



UNIVERSIDAD DE  
MURCIA



---

# PERCEPCIÓN DEL IMPACTO SOCIAL DEL EVENTO SPORT4CANCER MAR MENOR GAMES

Trabajo Fin de Máster  
Junio de 2023

Autor:  
**Laura Gómez Martínez**  
23.066.223Y

Tutores:  
Prof. Dr. José María López Gullón  
Prof. Dr. Salvador Angosto Sánchez

**Facultad de Ciencias del Deporte**  
Universidad de Murcia

---



---

El alumno Dña. Laura Gómez Martínez, con número de D.N.I. 23.066.223-Y, estudiante del **Máster Oficial en Investigación en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte**, desarrollado por la Facultad de Ciencias del Deporte (Campus de San Javier) de la Universidad de Murcia, presenta su TRABAJO FIN DE MÁSTER, titulado:

**“Percepción del impacto social del evento Sport4Cancer Mar Menor Games”**

El presente TRABAJO FIN DE MÁSTER fue tutorizado por el Prof. Dr. D. José María López Gullón y el Prof. Dr. D. Salvador Angosto Sánchez. Los cuales acreditan, a través de este documento, la idoneidad del presente trabajo de investigación y le otorga el Vº Bº a su contenido para llevar a cabo la defensa de pública ante un tribunal.

Para que así conste, se firma la presente en San Javier, a 6 de junio de 2023

Fdo.: José María López Gullón

Fdo.: Salvador Angosto Sánchez



Gómez-Martínez, L. (2023). *Percepción del impacto social del evento Sport4Cancer Mar Menor Games*. Trabajo de Fin de Máster. Murcia: Universidad de Murcia.

## RESUMEN

La celebración de eventos deportivos se ha convertido en una estrategia habitual por parte de los gobiernos locales para promocionar y fomentar el desarrollo de sus comunidades, generando un impacto tanto a nivel social como económico. El objetivo fue analizar la percepción social de los residentes de los municipios de acogida del gran evento europeo Sport4Cancer Mar Menor Games 2023. La muestra estuvo formada por 626 encuestas válidas realizadas por los residentes de alguna de los cuatro municipios sede del evento (San Javier, San Pedro del Pinatar, Los Alcázares y Cartagena), 420 pre-evento y 206 in situ. Un 62,6% fueron mujeres y un 34,7% hombres con una edad media de 42 años. Se utilizó un cuestionario cuantitativo para valorar la percepción social de los residentes respecto al evento deportivo. Los datos se recogieron de forma telemática a través de la plataforma 'encuestas' de la Universidad de Murcia. Los principales hallazgos mostraron la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre las fases de del evento, el género, la edad de los residentes y según la confianza en el gobierno local. Las intenciones futuras del residente estuvieron influenciadas por los beneficios positivos del evento. Este tipo de estudios ayuda a realizar una adecuada segmentación de los residentes, lo que permitirá a los gobiernos locales poder realizar campañas de marketing para futuros eventos más personalizadas, además de poder atender las demandas de la población de una forma más efectiva.

Palabras claves: percepción social, eventos deportivos, residentes, confianza, intenciones futuras, pre-evento, in situ



Gómez-Martínez, L. (2023). *Perception of the social impact of the Sport4Cancer Mar Menor Games event*. Trabajo de Fin de Máster. Murcia: Universidad de Murcia.

## **ABSTRACT**

Holding sport events has become a common strategy applied by local governments in order to promote the development of their communities, causing social and economic impact. The aim of this project was to analyse the social perception of the people residing in the towns where the great European event Sport4Cancer Mar Menor Games 2023 takes place. The sample included 626 valid surveys taken by residents of one of the four towns where the event is held (San Javier, San Pedro del Pinatar, Los Alcázares and Cartagena); 420 of them were pre-event surveys and 206 of them in situ surveys. 62.6 % of the participants were women, whereas 34.7 % were men; their average age was 42. We used a quantitative questionnaire to survey the social perception of the residents regarding the sport event. The data were gathered online through the platform "Encuestas" of the University of Murcia. The main results showed statistically significant differences depending on the phase of the event, age, gender and their confidence in the local government. The residents' future intentions were influenced by the positive benefits of the event. This kind of studies help carry out a perfect demographic segmentation, which allows local governments to perform tailor-made marketing campaigns for future events, and take care of the residents' demands in a more effective way.

Keywords: social perception, sport events, residents, confidence, future intentions, pre-event, in situ.



## AGRADECIMIENTOS

---

*En primer lugar, a mis padres José Antonio y María Ángeles, por brindarme su apoyo incondicional y darme todo lo necesario para llegar hasta este momento.*

*A mis tutores, José María López Gullón y Salvador Angosto Sánchez, por recibirme y guiarme en el campo de la organización y gestión deportiva. Especialmente a Salvador, por haberme acompañado, enseñado y ayudado desde el primer día que puse un pie en esta Facultad de Ciencias del Deporte de San Javier. Eres mi guía académico y fuente de inspiración a lo largo de estos años.*

*Por último, a esa persona que ha estado presente en mis momentos de alegría y desahogo, escuchando mis preocupaciones y brindándome el ánimo necesario para mantener una actitud positiva. Gracias Sergio.*

---



---

## Índice del TFM

---

<b>1. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1. Eventos deportivos .....</b>	<b>7</b>
1.1.1. Conceptualización de eventos deportivos .....	7
1.1.2. Características de los eventos deportivos .....	9
1.1.3. Clasificación de eventos deportivos .....	11
<b>1.2. Sport4Cancer Mar Menor Games .....</b>	<b>13</b>
<b>1.3. Percepción del impacto social de eventos deportivos .....</b>	<b>14</b>
1.3.1. Beneficios económicos .....	15
1.3.2. Beneficios socioculturales y psicosociales .....	16
1.3.3. Beneficios en la imagen y promoción .....	17
1.3.4. Costes sociales.....	18
1.3.5. Intenciones futuras.....	19
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	<b>23</b>
2.1. Objetivo general.....	23
2.2. Objetivos específicos .....	23
<b>3. METODOLOGÍA .....</b>	<b>27</b>
3.1. Muestra.....	27
3.2. Instrumentos .....	29
3.3. Procedimiento .....	29
3.4. Análisis de datos.....	30
<b>4. RESULTADOS.....</b>	<b>35</b>

---

<b>5. DISCUSIÓN .....</b>	<b>45</b>
<b>6. CONCLUSIONES.....</b>	<b>53</b>
6.1. Conclusiones .....	53
6.2. Limitaciones del estudio.....	54
6.3. Propuestas de futuro.....	55
<b>7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>59</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>69</b>
ANEXO I. Cuestionario de impacto social.....	71

---

## Índice de TABLAS

---

<b>Tabla 1.</b> Características sociodemográficas de la muestra .....	28
<b>Tabla 2.</b> Estadísticos descriptivos sobre la percepción social de los residentes .....	36
<b>Tabla 3.</b> Análisis de correlación de las dimensiones .....	37
<b>Tabla 4.</b> Comparativa de la percepción social según la fase del evento .....	37
<b>Tabla 5.</b> Comparativa de la percepción social según el género.....	38
<b>Tabla 6.</b> Comparativa de la percepción social según el rango de edad.....	38
<b>Tabla 7.</b> Comparativa de la percepción social según el nivel de confianza en el gobierno local .....	39
<b>Tabla 8.</b> Características sociodemográficas en función del nivel de confianza en el gobierno local.....	41
<b>Tabla 9.</b> Análisis de regresión lineal múltiple.....	42



# MARCO TEÓRICO

---



# 1. MARCO TEÓRICO

## 1.1. Eventos deportivos

### 1.1.1. Conceptualización de eventos deportivos

En términos lingüísticos, según la Real Academia Española, el concepto de "evento" puede entenderse de dos maneras: acaecimiento y evento o hecho imprevisto (Real Academia Española, 2022, definición 1 y 2). Estas descripciones están relacionadas y describen un evento como algo que puede acontecer, suceder o que se espera que así sea (Ayora y García, 2004). Por otro lado, la tercera acepción que aparece al buscar la palabra "evento" en el diccionario de la Real Academia Española (2022) indica que es un "suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva". En el ámbito académico, una definición ampliamente extendida de este término es la ofrecida por los autores Shone y Parry (2010), quienes definen los eventos como:

fenómenos que surgen de ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, cultura o deporte, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o retar la experiencia de un grupo de personas (p.4).

Por su parte, Getz (2008) sostiene que los eventos constituyen fenómenos espacio temporales que se distinguen por su singularidad, resultado de las interacciones que tienen lugar entre el entorno, las personas y los sistemas de gestión, incluyendo los elementos de diseño y la programación. Este autor resalta que la principal atracción de los eventos radica en el carácter único que presenta cada uno, y también destaca la necesidad de que el asistente esté presente físicamente para disfrutar plenamente de la experiencia. Asimismo, Getz (2008) propone dos definiciones, una desde la perspectiva de los organizadores del evento y otra desde la perspectiva de los invitados:

1. Perspectiva de los organizadores del evento: se entiende por evento aquel que se caracteriza por su singularidad o por ocurrir con poca frecuencia, fuera de los programas o actividades habituales llevados a cabo por la entidad patrocinadora u organizadora.
2. Perspectiva del cliente o invitado: un evento se refiere a una oportunidad para experimentar actividades de ocio, sociales o culturales que trascienden las opciones habituales o van más allá de la experiencia cotidiana.

Bowdin et al., (2012) utilizan el término "evento" para referirse a rituales, demostraciones o festividades específicas que se organizan de manera consciente con el propósito de celebrar ocasiones significativas o lograr objetivos y metas sociales, culturales o corporativos.

Para Roche (2000), los mega eventos son eventos de amplia envergadura que abarcan aspectos deportivos, culturales y comerciales y que poseen un componente dramático, un atractivo masivo y relevancia internacional. Estos eventos suelen ser organizados por diversas colaboraciones de entidades gubernamentales y no gubernamentales, tanto a nivel nacional como internacional.

De esta forma, un evento se puede definir como una ocasión única o poco común, de corta duración, que permite a los consumidores una oportunidad participar en actividades sociales y recreativas que van más allá de su experiencia cotidiana. Estos eventos tienen el potencial de atraer turistas, así como de mejorar la reputación, la imagen o la conciencia de una región.

Mientras, en el ámbito deportivo, se pueden encontrar también diversas definiciones revisando la bibliografía sobre el tema. Añó (2003) entiende el evento deportivo como la planificación de una actividad deportiva más compleja por parte de una institución pública o privada. Esta descripción es muy general y no indica claramente el tipo de actividad ni el alcance de la cobertura mediática o los beneficios económicos generados.

Según Monroy (2008), los grandes eventos deportivos se caracterizan por ser actividades de gran impacto social, que reciben una amplia cobertura mediática y generan considerables beneficios económicos. De acuerdo con este autor, un evento que no posea una amplia cobertura mediática ni altos ingresos económicos sería considerado simplemente como un evento deportivo sin la categoría de "*grande*". Adicionalmente, estos eventos se distinguen por ser únicos, no repetitivos, intangibles, implicar un alto nivel de contacto personal o interacción, requerir una intensa labor y tener una duración limitada en el tiempo (Crespo, 2011).

Desbordes y Falgoux (2006) consideran un evento deportivo un espacio donde asisten hombres y mujeres para celebrar de forma colectiva un espectáculo deportivo y cultural, promoviendo el intercambio, las relaciones y la convivencia, brindando la oportunidad de romper la rutina. En otras palabras, es un acontecimiento social que involucra emociones y genera un sentido de identidad.

Siguiendo esta línea, Camy y Robinson (2008) definen un evento deportivo como una reunión social que congrega a una multitud de personas en torno a actividades de carácter competitivo. Además, es probable que este evento sea cubierto por los medios de

comunicación. Debido a que los eventos deportivos tienen una duración específica, es posible elaborar previamente un plan que detalle las tareas y los plazos de tiempo específicos.

En conclusión, según numerosos autores un evento deportivo se caracteriza por ser una actividad que combina la competición y la celebración, genera una destacada atención social y mediática, y tiene la capacidad de generar ingresos económicos por sí mismo. Por consiguiente, no todas las actividades deportivas deben ser consideradas como eventos.

### 1.1.2. Características de los eventos deportivos

Los eventos deportivos engloban una amplia diversidad de acontecimientos que se distinguen entre sí por sus características propias. Cada evento, ya sea un campeonato, una maratón, un torneo u otro tipo de encuentro deportivo, presenta elementos propios que los diferencian y les confieren singularidad. A pesar de la minuciosa planificación previa de cualquier evento, es importante reconocer que existe un nivel de incertidumbre considerable en cuanto a si las actividades se desarrollarán completamente según lo planificado. Como menciona Cerezuela (2003), esta incertidumbre es inherente a la naturaleza de los eventos deportivos.

Shone y Perry (2010) han identificado y asignado una serie de características específicas a los eventos deportivos. Estas características sirven para comprender la singularidad y relevancia de estos eventos en el ámbito deportivo y social.

- *Unicidad*: cada evento es único y singular en su naturaleza. Cada edición no se repite de la misma manera ni tiene las mismas circunstancias. Esto otorga al evento deportivo un valor especial y una vivencia excepcional tanto para participantes y espectadores.
- *No repetibilidad*: a diferencia de otras actividades regulares, los eventos deportivos no son repetibles en el mismo formato o contexto exacto. Cada evento tiene una configuración específica y no se puede recrear exactamente de la misma manera.
- *Intangibilidad*: los eventos deportivos se caracterizan por ser intangibles, lo que significa que no se pueden tocar ni poseer físicamente. Son experiencias que se viven y se perciben a través de los sentidos, generando emociones y recuerdos en los participantes y espectadores.
- *Altos niveles de contacto personal e interacción*: los eventos deportivos brindan oportunidades para socializar y construir relaciones, ya sea de forma directa, entre los participantes, o indirectamente con el público.

- *Intensidad del trabajo*: la organización logística del evento está estrechamente vinculada al grado de complejidad inherente a su desarrollo. A medida que aumenta la complejidad del evento, se requiere un mayor número de personal, una mayor necesidad de comunicación y un incremento en el número de unidades de trabajo involucradas en su ejecución, entre otros aspectos.
- *Escala temporal limitada*: los eventos deportivos tienen una duración específica y están delimitados en el tiempo, lo que implica una planificación precisa y un período de ejecución definido. Esta temporalidad abarca desde la etapa inicial de planificación y diseño del proyecto hasta la evaluación final del evento, con fechas de inicio y finalización claramente establecidas.

Por otro lado, con el propósito de clasificar los eventos deportivos y definir los requisitos necesarios para que una actividad deportiva sea considerada como tal, Añó (2000) identifica los siguientes atributos:

1. Repercusión social.
2. Nivel de asistencia de público.
3. Presencia en los medios de comunicación.
4. Nivel de audiencia televisiva.

Estas cuatro características guardan una estrecha relación entre sí, dado que la presencia de público en el evento conlleva una repercusión social, lo cual a su vez atrae la atención de los medios de comunicación y, en última instancia, tiene un impacto en la audiencia televisiva (Pérez-Campos, 2010).

Estos cuatro criterios han sido identificados como los factores más relevantes que definen la actividad física como evento deportivo. En la mayoría de los casos, las tres primeras características se cumplen, ya que la actividad deportiva genera cierta repercusión a nivel local, lo que a su vez conduce a una amplia participación pública y cobertura de los medios, incluso a nivel local. Sin embargo, este no es el caso de los telespectadores, ya que en la mayoría de las competiciones la audiencia es baja, a excepción de ciertos deportes específicos (Añó, 2011).

Además de los cuatro factores mencionados anteriormente, es preciso considerar otros criterios específicos relacionados con el deporte en particular, los cuales ayudan a determinar si una actividad física puede ser considerada como un evento:

5. Tipo de deporte.
6. Dificultad de la práctica.

El tipo de deporte tiene un papel importante en su potencial impacto social, ya que los deportes más populares tienen una gran repercusión y atraen naturalmente a un gran número de espectadores, mientras que los deportes minoritarios o de menor accesibilidad cuentan con una audiencia más limitada. Por otro lado, el nivel de dificultad está muy relacionado con el número de practicantes y seguidores, de manera que los deportes de mayor dificultad tendrán menor impacto que los de menor destreza (Añó, 2003).

Finalmente, todas las características mencionadas dan lugar a otros dos factores decisivos que aumentan la importancia de un evento y determinan si se trata de un gran evento deportivo.

7. Patrocinadores.
8. Ingresos propios.

Estos dos últimos factores reflejan el alcance del acontecimiento. Los eventos deben ser apoyados económicamente por patrocinadores, ya sean empresas privadas o marcas comerciales que busquen beneficios económicos, tanto a corto como a largo plazo. Además, el evento puede generar ingresos propios considerables a través de la venta de entradas y/o artículos conmemorativos.

Según Pérez-Campos (2010), todas las características mencionadas anteriormente se derivan de tres dimensiones que conforman el concepto de evento deportivo:

1. La dimensión psico-social: se refiere a la interacción entre los individuos en el contexto del evento deportivo. Incluye aspectos como la repercusión social, la presencia en los medios de comunicación, el nivel de asistencia de público y la audiencia televisiva.
2. La dimensión deportiva: engloba las características del tipo de deporte y la dificultad de su práctica.
3. La dimensión económica: se centra en el respaldo financiero del evento a través del patrocinio de marcas comerciales y corporativas privadas y la obtención de ingresos propios.

### **1.1.3. Clasificación de eventos deportivos**

Después de haber planteado la conceptualización y las características de los eventos deportivos, es relevante destacar que la clasificación de eventos. El tipo de evento se convierte en un recurso indispensable para la gestión y planificación de estos. Esta clasificación permite organizar y categorizar los diferentes tipos de eventos deportivos, lo cual resulta fundamental para comprender sus características particulares y atender sus necesidades específicas. De esta manera, se facilita la toma de decisiones, la asignación

eficiente de recursos y la implementación de estrategias adecuadas para cada tipo de evento deportivo.

Entre las diversas clasificaciones existentes, la propuesta por Wilson (2006) destaca como un enfoque ampliamente utilizado y reconocido en el campo de los eventos deportivos. Este autor ha desarrollado una clasificación que se basa en el impacto económico generado por dichos eventos y ha sido ampliamente reconocida y adoptada en la industria debido a su relevancia y utilidad en la planificación y gestión de eventos deportivos.

- Tipo A: grandes eventos deportivos internacionales, irregulares y únicos, que provocan un impacto económico significativo y despiertan un gran interés mediático (por ejemplo, Juegos Olímpicos, o la Copa Mundial de Fútbol).
- Tipo B: eventos deportivos regulares con una gran afluencia de espectadores y un impacto económico significativo, captando la atención de los medios de comunicación y formando parte de un calendario deportivo anual (por ejemplo, Open Golf, Gran Slam de tenis, Tour de Francia, Super Bowl, etc.).
- Tipo C: grandes eventos internacionales, irregulares y únicos con un impacto económico limitado (por ejemplo, Campeonatos Mundiales y Europeos de deportes no tan populares como balonmano, fútbol sala o hockey).
- Tipo D: eventos nacionales que forman parte de un calendario deportivo anual y que tienen un impacto económico limitado (por ejemplo, Campeonatos Nacionales en la mayoría de deportes).
- Tipo E: eventos de menor importancia competitiva y de espectadores con limitado impacto económico e interés mediático (por ejemplo, eventos deportivos regionales y locales en la mayoría de deportes).

Por otro lado, Getz y Page (2016) presentan una clasificación de eventos según su tamaño:

- Mega eventos ocasionales: son eventos de gran envergadura que atraen turismo a nivel mundial y tienen una posición de mercado dominante. Estos eventos tienen un impacto económico y social extremadamente alto en el país anfitrión (por ejemplo, los Juegos Olímpicos y la Copa del Mundo de fútbol).
- Eventos distintivos periódicos: son eventos que también atraen turismo a nivel mundial y tienen un alto valor de mercado. Tienen un impacto económico y social importante en la localidad o región donde se realizan (por ejemplo, Gran Vuelta Ciclista, grandes premios de Fórmula 1, Roland Garros).

- Eventos regionales: son eventos con atractivo turístico y valor de mercado moderados. Su impacto se concentra en la ciudad anfitriona y su área de influencia (por ejemplo, eventos deportivos regionales en la mayoría de los deportes).
- Eventos locales: son eventos con una baja demanda turística y un valor de mercado e impacto limitados a la ciudad anfitriona (por ejemplo, eventos locales en la mayoría de los deportes).

## 1.2. Sport4Cancer Mar Menor Games

Sport4Cancer Mar Menor Games (en adelante Sport4Cancer) es un gran evento multideportivo internacional sin ánimo lucro que tuvo lugar en la Región de Murcia (España) entre los días 20 y 23 de abril de 2023. Estuvo destinado a todos los públicos: personas que no realizan suficiente actividad física, personas con discapacidad, mujeres, inmigrantes, deportistas federados y amateurs etc., pero especialmente a supervivientes de cáncer y sus familiares y amigos, fomentando en todos ellos la práctica deportiva.

Sport4Cancer nace como proyecto Erasmus+, cofinanciado por la Unión Europea, convocatoria ERASMUS-SPORT-2021-SNCESE con el número de identificación 101050018. La duración total del proyecto es de 12 meses, concretamente del 1 de septiembre de 2022 al 31 de agosto de 2023.

Sport4Cancer es un ejemplo de un evento deportivo con un propósito benéfico que fomenta la participación activa de la comunidad en la lucha contra el cáncer. Tales eventos permiten a los participantes satisfacer varios motivos a la vez, por ejemplo, practicar deporte, disfrutar del tiempo libre y divertirse mientras contribuyen a una causa benéfica (Bennett et al., 2007).

El programa del Sport4Cancer Mar Menor Games incluyó más de 100 actividades deportivas y lúdicas de una amplia variedad, tanto competitivas, exhibiciones o participativas, y reunió a más de 10.000 participantes nacionales e internacionales. Además, se organizaron actividades recreativas y lúdicas para todas las edades con un ámbito familiar, con el fin de promover la participación de todos los integrantes de la comunidad. La inclusión de diferentes disciplinas deportivas en el evento permite una mayor participación de atletas y países y, por consiguiente, un mayor alcance.

El evento tuvo lugar en los municipios costeros del Mar Menor, específicamente en San Javier, San Pedro del Pinatar, Los Alcázares y Cartagena. Esta ubicación estratégica brinda la oportunidad de practicar una amplia variedad de deportes en diferentes escenarios, como deportes en pista, terrestres, náuticos, acuáticos, entre otros. Sport4Cancer fue

organizado por la Universidad de Murcia y la Unión de Federaciones Deportivas de la Región de Murcia y contó con la colaboración de 12 instituciones europeas provenientes de Alemania, Bulgaria, Croacia, Eslovenia, Francia, Grecia, Italia, Lituania, Portugal y Turquía.

Además, paralelamente al evento deportivo, se celebró un congreso científico sobre la actualidad en el ámbito de la actividad física y el cáncer y se acondicionaron espacios de ocio y música en todo el recinto del evento, con zonas recreativas infantiles y gran diversidad de actividades.

Todas las actividades deportivas fueron organizadas, coordinadas y supervisadas por personal cualificado y experto en las diferentes disciplinas deportivas. Igualmente, se contó con la participación de más de 120 voluntarios para la realización de tareas logísticas, informativas y sostenibles.

### **1.3. Percepción del impacto social de eventos deportivos**

La percepción es un proceso cognitivo fundamental que implica el reconocimiento, la interpretación y la atribución de significado a las sensaciones de un individuo provenientes del entorno físico y social (Vargas, 1994). Este proceso está influenciado por diversos factores, como las vivencias y principios individuales, la ideología y las costumbres y prácticas tradicionales (Altés, 1997). Concretando el término en el ámbito social, Aronson et al. (2010) entienden la percepción social como el proceso cognitivo activo por un individuo genera percepciones y juicios acerca de los demás, además, se encuentra determinado por las motivaciones, emociones y la capacidad cognitiva de cada individuo.

Por otro lado, al abordar la definición de los impactos sociales resultantes de los eventos deportivos, se observa una clara inclinación a conceptualizarlos desde la perspectiva turística debido que la mayoría de las investigaciones existentes han establecido una estrecha relación entre el impacto social y el turismo, considerando los eventos deportivos como celebraciones que generan interés turístico (Añó et al., 2012; Fredline et al. 2003). En este sentido, Mathieson y Wall (1982) describen los impactos sociales como "cambios en la calidad de vida de los residentes de los destinos turísticos" (p. 137), mientras Oshimi et al. (2016) lo consideran como las impresiones inmediatas de los residentes sobre los impactos sociales, culturales, ambientales, físicos y económicos.

El apoyo de los residentes de las localidades de acogida a la organización de eventos deportivos se fundamenta en la percepción de los impactos que estos eventos generarán en los mismos. La mayoría de los estudios que evalúan estos impactos utilizan la Teoría del Intercambio Social (TIS) para aclarar este fenómeno (Ap, 1992; Bull y Lovell, 2007; Gursoy et

al., 2002; Gursoy y Kendall, 2006; Karadakis y Kaplanidou, 2012; Ma et al., 2013; Vegara-Ferri et al., 2020). Esta teoría afirma que las personas evalúan los beneficios y los costes antes de tomar decisiones, y solo estarán dispuestas a participar en un intercambio si consideran que los beneficios superan los costes (Ap, 1992; Blau, 2017; Emerson, 1976).

El análisis del impacto social de un evento resulta práctico y valioso para aumentar su calidad. Sin embargo, en la actualidad no hay un marco teórico ampliamente reconocido y estandarizado para evaluarlo, lo cual ha llevado al desarrollo de diversidad de propuestas que abordan diferentes dimensiones bajo una variedad de nombres (Kim y Walker, 2012; Zhang et al., 2020). En la literatura internacional que aborda los impactos de los eventos deportivos, los aspectos más analizados son los socioculturales, económicos y ambientales, así como la evaluación de los impactos positivos o negativos y los beneficios y costes asociados.

En resumen, el impacto social de un evento deportivo consiste en los cambios que se producen en el bienestar de los residentes a distintos niveles (social, económico, cultural, físico o ambiental) como resultado de la acogida de dicho evento.

### **1.3.1. Beneficios económicos**

El impacto económico es uno de los campos más estudiados en el ámbito de los eventos deportivos. La mayoría de investigaciones se han enfocado principalmente en evaluar los efectos económicos generados por estos eventos, dejando en segundo plano los impactos sociales y ambientales, los cuales tradicionalmente han recibido menor atención por parte de los investigadores.

Según Lee (2008), el impacto económico de un evento deportivo se refiere al cambio neto que experimenta la economía local como resultado de su celebración. Este impacto económico se define como el flujo de ingresos que genera el gasto turístico para la comunidad anfitriona. En este sentido, un análisis de impacto económico tiene como propósito medir de manera exhaustiva los beneficios que la sociedad obtiene como resultado de un evento (Crompton, 2006).

Hay que destacar que la celebración de eventos deportivos puede tener diversos impactos económicos en las localidades que los acogen, tanto positivos como negativos. Por un lado, la organización de estos eventos puede generar efectos económicos favorables, como, por ejemplo, el aumento de los ingresos para las ciudades que los acogen, la atracción de nuevos inversores, el estímulo de los comercios de la localidad, o la creación de oportunidades de empleo (Deccio y Baloglou, 2002; Kaplanidou et al. 2013; Ritchie, 1984; Zhang et al., 2020).

Por otro lado, la organización de dichos eventos deportivos implica también una serie de efectos o impactos negativos relacionados, como el posible aumento de los precios, la deficiente gestión de los fondos públicos y la carga fiscal para sufragar los equipamientos e infraestructuras necesarias (Deccio y Baloglou, 2002; Gursoy et al., 2002; Solberg y Preuss, 2007). Con frecuencia, los organizadores de los eventos y los gobiernos de las localidades de acogida tienden a sobreestimar los beneficios negativos con el fin de justificar la realización del evento y garantizar el respaldo financiero de la comunidad (Johnston et al., 2021).

### **1.3.2. Beneficios socioculturales y psicosociales**

Otro aspecto importante relacionado con la celebración de eventos deportivos se refiere a los impactos socioculturales y psicosociales. Resulta claro que estos eventos no solo generan repercusiones económicas en la ciudad anfitriona, sino que también pueden generar efectos que afectan a la vida cotidiana de los residentes como fenómenos sociales que son. Por lo tanto, en los últimos años se han llevado a cabo multitud estudios de percepción social que han permitido identificar los impactos positivos y negativos dentro de este ámbito.

Los residentes de la localidad de acogida son quienes mayormente asisten a los eventos deportivos, como participantes o espectadores, lo que los convierte en los principales beneficiarios o perjudicados por su celebración. Es fundamental que tanto los organizadores de estos eventos como el gobierno local sean conscientes y consideren las necesidades de la comunidad local (Fredline et al., 2002). Una forma de obtener la perspectiva de los residentes es mediante la evaluación de los impactos socioculturales, lo cual les brinda la oportunidad de familiarizarse, respaldar y sentirse identificados con el evento (Añó et al., 2013).

Los eventos deportivos suelen tener repercusiones tanto directas como indirectas en los residentes de las comunidades anfitrionas. Esto les permite observar cambios sociales que, dependiendo de la extensión de la localidad, la escala del evento y sus características particulares, pueden producir distintos beneficios e impactos a largo plazo (Chalip, 2006; Gibson et al., 2012).

Diversos autores han destacado cómo la celebración de eventos deportivos acarrea una gran variedad de impactos socioculturales positivos, como la oportunidad de conocer nuevas personas, el aumento del orgullo cívico, la mejora la cohesión de la comunidad o la solidaridad y hospitalidad de los residentes, el entendimiento y apreciación de otras culturas, el fortalecimiento de las tradiciones o el desarrollo de la identidad nacional (Cheng y Jarvis, Chiam y Cheng, 2013; 2010; Fredline y Faulkner, 2000; Kim et al., 2006; Lindblom et al., 2022; Malfas et al., 2004; Prayag et al., 2013; Waitt, 2003; Zhou y Ap, 2009). Además, los eventos

deportivos tienen el potencial de contribuir a la transformación de las comunidades alineándose con la estrategia del Deporte para el Desarrollo y la Paz y en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluso cuando la organización del evento no esté explícitamente impulsada por esta estrategia (Lindblom et al., 2022)

Los eventos deportivos también generan beneficios de índole psicosocial. Como fenómeno social suelen generar un ambiente lúdico y festivo que ofrece una oportunidad excepcional para el entretenimiento de los residentes y el intercambio de experiencias, a la vez que contribuye a mejorar la oferta de actividades recreativas de la ciudad (Fredline, 2005; Kim et al., 2006; Preuss y Solberg, 2006).

Según Quintero-Santos (2004), las relaciones entre residentes y turistas son la principal fuente de impactos socioculturales generados por estos eventos. Sin embargo, los beneficios psicosociales, al ser aspectos más intangibles, son difíciles de cuantificar (Mair y Whitford, 2013), por lo que son más difíciles de medir (Johnston et al., 2021).

Además, es importante tener en cuenta que la organización de eventos deportivos pueda motivar e incentivar a los residentes a participar en actividades deportivas, mejorando así su calidad de vida (Malfas et al., 2004). No obstante, no existe una opinión común sobre los efectos de los eventos deportivos en la práctica de actividades físicas y deportivas, ya que no hay estudios longitudinales que hayan analizado que los eventos deportivos importantes aumenten la participación de las personas en dichas actividades (Coalter y Taylor, 2008; Hamer et al., 2014; Murphy y Bauman, 2007; Weed et al., 2009).

### **1.3.3. Beneficios en la imagen y promoción**

Con la celebración de eventos deportivos, la localidad también busca obtener beneficios de su imagen y promover sus atractivos turísticos. La promoción y mejora de la imagen de la localidad a nivel internacional es altamente valorada (Zhou y Ap, 2009), así como la revitalización de la comunidad (Añó et al., 2012; Mao y Huang, 2016).

Diferentes estudios han encontrado que la percepción del destino por parte de los turistas es uno de los elementos más importantes al seleccionar un lugar y establecer tácticas para potenciar la calidad del evento (Allameh et al., 2015; Barker et al., 2002; Byon y Zhang, 2010, Gallarza et al., 2002; Pratt y Chan, 2016). De esta forma, este tipo de eventos ayudan a impulsar el turismo, aumentando la cantidad de visitantes en las localidades de acogida. También podrían extender el tiempo de visita y los gastos asociados, lo que a su vez podría impulsar la generación de empleo y el desarrollo económico de la comunidad.

Así, la celebración de eventos deportivos desempeña un papel importante en la promoción de la imagen y la popularidad de la localidad de acogida desde el punto de vista de la práctica deportiva. A través de reportajes y campañas publicitarias en los medios de comunicación, los eventos deportivos pueden aumentar la visibilidad de las localidades de acogida. A Mediante el análisis de las campañas publicitarias difundidas por los medios sociales y otros canales respecto a la sede de dichos eventos, se puede observar que las noticias y comentarios positivos pueden tener un impacto significativo en la imagen de la sede y en la percepción de los residentes (Wang, 2022).

Los organizadores de eventos deben promover la interacción entre los espectadores y el evento mediante el uso de diversas redes sociales, como Facebook, Instagram, YouTube o TikTok. Esta interacción con el público puede lograrse mediante campañas en las redes sociales donde los espectadores compartan imágenes y videos utilizando un *hashtag* específico, compitiendo por el mejor contenido y premiando al participante más popular. Además, colaborar con creadores de contenido en las plataformas de transmisión puede ser una estrategia de marketing efectiva (Byon et al., 2022).

#### **1.3.4. Costes sociales**

Sin embargo, los eventos deportivos no siempre generan impactos positivos para la localidad, su entorno y sus residentes, ya que también pueden acarrear costes sociales y efectos negativos, especialmente en lo que respecta al medioambiente. Los efectos desfavorables en términos ambientales suelen estar vinculados con el daño y la destrucción de las áreas naturales y los ecosistemas (Añó et al., 2012; Fredline et al., 2013; Hanrahan y Maguire, 2016; Kiani y Nazari, 2021; Ritchie et al., 2009), las transformaciones en el uso del suelo, la degradación del legado cultural e histórico o la polución de las áreas costeras, fluviales o lacustres (Kim et al., 2006).

Otros efectos adversos en el entorno natural pueden deberse a la construcción temporal de estructuras o instalaciones destinadas a satisfacer los requerimientos del evento (Malfas et al., 2004); así como la contaminación acústica, la congestión del tráfico o la acumulación de residuos (Balduck et al., 2011; Barker et al., Humphreys y Pyun, 2018; Kim et al., 2006; Prayag et al., 2013; Polcsik et al., 2022; Ritchie et al., 2009).

No obstante, una adecuada planificación logística de las vías de comunicación y desplazamiento puede ser útil para un mejor control del tráfico en la localidad de acogida y facilitar así un desarrollo más fluido del evento deportivo (Wang, 2022). Además, según este autor también puede proporcionar comodidad en los desplazamientos de los residentes y el turismo, lo que a su vez contribuye al desarrollo económico de la propia localidad de acogida.

### 1.3.5. Intenciones futuras

Las intenciones futuras de un consumidor se pueden comprender según dos conceptos clave, por un lado, el deseo de recomendar un servicio, y, por otro lado, el deseo de volver a vivir la experiencia (Liu et al., 2017). En este sentido, Zeithaml et al. (2006) señalaron que los principales comportamientos de los consumidores son la intención de volver a comprar el servicio y la intención de recomendarlo a otros. No obstante, estos comportamientos se ven directamente afectados tras la experiencia de consumo por parte del usuario (Mittal et al., 1999), y es en ese momento que el usuario puede generar la intención de recomendar o volver a comprar, basándose en su nivel de satisfacción.

Sin embargo, es frecuente que los consumidores no repitan la compra de un servicio o producto, a pesar de mostrar una actitud positiva hacia su consumo. Según Dick y Basu (1994), esta actitud se conoce como "*fidelidad latente*" y se manifiesta cuando el consumidor ha realizado una compra y evalúa el producto de forma objetiva y positiva, demostrando su satisfacción con la adquisición, aunque no lo vuelva a comprar en el futuro.

Además, Moliner y Fuentes (2011) agregaron que la satisfacción del cliente siempre está presente en las negociaciones comerciales y el manejo de servicios o productos, sin importar la naturaleza del negocio. De todo esto se puede inferir que una experiencia positiva aumenta la satisfacción del cliente y fortalece su lealtad hacia la empresa, mientras que una experiencia insatisfactoria tiene un impacto negativo en la lealtad del cliente (Elasri et al., 2015).

Extrapolando este contexto a un evento deportivo, puede interpretarse que las intenciones futuras surgen del deseo de recomendar el evento a otros y la intención de volver a asistir en futuras ediciones. Además, las cuales se verán influenciadas por la forma en la que los turistas y residentes perciben el impacto social de dicho efecto (Inoue y Havard, 2014; Oshimi et al., 2021). En otras palabras, la percepción de los efectos sociales, ya sean positivos o negativos, que genera un evento deportivo impactará directamente en el nivel de respaldo y en la disposición de las personas a participar nuevamente en el evento o a recomendarlo a otros (Vegara-Ferri, 2022).

Diversos estudios han examinado las intenciones futuras de los espectadores en eventos deportivos, así como la relación entre la percepción del impacto social y las intenciones de los residentes de asistir a dichos eventos, encontrando una correlación entre la percepción de los impactos positivos y negativos y el respaldo al evento (Calabuig et al., 2016; Kim et al., 2016; Parra-Camacho et al., 2016; Parra-Camacho y Duclos, 2013; Vegara-Ferri et al., 2020). Por tanto, es fundamental comprender la opinión de los asistentes y residentes sobre el impacto de un evento deportivo en su comunidad, ya que esto determina

su nivel de interés, apoyo e identificación con dicho evento. Al maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos, se fomenta el desarrollo social, cultural y económico de los municipios (Añó et al., 2013; Parra-Camacho et al., 2012).

# OBJETIVOS

---



## 2. OBJETIVOS

### 2.1. Objetivo general

El objetivo general de este estudio es analizar la percepción social de los residentes de los municipios de acogida del gran evento europeo Sport4Cancer 2023 comparando los resultados según fase, género y edad.

### 2.2. Objetivos específicos

- *Objetivo específico 1.* Describir la percepción social de los residentes de los municipios de San Javier, San Pedro del Pinatar, Los Alcázares y Cartagena sobre el evento deportivo europeo Sport4Cancer y analizar la relación existente entre las variables.
- *Objetivo específico 2.* Comparar la percepción social de los residentes de las localidades de acogida del evento Sport4Cancer en dos momentos del tiempo (antes y durante).
- *Objetivo específico 3.* Comparar la percepción social de los residentes de las localidades de acogida del evento Sport4Cancer en función de la perspectiva de género.
- *Objetivo específico 4.* Comparar la percepción social de los residentes de las localidades de acogida del evento Sport4Cancer en función de la edad.
- *Objetivo específico 5.* Analizar y comparar la percepción social de los residentes de las localidades de acogida del evento Sport4Cancer, realizando un análisis de conglomerados, según el nivel de confianza con la gestión del gobierno local.
- *Objetivo específico 6.* Estimar las variables de percepción social influyentes en las intenciones futuras de los residentes de las localidades de acogida del evento Sport4Cancer.



# **METODOLOGÍA**

---



### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. Muestra

La muestra total de esta investigación estuvo constituida por un total de 626 encuestas válidas realizadas (número de encuestas rechazadas: 43) por los residentes de alguno de los cuatro municipios sede del evento (San Javier, San Pedro del Pinatar, Los Alcázares y Cartagena): 420 de la fase previa y 206 de la fase in situ. El proceso seguido para la selección de los sujetos de estudio consistió en un muestreo no probabilístico de conveniencia.

La Tabla 1 recoge las características sociodemográficas más relevantes de la muestra. El porcentaje de hombres que participaron en la encuesta fue del 34,7%, mientras que el porcentaje de mujeres fue del 62,6%. Teniendo en cuenta la perspectiva de género, el 36,6% pertenecía al género masculino, 62,1% al femenino y un 0,3% a no binario, con una edad media de  $41,86 \pm 12,9$  años. Atendiendo a la situación laboral, el 63,9% de los encuestados son empleados/contratados.

Analizando la intención del residente, en la fase pre-evento el 47,1% no tenía conocimientos previos sobre el evento Sport4Cancer, mientras que en la fase in situ este porcentaje asciende a un 82,5%. Por otro lado, el 10,5% iba a seguir el evento, 24,6% lo iba a seguir por redes sociales y un 67,3% iba a asistir al evento.

En ambas fases del estudio, se observó que el grupo con el mayor porcentaje de nivel educativo correspondía a los universitarios, representando aproximadamente el 39,1%. Con relación al estado civil de los encuestados, el mayor porcentaje en la fase pre-evento fue casado/a o conviviendo en pareja con un 70,5%, mientras que en la fase in situ fue soltero/a con un 55,3%.

Por último, el 85,5% de los encuestados practican actividad física, siendo la frecuencia de 2,5 a 5 horas la que representa un mayor porcentaje (38,2%), seguido de más de 5 horas (27,5%).

**Tabla 1.** Características sociodemográficas de la muestra

Variables		Pre-evento		In situ	
		M	DT	M	DT
Edad		44,7	11,3	36	13,9
		N	%	N	%
Conocimiento Previo Sport4Cancer	Sí	198	47,1%	170	82,5%
	No	222	52,9%	36	17,5%
Voy a seguir el evento	Sí	57	13,6%	9	4,4%
Seguiré el evento en redes sociales	Sí	123	29,3%	31	15,0%
	No	172	41,0%	33	16,0%
Asistiré al evento	Sí	248	59,0%	173	84,0%
Sexo	Hombre	165	39,3%	69	33,5%
	Mujer	255	60,7%	137	66,5%
Género	Masculino	160	38,1%	69	33,5%
	Femenino	254	60,5%	135	65,5%
	No binario	1	0,2%	1	0,5%
	Otro	5	1,2%	1	0,5%
Estado civil	Soltero/a	82	19,5%	114	55,3%
	Casado/a o conviviendo en pareja	296	70,5%	81	39,3%
	Separado/a o divorciado/a	36	8,6%	6	2,9%
	Viudo/a	6	1,4%	5	2,4%
Nivel de estudios	Sin estudios	2	0,5%	0	0,0%
	Primaria	18	4,3%	11	5,3%
	Secundaria	18	4,3%	16	7,8%
	Bachillerato/FP	134	31,9%	66	32,0%
	Universitarios	158	37,6%	87	42,2%
	Post universitarios	90	21,4%	26	12,6%
Situación laboral	Trabajador autónomo	44	10,5%	22	10,7%
	Empleado/contratado	298	71,0%	102	49,5%
	Estudiante	16	3,8%	36	17,5%
	Estudiante y trabajador a tiempo parcial	9	2,1%	15	7,3%
	Sin empleo	16	3,8%	13	6,3%
	Retirado/a o jubilado	26	6,2%	8	3,9%
	Amo/a de casa	11	2,6%	10	4,9%
Práctica Actividad Física	Sí	358	85,2%	177	85,9%
	No	62	14,8%	29	14,1%
Frecuencia Actividad Física	Nunca	41	9,8%	15	7,3%
	Entre 1 y 2,5 horas	102	24,3%	57	27,7%
	Entre 2,5 a 5 horas	169	40,2%	70	34,0%
	Más de 5 horas	108	25,7%	64	31,1%

## 3.2. Instrumentos

*Cuestionario de Impacto Social.* A partir del Cuestionario de Impacto Social de Vegara-Ferri et al. (2020), se elaboró una versión adaptada que incluye un total de 27 ítems estructurados en cinco dimensiones: beneficios económicos (3 ítems), beneficios socioculturales y psicosociales (8 ítems), beneficios en la imagen y promoción (7 ítems), costes sociales (5 ítems) e intenciones futuras (5 ítems). La escala de evaluación fue de tipo Likert de siete anclajes (1.- Muy en desacuerdo; 7.- Muy de acuerdo). La fiabilidad de la escala arrojó un valor de Alfa de Cronbach de 0.931.

La escala fue sometida a un control a la hora de depurar la base de datos con el fin de obtener una muestra lo más válida y fiable posible, establecieron los siguientes criterios de exclusión:

- Tiempo de cumplimentación: el tiempo mínimo para completar la encuesta se fijó en 210 segundos (3:30 minutos) y fueron rechazadas aquellas que se finalizaron en menos tiempo, pues se entiende que los encuestados no dedicaron suficiente tiempo a leer las preguntas con atención o las respondieron al azar.
- Pregunta control: se agregó una pregunta extra de control al cuestionario como un filtro adicional para las respuestas aleatorias. Fueron excluidos todos los cuestionarios que en el ítem “Pregunta control: Marca un 4 en esta pregunta” señalaron una calificación diferente a “4” en la escala de Likert.
- Lugar de residencia: se excluyeron todos los cuestionarios cuya respuesta a la pregunta “Lugar de residencia” era un código postal que no pertenece a San Javier, San Pedro del Pinatar, Los Alcázares o Cartagena.
- Edad: los cuestionarios completados por menores de 16 años fueron rechazados. Con la aprobación de la Comisión de Ética de Investigación de la Universidad de Murcia (ID: 2492/2022).

Este cuestionario fue complementado con 11 preguntas sociodemográficas (sexo, género, edad, localidad de residencia, estado civil, nivel de estudios, situación laboral, práctica de actividad física, frecuencia de práctica de actividad física, confianza en el gobierno local y grado de interés en el deporte) (Anexo I).

## 3.3. Procedimiento

El presente estudio empleó una metodología de carácter cuantitativo, concretamente descriptivo comparativo de tipo transversal, mediante el uso de un cuestionario organizado en varios bloques de contenidos (Rodríguez y Cabrera, 2007). Anterior a la realización de este

trabajo, se actualizó la literatura del último año y medio, del 1 de enero de 2022 al 13 de marzo de 2023, partiendo de la tesis doctoral de Vegara-Ferri (2022).

Posteriormente, se realizó una adaptación del cuestionario al contexto del evento Sport4Cancer. La recogida de datos se realizó a través de diferentes medios, dependiendo de la fase. Durante la fase previa se utilizó Facebook Ads, la plataforma de anuncios patrocinados de esta red social, ya que permite orientar su publicidad en función de la edad, género y ubicación geográfica. En la fase in situ, un grupo de cuatro encuestadores equipados con *tablets* se desplazaron por las diferentes localizaciones del evento y se seleccionó a los participantes aleatoriamente. Además, se repartieron folletos con un código QR que facilitaba el acceso al cuestionario online a través de los teléfonos móviles personales de los asistentes.

En cuanto al cronograma de la recogida de datos de la investigación, esta tuvo lugar en dos fases pre-evento e in situ. La recogida de datos de la fase previa se inició dos semanas antes de la celebración del evento y finalizó el día anterior a su comienzo. La fase in situ se llevó a cabo durante la realización del evento, concretamente los días 22 y 23 de abril de 2023.

### **3.4. Análisis de datos**

Para analizar los datos obtenidos en el estudio y calcular los resultados se utilizó el SPSS v.28.0 para Windows. En primer lugar, se calcularon los estadísticos descriptivos de medias y desviaciones típicas para variables cuantitativas y de frecuencias y porcentajes para las variables categóricas. A continuación, se aplicó la prueba de Kolmogórov-Smirnov (K-S) para comprobar la normalidad de la muestra. Se realizó una prueba t de Student para comparar los resultados según la fase y el género, y la prueba ANOVA para comparar los resultados según la edad (Field, 2013).

También se realizó un análisis de conglomerados para analizar el perfil de los residentes seleccionando como variable dependiente el nivel de confianza que tienen sobre la gestión del gobierno local con independencia de la celebración del evento. El análisis de conglomerados permitió identificar la existencia de cuatro grupos poblacionales de los residentes: i) alta confianza; ii) confianza; iii) neutral; y iv) desconfianza.

Para la realización del análisis de conglomerados se utilizaron tanto métodos jerárquicos como no jerárquicos (k medias) para una mejor optimización de los resultados. El análisis de conglomerados se realizó siguiendo las indicaciones de Romesburg (1984). El análisis jerárquico usó el Método de Ward como referencia en el proceso de agrupación, mientras que para las medidas de similitud se seleccionó la distancia euclídea al cuadrado.

Posteriormente, se llevó a cabo el análisis no jerárquico de k medias tomando como referencia los centros de las soluciones del análisis de conglomerados jerárquico.

Una vez que se determinó la solución ideal del cúmulo según los criterios marcados por Hair et al. (2014) se identificaron las puntuaciones de las variables no incluidas en el análisis de conglomerados. Además, para la comparación de los perfiles sociodemográficos se realizaron tablas de contingencia para las variables categóricas a través de la prueba Chi-cuadrado (Khalilzadeh y Tasci, 2017).

Por último, se realizó una regresión lineal múltiple por pasos hacia atrás considerando como variable dependiente las intenciones futuras de los residentes hacia repetir futuras experiencias o recomendarlas. Mientras que las variables independientes fueron las dimensiones positivas y negativas de percepción social. El nivel de significación se estableció para un valor de  $p \leq 0,05$ .



# RESULTADOS

---



## 4. RESULTADOS

La Tabla 2 muestra la percepción de los residentes sobre Spor4Cancer Mar Menor Games. Con relación a la primera dimensión, *beneficios económicos*, el apoyo a la inversión pública en eventos deportivos fue el ítem mejor valorado (M=6,44 puntos), aunque en general todos los ítems de esta dimensión obtuvieron una puntuación alta.

En la segunda dimensión analizada, *beneficios socioculturales y psicosociales*, la mayoría de los ítems se sitúan por encima de los 5 puntos sobre 7 (moderado), exceptuando la mejora de la conservación de las carreteras, zonas verdes o jardines gracias al evento (M=4,99 puntos). Los ítems mejor valorados fueron la contribución del evento a mejorar el bienestar de los residentes y a proporcionar una experiencia inusual (M=5,78 puntos).

Los resultados de la dimensión *beneficios en la imagen y la promoción* muestran en la mayoría de los ítems valores cercanos a 6 puntos sobre 7, siendo la promoción del deporte entre los más jóvenes (M=6,25 puntos) el ítem mejor valorado. Por el contrario, la mejora de la imagen internacional del municipio fue el ítem peor valorado de esta dimensión (M=5,61).

La siguiente dimensión, *costes sociales*, es una dimensión negativa, lo que implica que una puntuación más baja corresponde una mejor valoración. Los problemas de aparcamiento (M=4,83 puntos) y la congestión de tráfico en el municipio (M=4,52) fueron los ítems peor valorados de la dimensión, mientras que la preocupación por la seguridad el mejor valorado (M=2,93 puntos).

Todos los ítems de la dimensión *intenciones futuras* muestran puntuaciones por encima de los 6 puntos sobre 7, siendo esta la dimensión mejor valorada de todas. El apoyo a la celebración del evento en el municipio es el ítem mejor valorado (M=6,47 puntos), seguido del interés por la participación futura del municipio en grandes eventos deportivos (M=6,48 puntos).

Finalmente, la *confianza en el gobierno local* obtiene 4,95 puntos, el grado de interés por participar en eventos deportivos 5,73 puntos y el grado de *interés por el deporte* en general 6,06 puntos.

**Tabla 2.** Estadísticos descriptivos sobre la percepción social de los residentes

Ítems	M	DT
<b>Beneficios Económicos</b>	6,18	1,0
La realización del evento producirá un aumento de la inversión en la localidad.	5,84	1,4
Estoy de acuerdo con la inversión pública en eventos deportivos de este tipo en el municipio.	6,44	1,1
La realización de este evento aportará beneficios a los comercios locales.	6,18	1,2
<b>Beneficios Socioculturales y Psicosociales</b>	5,59	1,3
Estoy emocionado/a con la realización de este evento deportivo en mi municipio.	5,49	1,7
La realización de este evento en mi municipio me incita a hacer más deporte en el futuro.	5,33	1,9
El evento proporcionará oportunidades para conocer nuevas personas con los mismos intereses que yo.	5,59	1,7
El evento contribuirá al bienestar de los propios residentes y a la sociedad en general.	5,78	1,4
El evento mejorará la solidaridad y hospitalidad de los residentes con los visitantes.	5,74	1,5
La organización del evento potenciará y ayudará a una mejor cohesión de la comunidad.	5,72	1,5
El evento proporcionará una experiencia inusual a los residentes.	5,78	1,4
El evento ayudará a un mejor mantenimiento de carreteras, zonas verdes y/o jardines.	4,99	1,9
<b>Beneficios Imagen y Promoción</b>	5,98	1,2
La organización del evento incrementará el prestigio deportivo del municipio.	6,09	1,4
El evento mostrará la capacidad del municipio para acoger eventos deportivos.	6,18	1,2
La organización del evento promociona el deporte entre los más jóvenes.	6,25	1,1
El evento producirá una mayor oportunidad de exposición nacional del municipio.	5,90	1,4
El evento mejorará la imagen internacional del municipio.	5,61	1,7
La celebración del evento fomentará el turismo en el municipio.	5,85	1,5
<b>Costes Sociales</b>	4,06	1,5
El evento producirá problemas de aparcamiento en el municipio.	4,83	1,8
El evento producirá una congestión del tráfico en el municipio.	4,52	1,8
El evento producirá un aumento del ruido en el municipio.	3,98	1,9
El evento aumentará la cantidad de suciedad/residuos en el municipio/naturaleza.	4,13	1,9
Estoy preocupado/a por la seguridad (actos vandálicos, robos o atentados).	2,93	2,1
<b>Intenciones Futuras</b>	6,36	1,1
Apoyo la celebración del evento en el municipio.	6,47	1,1
Me gustaría que mi municipio se ofreciera a participar en grandes eventos (deportivos) en el futuro.	6,48	1,1
Si tengo la oportunidad de asistir a un evento deportivo similar repetiré la experiencia.	6,18	1,3
Recomendaré el evento a amigos y familiares.	6,10	1,5
Me gustaría que el evento vuelva a celebrarse por mi localidad en futuras ediciones.	6,37	1,2
<b>Confianza en la gestión y la administración del gobierno local en general</b>	4,95	1,8
<b>Grado de interés. Interés por participar en eventos deportivos</b>	5,73	1,5
<b>Grado de interés. Interés por el deporte en general</b>	6,06	1,3

La Tabla 3 muestra el análisis de correlación entre las diferentes dimensiones de la percepción social del residente. Los resultados indicaron la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre la mayoría de dimensiones ( $p \leq 0,05$ ), excepto entre *costes sociales* con *beneficios económicos*, *intenciones futuras* y el *interés por el deporte*. La relación más fuerte tuvo lugar entre los *beneficios socioculturales y psicosociales* y *beneficios de imagen y promoción* ( $r=0,860$ ). Mientras que la relación significativa más baja tuvo lugar entre el *interés en eventos deportivos* y los *costes sociales* ( $r=-0,107$ ).

**Tabla 3.** Análisis de correlación de las dimensiones

Variables	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Beneficios Económicos	1							
2. Beneficios Socioculturales y Psicosociales	,788**	1						
3. Beneficios Imagen y Promoción	,763**	,860**	1					
4. Costes Sociales	-0,046	-,122**	-,110*	1				
5. Intenciones Futuras	,591**	,651**	,672**	-0,069	1			
6. Confianza gobierno local	,392**	,477**	,490**	-,115**	,350**	1		
7. Interés eventos deportivos	,523**	,649**	,597**	-,107*	,640**	,437**	1	
8. Interés deporte	,295**	,394**	,344**	0,000	,397**	,324**	,624**	1

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

\* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

La Tabla 4 muestra una comparativa de la percepción social de los residentes según la fase del evento. Las puntuaciones in situ fueron significativamente superiores a las puntuaciones pre-evento en todas las dimensiones excepto en la de *costes sociales*. En ambas fases, la dimensión mejor evaluada es la de *intenciones futuras*, mientras que la dimensión de *costes sociales* obtiene la puntuación más baja. Sin embargo, debido a que se trata de una dimensión negativa, es importante tener en cuenta que una puntuación más baja corresponde a una mejor valoración.

**Tabla 4.** Comparativa de la percepción social según la fase del evento

Variables	Pre-evento		In situ		Sig.
	M	DT	M	DT	
Beneficios Económicos	6,07	1,1	6,40	0,8	0,001*
Beneficios Socioculturales y Psicosociales	5,33	1,4	6,07	1,0	0,001*
Beneficios Imagen y Promoción	5,81	1,3	6,34	0,9	0,001*
Costes Sociales	4,11	1,5	3,97	1,6	0,295
Intenciones Futuras	6,21	1,2	6,63	0,8	0,001*
Confianza gobierno local	4,72	1,8	5,39	1,6	0,001*
Interés en eventos deportivos	5,45	1,6	6,31	1,0	0,001*
Interés en deporte	5,87	1,4	6,45	0,9	0,001*

\* $p \leq 0,001$

La Tabla 5 muestra las diferencias entre la percepción social de los residentes en función del género (masculino y femenino) de forma general en cada una de las dimensiones analizadas. Las puntuaciones del género femenino fueron significativamente superiores a las del masculino en *costes sociales* e *intenciones futuras*, mientras que las masculinas fueron significativamente superiores en la *confianza en el gobierno local* y en el *interés por el deporte*.

**Tabla 5.** Comparativa de la percepción social según el género

Variable	Masculino		Femenino		Sig.
	M	DT	M	DT	
Beneficios Económicos	6,18	1,1	6,20	0,9	0,739
Beneficios Socioculturales y Psicosociales	5,61	1,4	5,61	1,2	0,998
Beneficios Imagen y Promoción	5,91	1,3	6,06	1,1	0,146
Costes Sociales	3,89	1,6	4,16	1,5	0,041*
Intenciones Futuras	6,23	1,3	6,44	0,9	0,030*
Confianza gobierno local	5,16	1,7	4,85	1,8	0,032*
Interés en eventos deportivos	5,86	1,4	5,69	1,5	0,146
Interés en deporte	6,33	1,0	5,90	1,4	0,001*

\* $p \leq 0,05$

La Tabla 6 muestra las diferencias de percepción social de los residentes en función del rango de edad. Los grupo de menores de 35 años apreciaron más positivamente las dimensiones *beneficios socioculturales y psicosociales* y *beneficios de imagen y promoción* que los del grupo de edad entre 36 y 49 años, con diferencias estadísticamente significativas. Comparando el resto de grupos no se encontraron diferencias significativas, destacando la dimensión de *costes sociales* que obtiene puntuaciones similares en los tres rangos de edad, con 4,03 puntos, 4,09 puntos y 4,06 puntos respectivamente.

**Tabla 6.** Comparativa de la percepción social según el rango de edad

Variables	Hasta 35 años		Entre 36 y 49 años		50 o más		Sig.
	M	DT	M	DT	M	DT	
Beneficios Económicos	6,25	0,9	6,07	1,0	6,24	1,1	0,138
Beneficios Socioculturales y Psicosociales	5,75	1,2	5,41	1,4	5,63	1,4	0,037*
Beneficios Imagen y Promoción	6,12	0,9	5,80	1,4	6,05	1,3	0,015*
Costes Sociales	4,03	1,5	4,09	1,5	4,06	1,6	0,923
Intenciones Futuras	6,49	0,8	6,27	1,2	6,30	1,2	0,080
Confianza gobierno local	5,02	1,8	4,84	1,7	5,01	1,8	0,516
Interés en eventos deportivos	5,80	1,5	5,66	1,5	5,75	1,4	0,587
Interés en deporte	6,11	1,3	5,98	1,3	6,11	1,3	0,478

\* Diferencias estadísticamente significativas entre Grupo 1 y Grupo 2.

La Tabla 7 muestra las diferencias de percepción social de los residentes según el nivel de *confianza en el gobierno local*. Para ello, se realizó un análisis de conglomerados considerando como variable de referencia el ítem “Confío en la gestión y la administración del gobierno local de forma general”, solicitando a los residentes que puntuaran su *nivel de confianza a su gobierno local* obviando el evento Sport4Cancer.

El grupo 1, denominado “Alta confianza”, representó el 25,6% de la muestra y se caracterizó por tener una confianza total en el gobierno local ( $M=7,00\pm 0,00$ ); el grupo 2, denominado “Confianza”, mostró un nivel de confianza medio-alto en su gobierno local ( $M=6,00\pm 0,00$ ) y representó el 16,8% de la muestra; el grupo 3, denominado “Neutral”, fue el más numeroso y representó el 47,4% de la muestra, y mostró valores medios en su nivel de confianza en el gobierno local ( $M=4,22\pm 0,80$ ); mientras que el grupo 4, denominado “Desconfianza”, fue el grupo menos numeroso y representó al 10,2% de los residentes, los cuales mostraron el menor nivel de confianza en el gobierno local ( $M=1,44\pm 0,50$ ).

Los resultados mostraron diferencias estadísticamente significativas en todas las dimensiones ( $p\leq 0,05$ ) y entre todos los grupos, excepto en las dimensiones *costes sociales*, que se produjeron entre todos los grupos menos entre Grupo 1 y Grupo 4; *intenciones futuras*, que se produjeron entre todos los grupos menos entre Grupo 3 y Grupo 4; e *interés por el deporte*, que se produjeron entre todos los grupos excepto entre Grupo 1 y Grupo 3. Por otro lado, *costes sociales* fue la dimensión con menos diferencias significativas entre la percepción de los residentes.

**Tabla 7.** Comparativa de la percepción social según el nivel de confianza en el gobierno local

	Alta confianza (n = 153)	Confianza (n = 100)	Neutral (n = 283)	Desconfianza (n = 61)	Sig.
	M	M	M	M	
Beneficios Económicos	6,71(0,6)	6,29(0,6)	6,00(1,0)	5,53(1,7)	0,001*
Beneficios Socioculturales y Psicosociales	6,41(0,8)	5,78(0,9)	5,30(1,2)	4,50(1,9)	0,001*
Beneficios Imagen y Promoción	6,64(0,6)	6,18(0,8)	5,80(1,1)	4,65(2,0)	0,001*
Costes Sociales	3,76(1,8)	3,91(1,4)	4,30(1,4)	4,17(1,4)	0,008#
Intenciones Futuras	6,80(0,7)	6,57(0,6)	6,20(1,1)	5,68(1,7)	0,001+
Interés en eventos deportivos	6,65(0,9)	5,94(0,9)	5,40(1,4)	4,66(2,1)	0,001*
Interés en deporte	6,68(1,0)	6,19(0,8)	5,90(1,3)	5,38(1,8)	0,001\$

\* Diferencias significativas entre todos los grupos; # Diferencias significativas entre todos los grupos excepto entre Grupo 1 y Grupo 4; + Diferencias significativas entre todos los grupos excepto entre Grupo 3 y Grupo 4; \$ Diferencias significativas entre todos los grupos excepto entre Grupo 1 y Grupo 3.

La Tabla 8 muestra el perfil sociodemográfico de los residentes según el nivel de *confianza en el gobierno local*. El grupo “Alta confianza” fue el de menor edad, con una edad

media de 40,7 años ( $\pm 14,1$  años). El 41,2% eran hombres y el 58,8% mujeres, mientras que, si se atiende a la perspectiva de género, el 40,5% se corresponde al género masculino, 58,8% femenino y 0,7% no binario. En cuanto a la intención del residente, el 77,1% afirmó conocer el evento y el 78,4% que asistiría al evento. Por otro lado, el 59,5% estaba casado/a, seguido por el grupo de soltero/a que representó un 34%. El 53% contaba con formación universitaria y el 60,1% se encontraba en situación de empleado/contratado. Con relación a la actividad física, el 85,6% afirmó practicar deporte, 34,6% entre 2,5 a 5 horas y 34% más de 5 horas.

El grupo “Confianza” estuvo representado por un 44% de hombres y un 56% de mujeres con una edad media de 42,17 años ( $\pm 13,6$  años). Atendiendo a la perspectiva de género, el 43% corresponde al género masculino y el 55% al femenino. En cuanto a la intención del residente, el 60% afirmó conocer el evento y el 68% que asistiría al evento. Por otro lado, el 61% estaba casado/a, seguido por el grupo de soltero/a que representó un 32%. El 53% contaba con formación universitaria y el 65% se encontraba en situación de empleado/contratado. Con relación a la actividad física, el 82% afirmó practicar deporte, el 39% entre 2,5 a 5 horas y el 27% más de 5 horas.

El grupo “Neutral” estuvo representado por un 35,3% de hombres y un 64,7% de mujeres con una edad media de 42,03 años ( $\pm 12,3$  años). Atendiendo a la perspectiva de género, el 35,3% corresponde al género masculino y el 64,7% al femenino. En cuanto a la intención del residente, el 50,9% afirmó conocer el evento y el 64% que asistiría al evento. Por otro lado, el 59% estaba casado/a, seguido por el grupo de soltero/a que representó un 31,8%. El 61,5% contaba con formación universitaria y el 64,7% se encontraba en situación de empleado/contratado. Con relación a la actividad física, el 88,3% afirmó practicar deporte, el 42% entre 2,5 a 5 horas y el 25% entre 1 y 2,5 horas.

El grupo “Desconfianza” estuvo representado por un 29,5% de hombres y un 70,5% de mujeres con una edad media de 42,98 años ( $\pm 11,5$  años). Atendiendo a la perspectiva de género, el 23% corresponde al género masculino y el 72,1% al femenino. En cuanto a la intención del residente, el 45,9% afirmó conocer el evento y el 49,2% que asistiría al evento. Por otro lado, el 59% estaba casado/a, seguido por el grupo de soltero/a que representó un 31,8%. El 63,9% contaba con formación universitaria y el 63,9% se encontraba en situación de empleado/contratado. Con relación a la actividad física, el 78,7% afirmó practicar deporte, el 34% más de 5 horas y el 26,2% entre 1 y 2,5 horas.

Por último, se encontraron diferencias estadísticamente significativas ( $p \leq 0,05$ ) en las variables “Conocimiento previo Sport4Cancer”, “Voy a seguir el evento”, “Asistiré al evento”, “Género” y “Frecuencia de la Actividad Física”

**Tabla 8.** Características sociodemográficas en función del nivel de confianza en el gobierno local

Variables		Alta confianza (n = 153)	Confianza (n = 100)	Neutral (n = 283)	Desconfianza (n = 61)	Sig
		M(DT)	M(DT)	M(DT)	M(DT)	
Edad		40,7(14,1)	42,17(13,6)	42,03(12,3)	42,98(11,5)	0,628
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Conocimiento Previo Sport4Cancer	Sí	118(77,1)	60(60,0)	144(50,9)	28(45,9)	0,020*
	No	35(22,9)	40(40,0)	139(49,1)	33(54,1)	
Voy a seguir el evento	Sí	9(5,9)	6(6,0)	33(11,7)	17(27,9)	0,001*
Seguiré el evento en redes sociales	Sí	27(17,6)	28(28,0)	74(26,1)	16(26,2)	0,166
Asistiré al evento	Sí	120(78,4)	68(68,0)	181(64,0)	30(49,2)	0,001*
Sexo	Hombre	63(41,2)	44(44,0)	100(35,3)	18(29,5)	0,18
	Mujer	90(58,8)	56(56,0)	183(64,7)	43(70,5)	
Género	Masculino	62(40,5)	43(43,0)	101(35,7)	14(23,0)	0,012*
	Femenino	90(58,8)	55(55,0)	180(63,6)	44(72,1)	
	No binario	1(0,7)	-	1(0,4)	-	
	Otro	-	2(2,0)	1(0,4)	3(4,9)	
Estado civil	Soltero/a	52(34,0)	32(32,0)	90(31,8)	18(29,5)	0,928
	Casado/a o conviviendo en pareja	91(59,5)	61(61,0)	167(59,0)	35(57,4)	
	Separado/a o divorciado/a	8(5,2)	6(6,0)	20(7,1)	7(11,5)	
	Viudo/a	2(1,3)	1(1,0)	6(2,1)	1(1,6)	
Nivel de estudios	Sin estudios	-	-	1(0,4)	-	0,307
	Primaria	9(5,9)	4(4,0)	12(4,2)	2(3,3)	
	Secundaria	13(8,5)	2(2,0)	13(4,6)	4(6,6)	
	Bachillerato/FP	50(32,7)	41(41,0)	83(29,3)	16(26,2)	
	Universitarios	59(38,6)	32(32,0)	121(42,8)	23(37,7)	
	Pos- universitarios	22(14,4)	21(21,0)	53(18,7)	16(26,2)	
Situación laboral	Trabajador autónomo	13(8,5)	9(9,0)	36(12,7)	7(11,5)	0,494
	Empleado/contr atado	92(60,1)	65(65,0)	183(64,7)	39(63,9)	
	Estudiante	14(9,2)	8(8,0)	26(9,2)	4(6,6)	
	Estudiante y trabajador a tiempo parcial	6(3,9)	4(4,0)	6(2,1)	6(9,8)	
	Sin empleo	9(5,9)	5(5,0)	12(4,2)	1(1,6)	
	Retirado/a o jubilado	13(8,5)	5(5,0)	12(4,2)	2(3,3)	
	Amo/a de casa	6(3,9)	4(4,0)	8(2,8)	2(3,3)	
Práctica Actividad Física	Sí	131(85,6)	82(82,0)	250(88,3)	48(78,7)	0,162
	No	22(14,4)	18(18,0)	33(11,7)	13(21,3)	
Frecuencia Actividad Física	Nunca	10(6,5)	8(8,0)	23(8,1)	11(18,0)	0,035*
	Entre 1 y 2,5 horas	38(24,8)	26(26,0)	72(25,4)	16(26,2)	
	Entre 2,5 a 5 horas	53(34,6)	39(39,0)	120(42,4)	13(21,3)	
	Más de 5 horas	52(34,0)	27(27,0)	68(24,0)	21(34,4)	

\*p≤0,05

La Tabla 9 representa el análisis de regresión múltiple teniendo como variable dependiente las *intenciones futuras* de los residentes de los municipios de acogida. Los resultados indicaron que las *intenciones futuras* fueron predichas por las dimensiones positivas de la percepción social en un 68,9%. La regresión fue idónea ya que el valor de Durbin-Watson fue 1,932, situándose por debajo de 3 según los límites de la literatura. Además, el análisis de ANOVA fue estadísticamente significativo ( $F=140,128$ ;  $p\leq 0,001$ ).

Entre las variables predictoras de las *intenciones futuras*, la que mayor influencia obtuvo fue *beneficios de la imagen y promoción* ( $\beta=0,372$ ;  $t=5,612$ ;  $p\leq 0,001$ ), seguido de *beneficios socioculturales y psicosociales* ( $\beta=0,181$ ;  $t=2,915$ ;  $p\leq 0,01$ ) y, finalmente, la variable *beneficios económicos* ( $\beta=0,130$ ;  $t=2,140$ ;  $p\leq 0,05$ ).

Por último, considerando los valores de tolerancia y VIF, se denotó un nivel mínimo de colinialidad, sin embargo, los valores se encontraban cerca del límite inferior. Por tanto, no hubo que discriminar ninguna variable.

**Tabla 9.** Análisis de regresión lineal múltiple

Modelo	$\beta$	T	Sig.	Colinialidad	
				Tolerancia	VIF
(Constante)	2,299	9,945	0,000		
Beneficios Económicos	0,130	2,140	0,033*	0,343	2,916
Beneficios Socioculturales y Psicosociales	0,181	2,915	0,004*	0,215	4,643
Beneficios Imagen y Promoción	0,372	5,612	0,000*	0,229	4,365

# DISCUSIÓN

---



## 5. DISCUSIÓN

El objetivo general de este estudio fue analizar la percepción social de los residentes de los municipios de acogida del gran evento europeo Sport4Cancer 2023 comparando los resultados según fase, género y edad.

Considerando los objetivos específicos, el objetivo 1, relacionado con la percepción social de los residentes y la relación existente entre variables, los resultados que se obtuvieron fue que la dimensión mejor valorada fue la de *intenciones futuras*, lo que señala un gran impacto a nivel social. Esto coincide con la investigación realizada por Vegara-Ferri (2022) sobre la Vuelta Ciclista, sin embargo, no coinciden con el estudio de Parra-Camacho (2017) sobre el Gran Premio de Fórmula 1, en el cual las intenciones futuras se inclinan hacia un punto neutral. La siguiente dimensión más valorada ha sido la de *beneficios económicos* generados por Sport4Cancer en el municipio, obteniendo puntuaciones medias-altas (por encima de 5,80 puntos sobre 7,00) en todos los ítems, coincidiendo con los resultados del estudio de Vegara-Ferri et al. (2020).

En tercer lugar, la dimensión *beneficios de imagen y promoción* también obtuvo muy buenas puntuaciones en todos los ítems, siendo el ítem relacionado con la promoción del deporte el mejor valorado de esta dimensión. La organización de un evento deportivo no solo tiene como resultado un incremento en la afluencia de visitantes a la localidad, sino que también impulsa la participación en actividades deportivas por parte de los residentes (Añó, 2003). Por otro lado, Bursa and Mailer (2021) sugirieron la importancia de fomentar la participación activa de los residentes como espectadores en el evento. Para ello, el evento Sport4Cancer organizó un gran número y variedad de actividades de carácter participativo.

La siguiente dimensión, *beneficios socioculturales y psicosociales*, obtuvo puntuaciones moderadas-altas en todos los ítems exceptuando en ítem relacionado con la mejora de la conservación de las carreteras, zonas verdes y/o jardines, cuya puntuación fue moderada (por debajo de 5 puntos sobre 7 puntos). Respecto a los *costes sociales*, los problemas relacionados con el tráfico y el aparcamiento fueron los que más preocuparon a los residentes, coincidiendo con los estudios realizados por Balduck, et al. (2011) sobre el Tour de Francia y Prayag et al. (2013) sobre los Juegos Olímpicos de Londres. Como medida para abordar estos problemas, es recomendable que las autoridades responsables informen de manera efectiva y anticipada a los residentes sobre los horarios y cierres de calles.

Además, se sugiere facilitar áreas de estacionamiento alternativas y promover el uso del transporte público.

En general, las variables estuvieron relacionadas significativamente, especialmente las tres dimensiones de los *impactos positivos* tuvieron una alta correlación entre sí ( $r \geq 0,70$ ). Por el contrario, los *costes sociales* no tuvieron relación con los *beneficios económicos*, dado que un incremento de los costes implica un mayor gasto al gobierno local y, por lo tanto, un menor beneficio económico. De igual forma, los *costes sociales* tampoco se relacionaron con las *intenciones futuras*, una alta percepción de los impactos negativos por parte de los residentes conlleva que no quieran apoyar el evento en un futuro o no quieran recomendarlo a otras personas. Además, estas personas tienen un bajo *interés por el deporte*, es decir, los residentes más críticos con el evento son los que no les gusta el deporte, no tienen interés por él o no lo practican, por eso no lo apoyan.

El segundo objetivo específico consistió en comparar la percepción social de los residentes en dos momentos del tiempo (antes y durante). El análisis comparativo de diferentes momentos en el tiempo permite examinar la evolución de la percepción de los residentes con relación a los impactos del evento. Waitt (2003) destaca que los residentes continuamente reconsideran sus interacciones y, por ello, es crucial realizar investigaciones a largo plazo para monitorear los cambios que ocurren antes, durante y después de los eventos

Los resultados que se obtuvieron fueron significativamente mayores en la fase in situ en todas las dimensiones excepto en la de *costes sociales*. Investigaciones anteriores indican que hay una inclinación hacia una percepción más positiva del impacto social cuando se plantea durante el evento en comparación con los meses previos o posteriores al mismo (Ma y Rotherham, 2016; Parra-Camacho y Duclos, 2013).

El tercer objetivo específico era comparar la percepción social de los residentes en función de la perspectiva de género. Es importante destacar que la muestra utilizada en la investigación presenta una desigualdad porcentual entre los participantes de género masculino y femenino, con una mayor participación de individuos de género femenino (62,6%) en comparación con el género masculino (34,7%). Estas diferencias pueden estar debidas como resultado del uso de un muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual es comúnmente empleado en estudios sobre los impactos sociales de eventos deportivos. Además, es importante señalar que existe una falta de investigaciones que utilicen un muestreo estratificado basado en variables demográficas (Sato et al., 2020; Taks et al., 2020).

Los resultados mostraron diferencias significativas en la percepción de los impactos generados por Sport4Cancer entre ambos géneros: el género femenino valoró más

positivamente los *costes sociales* y las *intenciones futuras*, en cambio, el género masculino valoró más positivamente *la confianza en el gobierno local* y el *interés en el deporte*.

Estos resultados difieren con los estudios de Ma y Rotherham (2016) o Parra-Camacho (2017), en el que las puntuaciones de género masculino fueron significativamente superiores en todas las dimensiones a las del género femenino. Sin embargo, coinciden con los hallazgos de la investigación de López de Subijana et al. (2014), en el que el género femenino fue más consciente de los costes sociales, como, por ejemplo, el aumento de la cantidad de basura.

Otros estudios también presentan hallazgos que contradicen los resultados obtenidos en el caso de Sport4Cancer. Por ejemplo, en la Copa Mundial Femenina Sub-17, Allan (2018) encontró diferencias significativas en las dimensiones relacionadas con la imagen y los beneficios económicos, pero no en los problemas de tráfico, a diferencia de esta investigación.

El cuarto objetivo específico hacía referencia a la percepción social de los residentes en función de la edad. El grupo de menores de 35 años valoró de forma más positiva todas las dimensiones, pero solo en las dimensiones *beneficios socioculturales* y *beneficios en la imagen y promoción* se apreciaron diferencias estadísticamente significativas. Por el contrario, el grupo con edades comprendidas entre los 36 y los 49 años son los que otorgaron las puntuaciones más bajas en todas las áreas.

Estos resultados coinciden con la investigación de Oshimi et al. (2016) en el cual los residentes más jóvenes percibieron mayores impactos sociales positivos. Por el contrario, estos resultados difieren con el estudio de Vieira et al. (2018) en el cual el grupo más joven valoró más negativamente los impactos, y el estudio de López de Subijana et al. (2014) en el cual los adultos jóvenes valoraron más negativamente que los adultos de mediana edad y los mayores. Además, hay varios estudios que no encontraron diferencias estadísticamente significativas entre las percepciones según la edad (Ohman et al., 2006; Yamashita y Muneda, 2021; Zhou y Ap, 2009).

No obstante, es importante considerar que los estudios mencionados se han realizado en diferentes países, lo que podría ser un factor sociodemográfico influyente. Por lo tanto, deben ser generalizados a todas las localizaciones y contextos (Kim et al., 2015).

El quinto objetivo específico fue analizar y contrastar la percepción social en función de su nivel de confianza en la gestión del gobierno local. El gobierno local tiene un papel fundamental en la inversión y formulación de políticas para las comunidades locales. Como resultado, los residentes mantienen una relación ineludible con su gobierno local y se ven directamente influenciados por las decisiones que este toma. (Kim y Manoli, 2022). Gursoy et al. (2017) definen la confianza política como las expectativas de los residentes hacia los

políticos en términos de promover el bienestar de las comunidades locales en un contexto de intercambio. Los resultados mostraron que, a mayor confianza en el gobierno local, mayores serán los impactos positivos percibidos y menos costes sociales percibidos. Por lo tanto, la confianza en el gobierno se mostró como un predictor sólido del apoyo de los residentes al evento (Kim y Manoli, 2022).

La investigación académica ha prestado poca atención al estudio de la relación entre la confianza en el gobierno local y el respaldo hacia un evento deportivo (Gursoy et al., 2017). Actualmente, aunque muchas localidades consultan a sus residentes sobre la posibilidad de ser sedes de eventos deportivos, la toma de decisiones recae principalmente en la administración, lo cual suele carecer de transparencia y participación de los residentes. Como resultado, la confianza de los residentes puede afectar significativamente a su percepción del impacto del evento. (Bramwell, 2011; Gursoy et al., 2017; Minnaert, 2012; Nunkoo y Gursoy, 2015).

En cuanto al perfil sociodemográfico de los residentes según su nivel de confianza en el gobierno local, en el grupo de alta confianza se encontró que el perfil de este estudio fue en su mayoría mujeres casadas, con estudios universitarios y en situación de empleo activa. Estos resultados pueden deberse a que la tipología de evento multideportivo con un enfoque familiar animaba a las familias a acudir y participar, en la mayoría de los casos los niños y jóvenes estaban acompañados por su madre. Por el contrario, Vegara-Ferri (2022), analizando los residentes de los municipios de acogida de etapas de La Vuelta Ciclista España, encontró que el grupo de alta confianza estuvo compuesto en su mayoría por hombres, casados, con estudios no universitarios y en situación de empleo activo.

El último objetivo específico fue estimar las variables de percepción social influyentes en las *intenciones futuras* de los residentes. El análisis de regresión mostró que las *intenciones futuras* de los residentes respecto a recomendar o repetir la experiencia del evento estuvo influenciada por las tres dimensiones de los impactos positivos percibidos. Los *beneficios de imagen y promoción* fue el factor más influyente por los residentes. Esto puede estar debido a que el evento Sport4Cancer estuvo asociado al desarrollo de un proyecto de internacionalización Erasmus+. En segundo lugar, se encontraron que los *beneficios socioculturales y psicosociales*, siendo los *beneficios económicos* los que menos influencia mostraron sobre las *intenciones futuras*. Los *beneficios económicos* fue el factor menos influyente debido a que generalmente los residentes desconocen los datos económicos de los gastos e ingresos referentes al evento.

Estos resultados fueron similares a los encontrados en otros estudios de percepción social en eventos deportivos dentro de la literatura. Johnston et al. (2021) encontró también

que uno de los factores más influyentes fue la imagen del evento, además de la oferta de entretenimiento y el orgullo del evento, como variables predictoras de apoyo a los Juegos de Commonwealth. Otros estudios también encontraron que los beneficios positivos eran factores predictoras al evento deportivo (Pappas, 2017; Park et al., 2019). El espíritu o apego a la comunidad fueron también variables predictoras del apoyo al evento deportivo por parte de los residentes (Oshimi et al., 2021; Yamashita, 2021). Además, el capital social o la participación deportiva también influyeron en menor medida sobre el apoyo al evento (Oshimi et al., 2021). Por último, Yamashita y Muneda (2021) reportaron que tanto los beneficios hacia la comunidad como culturales tuvieron una influencia significativa de forma indirecta, actuando como variable mediadora el bienestar subjetivo.



# **CONCLUSIONES**

---



## 6. CONCLUSIONES

### 6.1. Conclusiones

Las principales conclusiones de este estudio acorde a los objetivos de este son:

1. En general, todas las variables positivas se correlacionan significativamente entre sí. Las *intenciones futuras* es la variable con mejor puntuación por los residentes, mientras que los *beneficios de imagen y promoción* es el factor de percepción social más valorado.
2. La percepción social de los residentes en fase in situ es significativamente superior a los resultados obtenidos en la fase pre-evento, excepto en *costes sociales*.
3. La percepción social de los residentes según el género indica que las mujeres han valorado mejor los impactos asociados al evento Sport4Cancer que los hombres, mientras que los hombres tuvieron puntuaciones más altas en la *confianza en el gobierno local* e *interés en el deporte*. Hay diferencias estadísticamente significativas en las variables *costes sociales*, *intenciones futuras*, *confianza en el gobierno local* e *interés en el deporte*.
4. La percepción social de los residentes según la edad muestra que los jóvenes menores de 35 años valoran más positivamente el impacto social del evento que el grupo de jóvenes adultos de entre 36 y 49 años y el grupo de mayores de 50 años o más, existiendo diferencias estadísticamente significativas en las variables *beneficios socioculturales y psicosociales* y *beneficios de imagen y promoción*.
5. El análisis de conglomerado identifica la existencia de cuatro grupos atendiendo al nivel de confianza en la gestión del gobierno local. El grupo de alta confianza representa el 25,6% de la muestra y estuvo formada por mujeres con una edad media de 40 años, casadas, con estudios universitarios y trabajadoras que valoraron positiva y significativamente mejor todas las variables de la percepción social respecto a los grupos de menor confianza.
6. Las *intenciones futuras* están predichas de forma positiva y significativamente en un 68,9% por las dimensiones positivas de la percepción social.

## 6.2. Limitaciones del estudio

Es importante considerar algunas limitaciones de este estudio al interpretar los resultados. En primer lugar, el tamaño de la muestra no es muy elevado en comparación con los estudios previos, pudiendo ser mayor en próximos estudios de cara a obtener resultados más concluyentes.

En segundo lugar, el estudio utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, lo cual es una limitación común en la mayoría de estudios que investigan el impacto social de los eventos deportivos. Por lo tanto, los resultados hallados en este trabajo no deben ser generalizados a la población general española. Asimismo, el cuestionario de la fase previa se realizó online, por lo que es posible que ciertos grupos no hayan tenido la oportunidad de completar el cuestionario (por ejemplo, personas con acceso limitado a las tecnologías o a Internet). También es posible que las personas con una mayor afinidad por el deporte o los eventos o el tema específico (es decir, el impacto social) estén sobrerrepresentados en la muestra.

Otra limitación de esta investigación radica en la falta de empleo de un enfoque de método mixto que incorpore tanto datos cuantitativos como cualitativos. Al no incluir entrevistas u otras formas de recopilación de datos cualitativos, se pierde la oportunidad de obtener perspectivas más profundas y detalladas de los residentes sobre sus experiencias de impacto social. Esta limitación podría haber enriquecido la comprensión global de los efectos sociales del evento deportivo en estudio.

Una limitación adicional del estudio está relacionada con la restricción de tiempo para recopilar datos durante la fase in situ. Además, dado que el evento abarcaba múltiples localidades con actividades simultáneas, hubo escasez de personal disponible para cubrir cada una de ellas de manera exhaustiva. Esta doble limitación dificulta la posibilidad de realizar un estudio mixto completo, debido a que entrevistar requiere espacios apropiados y silenciosos para garantizar la grabación sin interferencias de ruido, lo cual implica una mayor cantidad de tiempo y personal disponible.

Finalmente, las percepciones de los residentes pueden verse afectadas por la falta de información sobre el precio que la administración local pagó por la sede del evento y la dificultad para determinar el verdadero impacto económico en la localidad, de manera que, si los residentes consideran que los costes son superiores a los beneficios, es probable que cambien su opinión sobre el evento.

### 6.3. Propuestas de futuro

En primer lugar, sería recomendable que las investigaciones futuras adopten métodos de investigación mixtos, combinando datos cuantitativos y cualitativos. Para lograrlo, sería beneficioso incluir entrevistas a los residentes, lo cual permitiría obtener una perspectiva más amplia y detallada de sus opiniones y valoraciones. Además, se podría emplear un muestreo aleatorio estratificado y utilizar diferentes técnicas de recopilación de datos, como encuestas telefónicas, para reflejar de manera más precisa la diversidad de la población y mejorar la efectividad de los resultados obtenidos.

Por otro lado, sería recomendable considerar variables que no se tuvieron en cuenta en este estudio. Con relación a los aspectos ambientales, sería interesante realizar una evaluación más profunda de los impactos positivos del evento, como el fomento de la conciencia ambiental entre los residentes, la preservación del patrimonio local y la promoción del reciclaje de residuos. Para ello, se recomienda utilizar escalas que permitan medir su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Asimismo, sería relevante analizar otras intenciones futuras de comportamiento, como el interés por realizar compras, el deseo de volver a visitar la localidad o la demostración de lealtad hacia el evento. Además, sería valioso incluir variables de naturaleza psicológica, en las que se pueda evaluar, por ejemplo, la felicidad y el bienestar subjetivo de los residentes.

Por último, es importante destacar que este estudio se realizó en la Región de Murcia, lo que limita la generalización de sus hallazgos a otros contextos nacionales y culturales. Para mejorar su validez y aplicabilidad en un sentido más amplio, se sugiere que investigaciones futuras repliquen el estudio en diferentes ciudades para examinar el mismo tipo de evento en otros contextos, o que investiguen otro deporte dentro del mismo contexto local.



# **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

---



## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allameh, S. M., Pool, J. K., Jaber, A., Salehzadeh, R. y Asadi, H. (2015). Factors influencing sport tourists' revisit intentions: The role and effect of destination image, perceived quality, perceived value and satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(2), 191-207. <https://doi.org/10.1108/APJML-12-2013-0159>
- Allan, M. (2018). Assessing the Perceptions of Local Residents on the Positive and Negative Impacts of FIFA U-17 Women's World Cup in Jordan 2016. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 9(2), 255-266. [https://doi.org/10.14505/jemt.v9.2\(26\).05](https://doi.org/10.14505/jemt.v9.2(26).05)
- Altés, C. (1997). *Marketing y Turismo: Introducción al Marketing de Empresas y Destinos Turísticos*. Editorial Síntesis.
- Añó, V. (2000). *La organización de grandes eventos deportivos*. Arbor CLXV, 650, 265-287.
- Añó, V. (2003). *Organización y gestión de actividades deportivas. Los grandes eventos*. INDE.
- Añó, V., Calabuig, F. y Parra-Camacho, 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>
- Añó, V., Calabuig, F., Ayora, D., Parra-Camacho, D. y Duclos, D. (2013). Análisis sobre el grado de conocimiento e identificación de los tarraconenses con la candidatura a los Juegos Mediterráneos de Tarragona en 2017. *Apunts. Educación física y deportes*, 1(111), 70-78. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2013/1\).111.07](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2013/1).111.07)
- Añó, V. (2011). *Organización de eventos y competiciones deportivas*. Valencia: Univesitat de Valencia. Servei de publicacions.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Aronson, E., Wilson, T. D. y Akert, R. M. (2010). *Social Psychology Seventh Edition*. Upper Saddle River, Pearson Education.
- Ayora, D. y García E. (2004). *Organización de Eventos Deportivos*. Inde.

- Balduck, A. L., Maes, M. y Buelens, M. (2011). The social impact of the Tour de France: Comparisons of residents' pre-and post-event perceptions. *European Sport Management Quarterly*, 11(2), 91-113. <https://doi.org/10.1080/16184742.2011.559134>
- Barker, M., Page, S. J. y Meyer, D. (2002). Modelling tourism crime: The 2000 America's Cup. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 762-782. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00079-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00079-2)
- Bennett, R., Mousley, W., Kitchin, P. y Ali-Choudhury, R. (2007). Motivations for participating in charity-affiliated sporting events. *Journal of Customer behaviour*, 6(2), 155-178.
- Blau, P. (2017). *Exchange and Power in Social Life*. Routledge
- Bowdin, G., Allen, J., Harris, R., McDonnell, I. y O'Toole, W. (2012). *Events management* (3rd ed). Elsevier.
- Bramwell, B. (2011). Governance, the State and Sustainable Tourism: A Political Economy Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5): 459-77. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.576765>
- Bull, C. y Lovell, J. (2007). The impact of hosting major sporting events on local residents: An analysis of the views and perceptions of Canterbury residents in relation to the Tour de France 2007. *Journal of Sport Tourism*, 12(3), 229-248. <https://doi.org/10.1080/14775080701736973>
- Bursa, B. y Mailer, M. (2021). Can large cycling events promote active mobility? Expectations versus reality on the example of the 2018 UCI Cycling World Championship. *Research in transportation business & management*, 40, 100564. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100564>
- Byon, K. y Zhang, J. (2010). Development of a scale measuring destination image. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(4), 508-532. <https://doi.org/10.1108/02634501011053595>
- Byon, K., Zhang, J. y Jang, W. (2022). Examining the Value Co-Creation Model in Motor Racing Events: Moderating Effect of Residents and Tourists. *Sustainability*, 14(15), 9648. <https://doi.org/10.3390/su14159648>
- Calabuig, F., Añó, V., Rodríguez, P., Parra-Camacho, D., Crespo, J., y Núñez, J.M. (2016). *Impacto económico, social y turístico del Valencia Triatlón 2015* [Informe no publicado, Universidad de Valencia].
- Calabuig, F., Parra-Camacho, D., Añó, V. y Ayora, D. (2014). Análisis de la percepción de los residentes sobre el impacto cultural y deportivo de un Gran Premio de Fórmula 1. *Movimiento*, 20(1), 261-280. <https://doi.org/10.22456/1982-8918.40260>

- Camy, J., y Robinson, L. (2008). Gestión de las Organizaciones Deportivas Olímpicas. En J. Camy, y L. Robinson, *Gestión de las Organizaciones Deportivas Olímpicas* (pág. 280).
- Cerezuela, B. (2003). *La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos*. Centre d'Estudis Olímpics UAB.
- Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109-127. <https://doi.org/10.1080/14775080601155126>
- Cheng, E. y Jarvis, N. (2010). Residents' perception of the social-cultural impacts of the 2008 Formula 1 Singtel Singapore Grand Prix. *Event Management*, 14(2), 91-106. <https://doi.org/10.3727/152599510X12766070300849>
- Chiam, M. y Cheng, E. (2013). Residents' perceptions of the inaugural Youth Olympic Games 2010: A cluster analysis. *Event Management*, 17(4), 377-389. <https://doi.org/10.3727/152599513X13769392444620>
- Coalter, F. y Taylor, J. (2008). *Large Scale Sports Events: Event Impact Framework*. Report to UK Sport. UK Sport.
- Crespo, J. (2011). *Los eventos deportivos: Calidad de servicio, valor percibido y satisfacción de los espectadores* [Tesis doctoral, Universitat de València].
- Crompton, J. L. (2006). Economic impact studies: instruments for political shenanigans?. *Journal of travel research*, 45(1), 67-82. <https://doi.org/10.1177/0047287506288870>
- Deccio, C. y Baloglu, S. (2002). Non-host community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts. *Journal of Travel Research*, 41(1), 46-56. <https://doi.org/10.1177/0047287502041001006>
- Desbordes, M. y Falgoux, J. (2006). *Gestión y organización de un evento deportivo*. Inde.
- Dick, A., S. y Basu, K. (1994). Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.
- Elasri, A., Triadó, X. M. y Aparicio, M. (2015). La satisfacción de los clientes de los centros deportivos municipales de Barcelona. *Apunts. Educació Física i Esports*, 119(1), 109-117.
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335- 362. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.02.080176.002003>
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics (4th ed.)*. Sage.
- Fredline, E. y Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763-784. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00103-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00103-6)

- Fredline, E., Deery, M. y Jago, L. (2005). *Host community perception of the impacts of the Australian Formula One Grand Prix in Melbourne: A comparison of resident reactions in 1999 with 2002*. Gold Coast, Australia: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre
- Fredline, L., Jago, L. K. y Deery, M. (2002). Assessing the social impacts of events: Scale development. En Proceedings of International Event Research Conference. *Australian Centre for Event Management*, pp. 760-787.
- Fredline, L., Jago, L. y Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management*, 8(1), 23-37. <https://doi.org/10.3727/152599503108751676>
- Gallarza, M. G., Gil, I. y Calderón, H. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of tourism research*, 29(1), 56-78. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00031-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00031-7)
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29(3), 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D. y Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593-631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Gibson, H. J., Walker, M., Thapa, B., Kaplanidou, K., Geldenhuys, S. y Coetzee, W. (2014). Psychic income and social capital among host nation residents: A pre–post analysis of the 2010 FIFA World Cup in South Africa. *Tourism Management*, 44, 113-122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.12.013>
- Gibson, H., Kaplanidou, K. y Kang, S.J. (2012). Small-Scale Event Sport Tourism: A Case Study in Sustainable Tourism. *Sport Management Review*, 15, 160-170. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.013>
- Green, B.C. (2001) Leveraging subculture and identity to promote sport events. *Sport Management Review*, 4, 1–20
- Gursoy, D. y Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005>
- Gursoy, D., Jurowski, C. y Uysal, M. (2002). Resident Attitudes: A Structural Modelling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Gursoy, D., Yolal, M., Ribeiro, M. A. y Panosso Netto, A. (2017). Impact of trust on local residents' mega-event perceptions and their support. *Journal of travel research*, 56(3), 393-406. <https://doi.org/10.1177/0047287516643415>

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. y Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (7th edition)*. Pearson.
- Hamer, M., Weiler, R. Stamatakis, E. (2014). Watching sport on television, physical activity, and risk of obesity in older adults. *BMC public Health*, 14(1), 1-4.
- Hanrahan, J. y Maguire, K. (2016). Local authority provision of environmental planning guidelines for event management in Ireland. *European Journal of Tourism Research*, 12, 54-81.
- Humphreys, B. R., & Pyun, H. (2018). Professional sporting events and traffic: Evidence from US cities. *Journal of Regional Science*, 58(5), 869-886.
- Inoue, Y. y Havard, C. T. (2014). Determinants and consequences of the perceived social impact of a sport event. *Journal of Sport Management*, 28, 295-310. <https://doi.org/10.1123/jsm.2013-0136>
- Johnston, M., Naylor, M. y Dickson, G. (2021). Local resident support for hosting a major sport event: the role of perceived personal and community impacts. *European Sport Management Quarterly*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1937263>
- Johnston, M., Naylor, M. y Dickson, G. (2021). Local resident support for hosting a major sport event: the role of perceived personal and community impacts. *European Sport Management Quarterly*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1937263>
- Kaplanidou, K., Karadakis, K., Gibson, H., Thapa, B., Walker, M., Geldenhuys, S. y Coetzee, W. (2013). Quality of Life, Event Impacts, and Mega-Event Support among South African Residents before and after the 2010 FIFA World Cup. *Journal of Travel Research*, 52(5), 631–645. <https://doi.org/10.1177/0047287513478501>
- Karadakis, K. y Kaplanidou, K. (2012). Legacy perceptions among host and non-host Olympic Games residents: a longitudinal study of the 2010 Vancouver Olympic Games. *European Sport Management Quarterly*, 12(3), 243-264. <https://doi.org/10.1080/16184742.2012.680067>
- Khalilzadeh, J. y Tasci, A. D. A. (2017). Large sample size, significance level, and the effect size: Solutions to perils of using big data for academic research. *Tourism Management*, 62, 89-96. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.026>
- Kiani, M. S., y Nazari, L. (2021). Sustainable Development and Environmental Protection at International Sporting Events. *Journal of Humanities Insights*, 5(03), 25-33.

- Kim, H. J., Gursoy, D., y Lee, S. B. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of pre-and post-games. *Tourism Management*, 27(1), 86-96. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.07.010>
- Kim, S., y Manoli, A. E. (2022). Does relationship quality matter in policy-making? The impact of government-public relationships and residents' perceptions on their support towards a mega-sport event. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 14(2), 207-224.
- Kim, W. y Walker, M. (2012). Measuring the social impacts associated with Super Bowl XLIII: Preliminary development of a psychic income scale. *Sport Management Review*, 15(1), 91-108. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.05.007>
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M. y Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism management*, 48, 21-32. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.015>
- Lee, E. (2008). A Review of Economic Impact Studies on Sporting Events. *The Sport Journal*, 24, 1-3.
- Lindblom, J. W., Legg, E. y Vogt, C. A. (2022). Diving Into a New Era: The Role of an International Sport Event in Fostering Peace in a Post-Conflict City. *Journal of Sport for Development*, (10)2, 72-88.
- Liu, X., Li, J. y Kim, W. G. (2017). The role of travel experience in the structural relationships among tourists' perceived image, satisfaction, and behavioral intentions. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 135-146.
- López de Subijana, C., Barriopedro, M. y Rubio, P. (2014). Perception of sports events held in a permanent sports facility: the case of the Madrid Sports Palace. *Kinesiology*, 46(2.), 266-276. <https://hrcak.srce.hr/131923>
- Ma, S. C. y Rotherham, I. D. (2016). Residents' changed perceptions of sport event impacts: the case of the 2012 Tour de Taiwan. *Leisure Studies*, 35(5), 616-637. <https://doi.org/10.1080/02614367.2015.1035313>
- Ma, S. C., Ma, S. M., Wu, H. J. y Rotherham, I. D. (2013). Host residents' perception changes on major sport events. *European Sport Management Quarterly*, 13, 511–536. <https://doi.org/10.1080/16184742.2013.838980>
- Mair, J. y Whitford, M. (2013). An exploration of events research: Event topics, themes and emerging trends. *International Journal of Event and Festival Management*, 4(1), 6-30. <https://doi.org/10.1108/17582951311307485>

- Malfas, M., Theodoraki, E. y Houlihan, B. (2004) Impacts of the Olympic Games as megaevents. *Municipal Engineer*, 157, 209–220.
- Mao, L. L., y Huang, H. (2016). Social impact of Formula One Chinese Grand Prix: A comparison of local residents' perceptions based on the intrinsic dimension. *Sport Management Review*, 19(3), 306-318.
- Mathieson, A. y Wall, G. (1982). *Tourism: Economic Physical and Social Impacts*, Longman.
- Minnaert, L. (2012). An Olympic Legacy for All? The Noninfrastructural Outcomes of the Olympic Games for Socially Excluded Groups (Atlanta 1996-Beijing 2008). *Tourism Management*, 33, 361-370. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.04.005>
- Mittal, V., Kumar, P. y Tsiros, M. (1999). Attribute-level performance, satisfaction, and behavioral intentions overtime: a consumption-system approach. *Journal of Marketing*, 63(2), 88-101.
- Moliner, B. y Fuentes, M. (2011): Causas y consecuencias de la insatisfacción en consumidores con atribuciones externas. *Cuadernos de Gestión*, 11(1), 37-58.
- Monroy, A.J. (2008). Los eventos deportivos: Concepto y características. *Revista Internacional de derecho y gestión del deporte*, 1, 11-17.
- Murphy, N. y Bauman, A. (2007). Mass Sporting and Physical Activity Events – Are they “Bread and Circuses” or Public Health Interventions to Increase Population Levels of Physical Activity. *Journal of Physical Activity and Health*, 4(2), 193-202.
- Nunkoo, R. y D. Gursoy. (2015). Rethinking Role of Power and Trust in Tourism Planning. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(4), 512-522. <https://doi.org/10.1080/19368623.2015.1019170>
- Ohmann, S., Jones, I. y Wilkes, K. (2006). The perceived social impacts of the 2006 Football World Cup on Munich residents. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 129-152. <https://doi.org/10.1080/14775080601155167>
- Oshimi, D., Harada, M. y 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>
- Oshimi, D., Yamaguchi, S., Fukuhara, T. y Taks, M. (2021). Expected and experienced social impact of host residents during rugby world cup 2019: A panel data approach. *Frontiers in Sports and Active Living*, 3, 628153. <https://doi.org/10.3389/fspor.2021.628153>

- Oshimi, D., Yamaguchi, S., Fukuhara, T. y Taks, M. (2021). Expected and experienced social impact of host residents during rugby world cup 2019: A panel data approach. *Frontiers in Sports and Active Living*, 3, 628153. <https://doi.org/10.3389/fspor.2021.628153>
- Pappas, N. (2017). Pre-and postevaluation of residents' participation and support of the 2012 London Olympics. *Event Management*, 21(6), 747-770.
- Park, S. U., Yoon, S., Chung, S. y Park, J. H. (2019). Is hosting a sporting mega-event ever worth it to the host city? Impact of hosting sporting mega-events on residents' sense of community. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 41(3), 63-73.
- Parra-Camacho, D. (2017). *Percepción de los residentes sobre los impactos de un gran evento deportivo: Desarrollo y validación de una escala*. [Tesis doctoral, Universidad de Valencia]. <https://roderic.uv.es/handle/10550/60338?show=full>
- Parra-Camacho, D. y 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 and Management*, 3(1), 4-32. *Journal of Sports Economics and Management*, 3(1), 4-32.
- Parra-Camacho, D., Añó, V., Ayora, D. y Nuñez-Pomar, J. M. (2012). Social perception of a sporting event impact. *Journal of Sports Economics & Management*, 2(1), 34- 51.
- Parra-Camacho, D., Añó, V., Calabuig, F., y Ayora, D. (2016). Percepción de los residentes sobre el legado de la America's Cup. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 16(1), 325-338.
- Pérez-Campos, C. (2010). *Análisis de la calidad del servicio en los eventos deportivos. Calidad percibida y satisfacción de los espectadores y de los deportistas* [Tesis doctoral, Universitat de València].
- Polcsik, B., Laczkó, T. y Perényi, S. (2022). Euro 2020 Held during the COVID-19 Period: Budapest Residents' Perceptions. *Sustainability*, 14(18), 11601. <https://doi.org/10.3390/su141811601>
- Pratt, S. Y Chan, W. S. (2016). Destination image and intention to visit the Tokyo 2020 Olympics among Hong Kong generation Y. *Journal of China Tourism Research*, 12(3), 355-373. <https://doi.org/10.1080/19388160.2016.1246272>
- Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R. y Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, 36, 629-640. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.08.003>

- Preuss, H. y Solberg, H. A. (2006). Attracting major sporting events: The role of local residents. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 391-411. <https://doi.org/10.1080/16184740601154524>
- Quintero-Santos, J. L. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Anales del museo de América*, 12, 263-274.
- Real Academia Española. (2022). Evento. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 24 de marzo de 2023, de <https://dle.rae.es/evento>
- Ritchie, B. W., Shipway, R. y Cleeve, B. (2009). Resident Perceptions of Mega-Sporting Events: A Non-Host City Perspective of the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2-3), 143-167. <https://doi.org/10.1080/14775080902965108>
- Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel research*, 23(1), 2-11. <https://doi.org/10.1177/004728758402300101>
- Roche, M. (2000). *Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. Routledge.
- Rodríguez, M. C. M. y Cabrera, I. P. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Enfermería universitaria*, 4(1), 35-38.
- Romesburg, H. C. (1984). *Cluster Analysis for Researchers*. Lulu Press.
- Sato, S., Kinoshita, K., Kim, M., Oshimi, D. y Harada, M. (2020). The effect of Rugby World Cup 2019 on residents' psychological well-being: a mediating role of psychological capital. *Current Issues in Tourism*, 25(5), 692-706. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1857713>
- Shone, A. y Parry, B. (2010). *Successful event management: A practical handbook*. Cengage Learning EMEA.
- Solberg, H. A. y Preuss, H. (2007). Major sport events and long-term tourism impacts. *Journal of Sport Management*, 21(2), 213-234.
- Taks, M., Oshimi, D. y Agha, N. (2020). Other-versus self-referenced social impacts of events: validating a new scale. *Sustainability*, 12(24), 10281. <https://doi.org/10.3390/su122410281>
- Vargas, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53.

- Vegara-Ferri, J. M. (2022). *Análisis y evolución de la percepción del impacto social y turístico del evento deportivo de ciclismo en ruta “La Vuelta”* [Tesis doctoral, Universidad de Murcia].
- Vegara-Ferri, J.M., López-Gullón, J.M., Ibanez-Pérez, R.J., Carboneros, M. y Angosto, S. (2020). Segmenting the Older Resident’s Perception of a Major Cycling Event. *Sustainability*, 12, 4010. <https://doi.org/10.3390/su12104010>
- Waitt, G. (2003). Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 194-215. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00050-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00050-6)
- Wang, L., Zhao, F. y Zhang, G. (2022). Analysis on the Impact of Large-Scale Sports Events on Regional Economy Based on SWOT-PEST Model. *Journal of Mathematics*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/7769128>
- Weed, M., Coren, E. y Fiore, J. (2009). *A Systematic Review of the Evidence Base For Developing a Physical Activity and Health Legacy From the London 2012 Olympic and Paralympic Games*. Canterbury, SPEAR. <https://doi.org/10.1177/1757913911435758>
- Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport event: significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events. *Managing Leisure*, 11(1), 57-70. <https://doi.org/10.1080/13606710500445718>
- Yamashita, R. (2021). Mega-para-sporting event social impacts perceived by Tokyo residents: comparison of residents’ vitality. *Sustainability*, 13(16), 9311.
- Yamashita, R. y Muneda, M. (2021). Spectators' perceived social benefits, subjective well-being and support intention: non-mega-parasporting events' educational perspective. *International Journal of Event and Festival Management*, 12(4), 454- 469. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-03-2021-0026>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. y Gremler, D.D (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. 4th edition. New York: McGraw-Hill.
- Zhang, J., Valdivia, D. y Byon, K. K. (2020). An Item Response Theory Analysis of Residents’ Perceived Sporting Event Impacts. *Journal of Global Sport Management*, 1-29. <https://doi.org/10.1080/24704067.2020.1731701>
- Zhou, J. Y. y Ap, J. (2009). Residents' perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research*, 48(1), 78-91. <https://doi.org/10.1177/0047287508328792>

# **ANEXOS**

---







## Sport4Cancer - Impacto Social In situ

	1	2	3	4	5	6	7	NS/NC
La organización del evento incrementará el <b>prestigio deportivo</b> del municipio.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
Pregunta control. Marca un 4 en esta pregunta. Ya queda poco.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
El evento mostrará la <b>capacidad del municipio</b> para acoger eventos deportivos.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
La organización del evento <b>promociona el deporte</b> entre los más jóvenes.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
El evento producirá una mayor oportunidad de <b>exposición nacional</b> del municipio.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
El evento mejorará la <b>imagen internacional</b> del municipio.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
La celebración del evento <b>fomentará el turismo</b> en el municipio.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]

### Efectos negativos

1: Muy en desacuerdo; 7: Muy de acuerdo, NS/NC = "No lo sé/No contesto"

	1	2	3	4	5	6	7	NS/NC
El evento producirá <b>problemas de aparcamiento</b> en el municipio.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
El evento producirá una <b>congestión del tráfico</b> en el municipio.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
El evento producirá un <b>aumento del ruido</b> en el municipio.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
El evento <b>aumentará la cantidad de suciedad/residuos</b> en el municipio/naturaleza.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
Estoy <b>preocupado/a por la seguridad</b> (actos vandálicos, robos o atentados).	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]

### Apoyo al evento

#### Apoyo al evento

	1	2	3	4	5	6	7	NS/NC
Apoyo la celebración del evento en el municipio.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
Me gustaría que mi municipio se ofreciera a participar en grandes eventos (deportivos) en el futuro.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]



## Sport4Cancer - Impacto Social In situ

	1	2	3	4	5	6	7	NS/NC
Si tengo la oportunidad de asistir a un evento deportivo similar repetiré la experiencia.	<input type="checkbox"/>							
Recomendaré el evento a amigos y familiares.	<input type="checkbox"/>							
Me gustaría que el evento vuelva a celebrarse por mi localidad en futuras ediciones.	<input type="checkbox"/>							

### Datos sociodemográficos

#### Sexo

- Varón  
 Mujer

#### Género

- Masculino  
 Femenino  
 No binario  
 Otro. Indique cual:

#### Edad

#### Localidad de residencia (código postal)

#### Estado civil

- Soltero/a  
 Casado/a o conviviendo en pareja  
 Separado o divorciado  
 Viudo/a

#### Nivel de estudios

- Sin estudios  
 Educación primaria  
 Educación Secundaria  
 Bachillerato/ Formación profesional  
 Estudios universitarios  
 Estudios post-universitarios (Máster o Doctorado)



## Sport4Cancer - Impacto Social In situ

### Situación laboral

- Trabajador autónomo
- Empleado/contratado
- Estudiante
- Estudiante y trabajador a tiempo parcial
- Sin empleo
- Retirado/Jubilado
- Tareas del hogar

### ¿Realiza actividad física? (En caso afirmativo, indique que actividad realiza)

- Sí. Indique cual:
- No

### ¿Con qué frecuencia realiza actividad física?

- Nunca
- Entre 1 y 2,5 horas por semana
- Entre 3 y 5 horas por semana
- Más de 5 horas por semana

### Desconfianza total= 1 - Confianza total= 7

	1	2	3	4	5	6	7
¿Confía en la gestión y la administración del gobierno local en general (sin tener en cuenta el acontecimiento Sport4Cancer)?	<input type="checkbox"/>						

### Grado de interés

	1	2	3	4	5	6	7
Interés por participar en eventos deportivos como espectador o participante	<input type="checkbox"/>						
Interés por el deporte en general	<input type="checkbox"/>						

### De 0 a 10, ¿Qué posibilidades hay de que recomiende Sport4Cancer Mar Menor Games a un amigo o colega?

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

Si desea entrar en el sorteo de un cheque regalo de 50 euros de Decathlon San Javier, por favor indique



UNIVERSIDAD DE  
MURCIA

## Sport4Cancer - Impacto Social In situ

su correo electrónico. El sorteo se realizará el 7 de mayo de 2023, el ganador/a será publicado en las redes sociales de Sport4Cancermmg

Por último, este estudio tiene objetivos exclusivamente de investigación. Nos gustaría saber la opinión de los habitantes después del evento en la ciudad. Si acepta recibir un cuestionario similar después de la finalización del evento para comparar las opiniones en dos momentos diferentes, por favor, responda afirmativamente a esta opción (recuerde que los datos se tratarán de forma anónima). ¡Muchas gracias por su participación!

- Sí
- No

Observaciones / comentarios



---

Gómez-Martínez, L. (2023). *Percepción del impacto social del evento Sport4Cancer Mar Menor Games*. Trabajo de Fin de Máster. Murcia: Universidad de Murcia.

---

## RESUMEN

La celebración de eventos deportivos se ha convertido en una estrategia habitual por parte de los gobiernos locales para promocionar y fomentar el desarrollo de sus comunidades, generando un impacto tanto a nivel social como económico. El objetivo fue analizar la percepción social de los residentes de los municipios de acogida del gran evento europeo Sport4Cancer Mar Menor Games 2023. La muestra estuvo formada por 626 encuestas válidas realizadas por los residentes de alguna de los cuatro municipios sede del evento (San Javier, San Pedro del Pinatar, Los Alcázares y Cartagena), 420 pre-evento y 206 in situ. Un 62,6% fueron mujeres y un 34,7% hombres con una edad media de 42 años. Se utilizó un cuestionario cuantitativo para valorar la percepción social de los residentes respecto al evento deportivo. Los datos se recogieron de forma telemática a través de la plataforma 'encuestas' de la Universidad de Murcia. Los principales hallazgos mostraron la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre las fases de del evento, el género, la edad de los residentes y según la confianza en el gobierno local. Las intenciones futuras del residente estuvieron influenciadas por los beneficios positivos del evento. Este tipo de estudios ayuda a realizar una adecuada segmentación de los residentes, lo que permitirá a los gobiernos locales poder realizar campañas de marketing para futuros eventos más personalizadas, además de poder atender las demandas de la población de una forma más efectiva.



