible in the world of sport? The meaning of heritage sporting events for sustainable development of tourism-experiences from Poland. *Sustainability (Switzerland)*, 10(11), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su10114289>
- Mastromartino, B., Ross, W. J., Wear, H., & Naraine, M. L. (2020). Thinking outside the ‘box’: a discussion of sports fans, teams, and the environment in the context of COVID-19. *Sport in Society*, 23(11), 1707–1723. <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1804108>
- Mollah, M. R. A., Cuskelly, G., & Hill, B. (2021). Sport tourism collaboration: a systematic quantitative literature review. *Journal of Sport and Tourism*, 25(1), 3–25. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1877563>
- Moon, K., Ko, Y. J., Connaughton, D. P., & Lee, J. (2013). A mediating role of destination image in the relationship between event quality, perceived value, and behavioral intention. *Journal of Sport & Tourism*, 18(1), 37–41. <https://doi.org/10.1080/14775085.2013.799960>
- Moraes, D., Bastos, P., Virkki, K., & Ferreira, M. (2018). Juegos Olímpicos Rio 2016 y Copa del Mundo 2014. Un análisis comparativo de la demanda turística e internacional. *Juegos Olímpicos Rio*, 27, 121–139. <https://www.redalyc.org/journal/1807/180755643007/html/>
- Mourao, E., Kalinowski, M., Murta, L., Mendes, E., & Wohlin, C. (2017). Investigating the Use of a Hybrid Search Strategy for Systematic Reviews. *International Symposium on Empirical Software Engineering and Measurement*, 2017-Novem, 193–198. <https://doi.org/10.1109/ESEM.2017.30>
- Organización Mundial del Turismo. (2023). UN Tourism. 2nd World Sports Tourism Congress. <https://www.unwto.org/event/2nd-world-sports-tourism-congress>
- Oshimi, D., Harada, M., & Fukuhara, T. (2016). Residents’ perceptions on the social impacts of an international sport event: Applying panel data design and a moderating variable. *Journal of Convention and Event Tourism*, 17(4), 294–317. <https://doi.org/10.1080/15470148.2016.1142919>
- Paramio-Salcines, J., Ruiz, R., & Baena, M. (2017). Identidad urbana y el turismo de eventos deportivos: El grand depart tour de Francia 2015. *Cuadernos de Turismo*, 40, 489–520. <https://doi.org/10.6018/turismo.40.310081>
- Parra-Camacho, D., Alguacil, M., & Calabuig-Moreno, F. (2020). Perception of the fair social distribution of benefits and costs of a sports event: An analysis of the mediating effect between perceived impacts and future intentions. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/su12114413>
- Parra-Camacho, D., González-García, R. J., & Alonso-Dos-Santos, M. (2020). Social impact



- of a participative small-scale sporting event. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 11(2), 109–124. <https://doi.org/10.1108/SBM-12-2019-0119>
- Parra, D., Añó, V., Calabuig, F., & Ayora, D. (2016). Percepción de los residentes sobre el legado de la America's Cup. *Cuadernos de Psicología Del Deporte*, 16(1), 325–338.
- Parra, D., & Duclos, D. (2013). Percepción de los residentes sobre el impacto socioeconómico de un evento deportivo: análisis de segmentos y perfil del residente. *Journal of Sports Economics & Management*, 3(1), 4–32. [http://sportsem.uv.es/j\\_sports\\_and\\_em/index.php/JSEM/article/view/19](http://sportsem.uv.es/j_sports_and_em/index.php/JSEM/article/view/19)
- Perna, F., Custódio, M. J., & Oliveira, V. (2019). Local Communities and Sport Activities Expenditures and Image: Residents' Role in Sustainable Tourism and Recreation. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 9(1), 49–59. <https://doi.org/10.2478/ejthr-2019-0006>
- Ramírez, O., Serrano, R., & Castrejón, Y. (2020). Impactos socioculturales del turismo deportivo en la comunidad de El Peñón, Temascaltepec. *Methaodos.Revista de Ciencias Sociales*, 8(1), 62–76. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v8i1.338>
- Ratten, V. (2020). Sport entrepreneurship and Public Policy. Building a New Approach to Policy-making for sport. In V. Ratten (Ed.), *Contributions to Management Science*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-29458-8\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-29458-8_8)
- Rewhorn, S. (2018). Writing your successful literature review. *Journal of Geography in Higher Education*, 42(1), 143–147. <https://doi.org/10.1080/03098265.2017.1337732>
- Rocco, S. T., & Plakhotnik, S. M. (2009). Literature reviews, conceptual frameworks, and theoretical frameworks: Terms, functions, and distinctions. *Human Resource Development Review*, 8(1), 120–130. <https://doi.org/10.1177/1534484309332617>
- Rocha, C. M., & Fink, J. S. (2017). Attitudes toward attending the 2016 Olympic Games and visiting Brazil after the games. *Tourism Management Perspectives*, 22, 17–26. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.01.001>
- Rosado, Á., & Medina, G. (2024). El potencial de acciones sostenibles del turismo deportivo en los eventos que realizan las Instituciones de Educación Superior en el sur de Quintana Roo, México. In R. Serrano, A. Jiménez, O. Ramírez, & Y. Palmas (Eds.), *Turismo deportivo. En busca de los ODS* (pp. 221–262). Universidad Autónoma del Estado de México y Ediciones EÓN.
- Saeid, M., Nazari, L., & Shahbaspour, L. (2019). Sport Tourism and Sustainable Local Development for Host Cities for Sporting Events. *American Journal of Sports Science*, 7(1), 7. <https://doi.org/10.11648/j.ajss.20190701.12>
- Schuhbauer, A., & Koch, V. (2013). Assessment of recreational fishery in the galapagos marine reserve: Failures and opportunities. *Fisheries Research*, 144, 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.fishres.2013.01.012>
- Smith, A. (2009). Theorising the relationship between major sport events and social sustainability. *Journal of Sport and Tourism*, 14(2–3), 109–120. <https://doi.org/10.1080/14775080902965033>
- Solberg, H. A., & Preuss, H. (2007). Major sport events and long-term tourism impacts. *Journal of Sport Management*, 21(2), 213–234. <https://doi.org/10.1123/jsm.21.2.213>
- Sotiriadou, P., & Hill, B. (2015). Raising environmental responsibility and sustainability for sport events: A systematic review. *International Journal of Event Management Research*, 10(1), 1–11.
- Usher, L., & Kerstetter, D. (2015). Surfistas Locales: Transnationalism and the Construction of Surfer Identity in Nicaragua. *Journal of Sport and Social Issues*, 39(6), 455–479. <https://doi.org/10.1177/0193723515570674>

- Uvinha, R. R., Chan, C.-S., Man, C. K., & Marafa, L. M. (2018). Sport tourism: a comparative analysis of residents from Brazil and Hong Kong Turismo esportivo: uma análise comparativa entre residentes do Brasil e de Hong Kong Turismo deportivo: un análisis comparativo entre residentes de Brasil y de Hong Kong. *Rev. Bras. Pesq. Tur. São Paulo*, 12(1), 180–206. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v12i1.1374>
- Vanwynsberghe, R. (2015). The Olympic Games Impact (OGI) study for the 2010 Winter Olympic Games: strategies for evaluating sport mega-events' contribution to sustainability. *International Journal of Sport Policy*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/19406940.2013.852124>
- Varotti, F. de P., Nassif, V. M. J., & Souza, D. L. (2020). Os impactos do GP Brasil de Fórmula 1 para a cidade de São Paulo. *Podium Sport Leisure and Tourism Review*, 9(1), 71–92. <https://doi.org/10.5585/podium.v9i1.14484>
- Vilani, R. M., & Machado, C. J. S. (2015). O impacto dos megaeventos esportivos sobre os direitos à saúde e ao meio ambiente na cidade do Rio de Janeiro, Brasil. *Cadernos de Saude Publica*, 31, S39–S50. <https://doi.org/10.1590/0102-311X00047414>
- Wan, S. K., & Song, H. (2019). Economic Impact Assessment of Mega-Events in the United Kingdom and Brazil. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(7), 1044–1067. <https://doi.org/10.1177/1096348019851838>
- Weed, M. (2010). *Sport & tourism: a reader* (Vol. 29, Issue 2). Routledge. <https://doi.org/10.1080/02614360802543571>
- Zare, S., Zarei, A., & Tejari, F. (2020). Analysis of nostalgia sport tourism in football fans of Persian Gulf Pro League. *SPORT TK: Revista Euroamericana de Ciencias Del Deporte*, 9(2), 103–108. <https://doi.org/10.6018/sportk.431191>
- Zauhar, J. (2004). Historical perspectives of sports tourism. *Journal of Sport and Tourism*, 9(1), 5–101. <https://doi.org/10.1080/1477508042000179348>

**Citar este artículo | Cite this paper:**

Jiménez, J. y Ramírez, O., (2024). Impactos de los eventos deportivos en la imagen de los destinos turísticos: Una revisión de la literatura. <https://inter-acciones.uan.mx/index.php/revista/index>

