

Community attachment as a mediating variable in the relationship between residents' perceived impact on sports tourism and support for the sector

El apego de la comunidad como variable mediadora en la relación del impacto percibido por los residentes sobre el turismo activo-deportivo hacia el apoyo al sector

Rómulo Jacobo González García^{1*}, Cristian Gregori², Daniel Martínez-Cevallos³, Carlos Pérez-Campos¹, Fernando García-Pascual²

¹ Campus Capacitas. Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir, Spain.

² Departamento de Educación Física y Deportiva. Universitat de València, Spain.

³ Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile.

* Correspondence: Rómulo Jacobo González García; romulojgg@hotmail.com

ABSTRACT

The field of sports tourism is receiving increasing attention from various social actors, due to the important impact this economic sector has on various sectors of society. Once a locality becomes a tourist destination, the attachment of local residents will be affected by its development. Therefore, the aim of this study was to analyse residents' perceptions of the impact of active-sport tourism, community attachment and support for the sector. The results of the study indicate that the higher the level of people's positive perception of the social, cultural, environmental and economic impacts, the higher the support for tourism development. On the other hand, there is also a mediating influence of people's attachment to the community between the relationship of perceived impacts and support for active-sport tourism development. These findings provide a better understanding of people's perspectives for active-sport tourism, which can help guide future decisions regarding tourism practice, development and planning.

KEYWORDS

Residents' Perceptions; Active Tourism; Social Impact; Residents' Support; Community Attachment

RESUMEN

El campo del turismo deportivo está recibiendo cada vez más atención por parte de diversos agentes sociales, debido al importante impacto que este sector económico tiene en diversos sectores de la sociedad. Una vez que una localidad se convierte en un destino turístico, el apego de los residentes locales se verá afectado por su desarrollo. Por tanto, el objetivo de este estudio es analizar las percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo activo-deportivo, el apego de la comunidad y el apoyo al sector. Los resultados del estudio indican que cuanto mayor es el nivel de percepción positiva de las personas sobre los impactos sociales, culturales, ambientales y económicos, mayor es el apoyo al desarrollo turístico. Por otro lado, también existe una influencia mediadora del apego de la población a la comunidad, entre la relación de los impactos percibidos y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo. Estos hallazgos proporcionan una mejor comprensión de las perspectivas de las personas para el turismo activo-deportivo, lo que puede ayudar a orientar las decisiones futuras con respecto a la práctica, el desarrollo y la planificación del turismo.

PALABRAS CLAVE

Percepción de los Residentes; Turismo Activo; Impacto Social; Apoyo de los Residentes; Apego de la Comunidad

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la relación entre turismo y deporte se ha implementado como uno de los campos académicos de estudio con mayor auge, además, la actividad física y el deporte se constituyen como un producto turístico cada vez más popular (Alguacil et al., 2016; Zare et al., 2020). Por su parte, la evaluación de los impactos asociados a la actividad turística se muestra como una importante fuente de información para los organismos encargados de la gestión del sector, distinguiéndose la percepción de los residentes como uno de los agentes esenciales sobre los que explorar su implicación (Karadakis & Kaplanidou, 2012).

Autores como Page & Hall (2014) señalan que, los residentes presentan una fuerte influencia en el desarrollo local de sector turístico, principalmente por su afección hacia el nivel de apoyo hacia el turismo y los turistas. Por ello, la implicación de los residentes en actividades comunitarias se presenta como un estimulante hacia actitudes benévolas respecto a cambios y desarrollo en la localidad (Woo et al., 2018). A pesar de que en los últimos años se ha incrementado el interés

académico por el análisis de las percepciones de los residentes de la comunidad (González-García et al., 2016), son necesarias mayores evidencias científicas sobre las variables que interactúan y predicen el apoyo al deporte como fomento del turismo (Rasoolimanesh et al., 2017).

Con relación a los residentes, variables como el sentimiento de apego a la comunidad han sido analizadas (Joo et al., 2019), valorando si los residentes con mayor sentimiento de pertenencia eran más propensos a tener actitudes negativas hacia el desarrollo turístico que los residentes con un menor apego. El apego comunitario puede definirse conceptualmente como el grado y patrón de participación e integración social en la comunidad, así como el sentimiento o afecto de los residentes hacia la propia comunidad (Simpson & Bretherton, 2009). Autores como Nicholas et al. (2009), señalan que el apego de la comunidad afecta de forma directa y significativa al apoyo hacia el desarrollo del turismo. Por otro lado, otros autores no han encontrado un enlace significativo entre estas variables (Choi & Murray, 2010). Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es analizar la percepción de los ciudadanos sobre el apego a la comunidad, y el efecto mediador que esta tiene en la relación entre los impactos percibidos y el apoyo al desarrollo del turismo activo deportivo en la isla de Gran Canaria (España).

Tipos de impactos

Frecuentemente, los impactos relacionados con el turismo se observan desde un punto de vista económico, sociocultural y medioambiental (Chandralal, 2010). Es por ello, que los estudios previos coinciden en clasificar este tipo de impactos siguiendo la Triple Botom Line (Almeida-García et al., 2015). En consecuencia, Hritz & Ross (2010) en su estudio sobre los impactos percibidos por los residentes de Indianápolis (EEUU), señalan que, además de los impactos económicos, sociales y medioambientales, habría que incluir los impactos negativos generales asociados al sector.

Sin embargo, no todas las localidades perciben el impacto asociado a la actividad turística por igual. Los residentes, a menudo no están lo suficientemente informados sobre el tipo de turista que visita su localidad, y por ello, se dificulta la evaluación de los impactos percibidos por los residentes (Ward & Berno, 2011). Dentro del sector turístico, el ámbito de la actividad física y el deporte tiene un potencial significativo para complementar la vida de los residentes, brindando oportunidades recreativas y de desarrollo social en la comunidad (Gibson, 2017). En relación con ello, estudios como el de Bartolomé et al. (2009) señalan que el impacto de la actividad turística dependerá del tipo de turismo, del motivo del viaje o del nivel de desarrollo económico de la localidad.

En términos económicos, el turismo se basa en el consumo de bienes y servicios, teniendo estos un impacto directo e indirecto en el empleo, aportando oportunidades de negocio, y contribuyendo al desarrollo comunitario de la localidad (Sánchez-Fernández et al., 2016). Por su parte, el impacto cultural que tiene el turismo se ha examinado a través de los estímulos que generan un desarrollo de nuevas actividades, o la preservación de patrimonio cultural (Jaafar et al., 2015). Este hecho, puede derivar en un aumento del orgullo e identidad de los residentes (McGehee & Andereck, 2004).

Por otra parte, los impactos político-administrativos de la actividad turística tratan de abordar una mayor representación de los intereses comunitarios, así como una mayor aportación al desarrollo sostenible de la localidad (Dumitru, 2012). También, se derivan aspectos negativos de la ineficacia política, la excesiva burocracia o una toma de decisiones poco realistas (Saha & Yap, 2014). Por lo que respecta al impacto social, autores como Balduck et al. (2011), señalan que en el ámbito turístico, estos impactos se asocian a la alteración de comportamientos y valores individuales de los residentes, así como una variación de la calidad de vida de una comunidad. Por su parte, autores como Weed & Bull (2012) señalan que estos cambios se producen a través de la adquisición de normas y valores cívicos y de comportamiento.

Atendiendo a los impactos medioambientales asociados a la actividad turística, concretamente el turismo activo-deportivo tiene gran incidencia al aumentar la responsabilidad dotando a esta una manera eficiente y sostenible de desarrollo (Parra-Camacho et al., 2020). Diversos estudios señalan que los impactos medioambientales son frecuentemente utilizados como refuerzo para la preservación de los recursos naturales y la mejora de diversos aspectos asociados a medio ambiente (Almeida-García et al., 2015). En ocasiones, las actividades pueden tener gran impacto en los recursos naturales, debiéndose asegurar que estas tengan la mínima incidencia en el medioambiente (Dyer et al., 2007). Diversos trabajos inciden en la generación de contaminación, así como una disminución del hábitat natural disponible (Látková & Vogt, 2012).

Apego

El concepto de apego comunitario ha recibido atención de la literatura relacionada con la investigación turística. McCool & Martin (1994, p. 30) establecieron un primer punto de referencia al definir el apego comunitario como: "el grado y patrón de participación social en la comunidad, y el sentimiento o afecto hacia esa misma comunidad". Estos mismos autores, formularon la hipótesis de que los residentes con fuertes sentimientos de apego a la comunidad eran más propensos a tener

actitudes negativas hacia un desarrollo turístico que los residentes con un menor apego, pero sus resultados refutaron la idea inicial. Por otro lado, estudios más recientes señalan que el apego comunitario puede definirse conceptualmente como el grado y patrón de participación e integración social en la comunidad, y el sentimiento o afecto de los residentes hacia esa comunidad (Simpson & Bretherton, 2009).

Los investigadores han medido el apego comunitario indicando cómo el tiempo de residencia en una comunidad puede ofrecer una medida equivalente al nivel de apego de los residentes hacia dicha localidad (Wang & Chen, 2015). De esta forma, varios estudios han intentado desarrollar una asociación entre las actitudes hacia el turismo y la duración de la residencia o lugar de nacimiento (Lee, 2013; Styliadis, 2018).

Tal y como indican Simpson & Bretherton (2009) estos informes muestran una asociación, pero la duración de la residencia y el lugar de nacimiento no son necesariamente medidas apropiadas de apego a una comunidad específica. Las personas que se trasladan a una comunidad rural pueden haber buscado atributos positivos específicos tales como la amistad con los vecinos o la falta de delincuencia en la localidad y, por lo tanto, han establecido rápidamente redes interpersonales y se han apegado mucho a la comunidad. Basado en esto, Ram et al. (2016), indican que el apego de los residentes a su comunidad se demuestra a través de los conceptos de identidad y dependencia comunitaria, afecto social dentro de una comunidad y respuestas afectivas a los sentimientos hacia la misma.

El apego hacia el lugar de residencia por parte de la comunidad, generalmente se centra en los rasgos psicológicos y emocionales de los residentes, tales como la distintiva de la localidad, la continuidad, la autoestima y autoeficacia, aspectos que los residentes locales pueden encontrar desafiantes de pronunciar o poco dispuestos a compartir con los visitantes (Wang & Xu, 2015).

Apoyo

La comprensión de las reseñas hacia el apoyo de los residentes locales al desarrollo turístico es esencial para los gobiernos locales, los responsables políticos y las empresas, porque el éxito y la sostenibilidad de cualquier actividad que se desarrolle depende del apoyo activo de las poblaciones locales (Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Olya & Gavilyan, 2017). Es por ello que los investigadores han explorado los factores que podrían influir en estos impactos percibidos y el consiguiente apoyo al desarrollo.

Varios han sido los factores estudiados e identificados, dentro de los que se incluyen el apego comunitario o la duración de la residencia (Simpson & Bretherton, 2009), los niveles de participación en la recreación (Weed & Bull, 2004), el nivel de conocimiento sobre el turismo y la economía local (Woo et al., 2015), la dependencia económica personal del turismo (Verbos et al., 2017), y la proximidad al área turística o el contacto con los turistas (Sheldon & Var, 1984). Además, también se han desarrollado modelos para explorar las relaciones entre la demografía de los residentes, los impactos percibidos y el apoyo al desarrollo turístico (Gursoy et al., 2017; McGehee & Andereck, 2004).

Dentro de un entorno específico, Gursoy et al. (2017) señalaron que el apoyo y la participación de los residentes locales es crucial para el desarrollo sostenible de la industria turística. Por consiguiente, los residentes perciben los efectos positivos del turismo más intensamente que los negativos, lo que ayuda a explicar su apoyo al desarrollo turístico. De este modo, la obtención del apoyo de los residentes podría surgir como una tarea clave para los gestores responsables de la planificación del turismo y su desarrollo.

Por lo que respecta a la percepción de los residentes, Perdue et al. (1990) desarrollaron un modelo que examinó las relaciones entre los impactos percibidos y el apoyo hacia el turismo. Descubrieron que cuando los beneficios personales del desarrollo turístico son controlados, los residentes con percepciones positivas sobre el desarrollo turístico apoyan además políticas específicas de desarrollo turístico.

Este apoyo puede verse incrementado mediante una mejora del nivel de vida y seguridad de los residentes y turistas, beneficiando económicamente a los residentes locales y fomentando una variedad de actividades culturales mediante el desarrollo de una serie de proyectos turísticos, como la celebración de eventos culturales y folclóricos de carácter estacional, instalaciones y actividades deportivas y recreativas al aire libre, así como reuniones, incentivos, convenciones y exposiciones. Asimismo, las repercusiones económicas siguen siendo un importante factor de apoyo al desarrollo, mientras que los costos percibidos influyen significativa y negativamente en el apoyo al desarrollo del turismo (Gursoy et al., 2017; Nunkoo & Ramkissoon, 2012).

Por lo tanto, es necesario que los planificadores turísticos adapten sus decisiones a las necesidades de la comunidad (Hritz & Ross, 2010). Esto aumentará el apoyo de la comunidad, que es un ingrediente esencial para el éxito del turismo deportivo en el lugar de destino.

2. MÉTODOS

2.1. Participantes

La muestra de este estudio está compuesta por un total de 607 personas residentes en Gran Canaria. La población total de Gran Canaria es de 855.521 habitantes (Instituto Canario de Estadística, 2020). Según los datos publicados por el Instituto Canario de Estadística, en el año 2020 había un total de 748.849 habitantes mayores de 15 años. La edad media de los encuestados fue de 36 años ($M = 35,90$; $DT = 13,82$) comprendidas entre los 18 y 86 años. Por su parte, el 50,50% de los encuestados eran mujeres frente al 49,50% de los encuestados hombres.

2.2. Recopilación de la muestra

La recogida de datos se llevó a cabo mediante un muestreo estratificado proporcional por cuota de sexo, donde la última unidad muestral ha sido el municipio. En este estudio, con una muestra de población de 748.849 residentes, el tamaño final de 607 residentes determinó un nivel de confianza del 95%, con un margen de error del 4%. La muestra ha sido recopilada entre los meses de enero y marzo del año 2018. La recogida de datos se obtuvo a través de cuestionario *ad hoc* en formato físico. Para su recopilación, se recorrieron los 21 municipios de la isla de Gran Canaria.

2.3. Instrumento

El instrumento está compuesto por diferentes escalas que miden las percepciones de los residentes hacia los impactos económicos, sociales, culturales, medioambientales, políticos-administrativos asociados al turismo deportivo previamente validadas (González-García et al., 2018). Asimismo, se utilizó una escala para medir las percepciones de los residentes sobre el apego a la comunidad (Stylidis, 2018). También, se utilizó una escala diseñada para medir la predisposición a apoyar el desarrollo del turismo activo-deportivo por parte de los residentes (Lee, 2013). Todas estas escalas habían sido previamente validadas. La fiabilidad de las escalas se determinó mediante el análisis de Alfa de Cronbach, siendo en todas las escalas superior al punto de corte establecido en 70 (Hair et al., 2006).

2.4. Análisis de datos

Para realizar el análisis de los datos, se aplicaron, en primer lugar, el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Science), versión 24 para todo lo referente a los estadísticos descriptivos (media, desviación típica, asimetría y curtosis). También, se empleó la macro

PROCESS, insertada en SPSS (versión 24), para observar la mediación entre la variable apego a la comunidad por parte de los residentes. La interfaz PROCESS para SPSS (Hayes, 2013) permite conocer el porcentaje de varianza explicada de una variable dependiente, en función de un conjunto de variables independientes, midiendo la influencia (directa o indirecta) que efectúe una variable mediadora (Hayes, 2013; Fernandez-Muñoz & García-González, 2017).

Para examinar el efecto mediador de la variable apego, se siguió el enfoque propuesto por Baron & Kenny (1986), los cuales, señalan que se deben cumplir cuatro condiciones para que se establezca dicha mediación entre variables. En primer lugar, se debe establecer un vínculo directo entre la variable independiente y la variable dependiente, seguidamente, se debe comprobar que la variable independiente está relacionada con la variable mediadora. A su vez, la variable mediadora debe estar relacionada significativamente con la variable dependiente, cuando tanto la variable mediadora como la variable independiente son predictoras de la variable dependiente y, finalmente, la relación entre la variable independiente y la variable dependiente se reduce significativamente a causa de introducir la variable mediadora en el conjunto. Suponiendo que se cumplen las cuatro condiciones, se apoya la mediación parcial (Baron & Kenny, 1986).

Por su parte, Zhao et al. (2010) sugieren que el resultado del mediador (directo o indirecto) varía en función del nivel de significación entre las relaciones de las variables independientes, dependientes y mediadoras, por la presencia o ausencia del mediador, sin tener que mostrar una relación estadísticamente significativa entre las variables. Asimismo, se aplicó la prueba z de Sobel (Sobel, 1982) para evaluar la importancia de los efectos intermedios. Si el valor de z es mayor que 1,96 ($p \leq 0,05$), se permite un efecto mediador.

3. RESULTADOS

En cuanto a los resultados de este estudio, la Tabla 1 muestra la valoración media de las opiniones de los residentes en diferentes escalas. El puntaje promedio para observar el impacto económico es 4,03 (DT = ,83), de 5 puntos. Esto significa que los entrevistados tienen una actitud positiva ante el impacto económico del turismo deportivo activo en Gran Canaria. Considerando los resultados, se puede observar que el ítem más valioso es 1, con una media de 4,12 (DE = ,96). Por lo tanto, los entrevistados prestaron más atención a la contribución de la comunidad a los asuntos económicos a través de actividades de turismo deportivo activo.

Por otro lado, en cuanto a la dirección positiva de las valoraciones, la evaluación más baja del impacto percibido está relacionada con los impactos asociados a la cultura comunitaria, con un promedio de 3,60 (DT = ,89), sobre un total de cinco puntos. Entre los tres ítems que componen esta dimensión, el ítem seis, relacionado con la experiencia de acoger a turistas y residentes a través del turismo deportivo, obtiene una valoración media de 3,84 (DT = 1,02). Seguidamente, el ítem relacionado con promover diversas actividades y eventos culturales para los residentes (M = 3,65; DT = 1,07), y el último, ayudar a mantener la identidad cultural y étnica de los residentes, con un promedio de 3,33 (DT = 1,18) sobre cinco puntos.

Asimismo, en cuanto a la influencia político-administrativa, la escala de tres ítems tiene un promedio de 4,26 (DE = ,78) entre los cinco ítems. El ítem con mayor valor en esta dimensión indica que el plan de desarrollo turístico y deportivo debe ser mejorado continuamente (M = 4,35; DT = ,86) Este ítem es el mejor ítem de evaluación para toda la escala de impacto positivo. Los otros dos ítems que componen la escala recibieron puntuaciones altas (superiores a cuatro puntos).

En cuanto a costes sociales percibidos, se obtuvo una media de 2,04 puntos (sobre cinco puntos). El promedio es de 2,36 (DE = 1,23), y el proyecto con mayor dimensión es "Debido al turismo deportivo se han presentado problemas sociales como la delincuencia y el consumo de drogas". Según la muestra, en menor medida se cree que los residentes sufren las consecuencias de vivir en zonas de destino turístico (M= 1,97; DT = 1,17). En promedio, los residentes observan que el turismo deportivo provoca conflictos entre los residentes y turistas (M= 1,79; DT = 1,15).

Por su parte, según esta investigación, el costo ambiental es la dimensión negativa que obtiene la mayor puntuación, con una media de 2,37 (DE = 1,07), con una puntuación máxima de 5. Los proyectos ambientales más influyentes son aquellos que aseguran que el turismo deportivo consume una gran cantidad de recursos naturales (M = 2,65; SD = 1,24), que es también el mayor de todos los impactos. Asimismo, los ítems con menor valor en la escala (M = 2,21; DT = 1,23) están relacionados con la contaminación ambiental y el deterioro causado por el turismo deportivo.

Tabla 1. Valoraciones medias, asimetría, curtosis y alfa de Cronbach de las escalas de impactos asociados a las percepciones de los residentes

Cuestionario completo ($\alpha=,79$).	Media (DT)	Asimetría	Curtosis
Impactos Económicos: $\alpha=,79$			
El turismo deportivo aporta una mayor inversión económica a la comunidad	4,12 (.96)	-,94	,40
El turismo deportivo ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes en esta comunidad	3,89 (1,04)	-,66	-,28
El turismo deportivo crea una oportunidad de mercado y atrae inversión extranjera en Gran Canaria	4,09 (.96)	-,91	,28
Impactos Culturales: $\alpha=,74$			
El turismo deportivo fomenta una variedad de actividades culturales y eventos para los residentes locales	3,65 (1,07)	-,45	-,49
El turismo deportivo ayuda a mantener viva la cultura y ayuda a mantener la identidad étnica de los residentes locales	3,33 (1,18)	-,20	-,80
El turismo deportivo ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora	3,84 (1,02)	-,62	-,21
Impactos Político-administrativos $\alpha=,81$			
La industria del turismo deportivo debe planificarse para el futuro	4,19 (.90)	-,96	,61
Los planes de desarrollo turístico-deportivo deben mejorarse continuamente	4,35 (.86)	-1,40	1,84
Creo que la isla debe hacer esfuerzo para atraer a más turistas deportivos	4,23 (.99)	-,86	1,61
Impactos Sociales $\alpha=,78$			
El turismo deportivo genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas...	1,79 (1,15)	1,40	,87
El turismo deportivo crea conflictos entre los residentes y visitantes	1,97 (1,16)	1,03	,07
Los residentes sufren las consecuencias del turismo deportivo por vivir en una zona de destino turístico	2,36 (1,23)	,54	-,67
Impactos Medioambientales $\alpha=,82$			
El turismo deportivo provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro	2,21 (1,23)	,71	-,54
El turismo deportivo genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua	2,25 (1,20)	,62	-,61
Se necesitan normas ambientales reglamentarias para reducir los impactos negativos del desarrollo del turismo deportivo,	3,19 (1,38)	-,22	-1,14
El turismo deportivo consume una gran cantidad de recursos naturales (agua, energía...)	2,65 (1,24)	,24	-,91

Fuente. Elaboración propia. Nota. α = Alfa de Cronbach; DT= desviación típica

Por su parte, la tabla 2 presenta los resultados obtenidos en cuanto al tamaño de la asociación de la población al turismo deportivo activo. El alfa total de Cronbach para esta escala es ,81, un valor que indica la buena fiabilidad de la escala. Después de analizar las respuestas de los encuestados, se

recibió una media de 3,99 sobre cinco, con una desviación típica (DT) de ,77 a nivel mundial. El factor con una media más alta apoya la idea de desarrollar el turismo natural en Gran Canaria (M = 4,35; DT = ,92). Del mismo modo, la categoría relacionada con el apoyo al desarrollo del turismo a través del desarrollo de eventos / programas / servicios de turismo deportivo también obtuvo una puntuación alta (M = 4,28; DT = ,93). Por su parte, la categoría que indica el apoyo de las personas al turismo deportivo como principal papel económico en la isla obtuvo una media de 4,09 (DT = ,98). Por otro lado, el ítem con menor valor en la escala (M = 3,21; DT = 1,43) es la categoría que indica apoyo al desarrollo del turismo de golf.

Tabla 2. Valoraciones medias, asimetría, curtosis y alfa de Cronbach de la escala de apoyo al desarrollo del turismo activo -deportivo en la comunidad

<i>Apoyo (α=,81)</i>	Media (DT)	Asimetría	Curtosis
Me gustaría ver a más turistas realizando actividades deportivas en Gran Canaria	3,98 (1,01)	-,851	,246
Apoyo a que el turismo deportivo tenga un papel económico fundamental en Gran Canaria	4,09 (.99)	-,995	,551
Apoyo al desarrollo de eventos/programas/ servicios turísticos-deportivos (por ejemplo: instalaciones de recreo, exposiciones, acontecimientos deportivos, eventos, etc.)	4,28 (.93)	-1,32	1,345
En general, yo apoyo el desarrollo del turismo a través del turismo de actividades acuáticas	4,00 (.98)	-,852	,273
En general, yo apoyo el desarrollo del turismo de golf en la isla	3,21 (1,43)	-,231	-1,22
En general, yo apoyo el desarrollo del turismo de naturaleza en la isla (senderismo, cicloturismo...)	4,35 (.92)	-1,68	2,93
Total	3,99 (.77)	-,99	1,41

Fuente. Elaboración propia. Nota. α = Alfa de Cronbach; DT= desviación típica

Seguidamente, en la tabla 3, se muestran los resultados obtenidos referentes a la escala que mide las percepciones sobre el apego a la comunidad de los residentes hacia el turismo activo-deportivo. El Alfa de Cronbach general de esta escala es de ,88, lo que supone un buen dato de fiabilidad. Después de analizar las respuestas de los encuestados se obtiene una media de 4,22 sobre cinco, con una desviación típica de ,88 en el global de la escala. El ítem con una media más elevada la preferencia de los encuestados a vivir en dicha comunidad respecto a otras (M=4,27; DT= ,97). Asimismo, también obtiene una puntuación alta (M=4,23; DT= ,96) el ítem relacionado con la significación del encuestado sobre vivir en dicha comunidad. Por su parte, el ítem que hace referencia hacia el fuerte sentimiento de pertenencia a la comunidad obtiene una puntuación de 4,14 (DT= 1,01).

Tabla 3. Valoraciones medias, asimetría, curtosis y alfa de Cronbach de la escala relacionada con percepciones sobre el apego a la comunidad de los residentes

Apego a la comunidad ($\alpha=.88$)	Media (DT)	Asimetría	Curtosis
Prefiero vivir en esta comunidad frente a otras comunidades	4,27 (.97)	-1,30	1,24
Vivir en esta comunidad significa mucho para mi	4,23 (.96)	-1,07	,43
Siento un fuerte sentimiento de pertenencia a esta comunidad	4,14 (.01)	-,99	,38
Total	4,22 (.88)		

Fuente. Elaboración propia. Nota. α = Alfa de Cronbach; DT= desviación típica

Análisis mediador

En cuanto a los resultados del análisis mediador, en primer lugar, se presentan los resultados del análisis de regresión lineal simple entre las variables independientes (impactos asociados a las percepciones sobre el turismo deportivo), la variable mediadora (percepción sobre apego de los residentes a la comunidad), y la variable dependiente (apoyo al desarrollo del turismo deportivo).

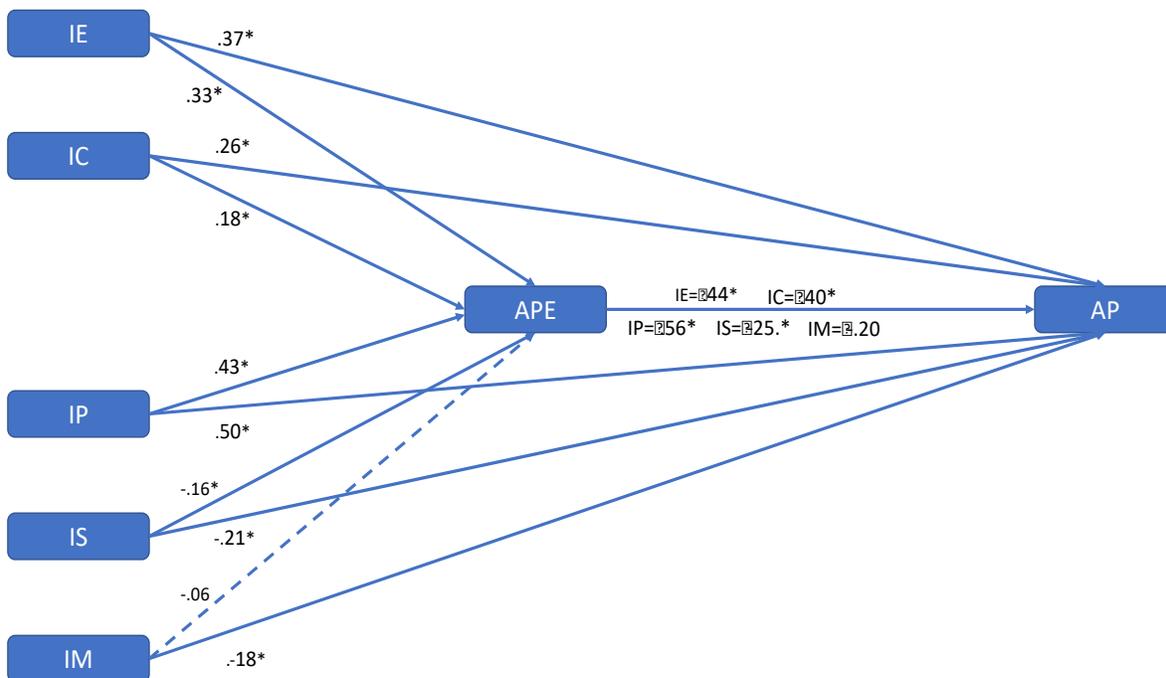


Figura 1. Coeficientes de regresión entre variables independientes, mediadoras y dependientes.

Nota: IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo; APE= apego.

Tal y como se observa en la figura 1, existe una relación significativa ($p \leq 0,05$) entre todas las variables analizadas exceptuando la relación entre los impactos medioambientales percibidos por los residentes y sus percepciones sobre la calidad de vida.

Atendiendo a los resultados obtenidos por el efecto mediador de la variable apego, se puede observar en la tabla 4 cómo los coeficientes estandarizados de todas las dimensiones son estadísticamente significativos exceptuando la relación entre los impactos medioambientales y las percepciones sobre apego de los residentes a la comunidad. Por su parte, se puede observar el efecto indirecto que la variable mediadora apego presenta en la relación con la variable dependiente (apoyo), y las variables independientes impactos económicos ($\beta = ,07$, $IC = ,04- ,10$), impactos culturales ($\beta = ,04$, $IC = ,02- ,07$), impactos políticos ($\beta = ,06$, $IC = ,03- ,10$), impactos sociales ($\beta = -,04$, $IC = -,07- ,02$) e impactos medioambientales ($\beta = -,02$, $IC = -,04- ,00$).

Tabla 4. Efecto indirecto relacionado a la variable mediadora apego con respecto a los impactos y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad

Efecto indirecto	Estimado	IC_i	IC_s
EC. → APE → AP	,07*	,04	,10
CU. → APE → AP	,04*	,02	,07
PO. → APE → AP	,06*	,03	,10
SO. → APE → AP	-,04*	-,07	-,02
ME. → APE → AP	-,02	-,04	,00

Nota: IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo; APE= apego; IC_i= Intervalo de confianza inferior; IC_s= Intervalo de confianza superior.

En cuanto al efecto total de los impactos asociados a las percepciones de los residentes sobre el apoyo al desarrollo del turismo deportivo, se observa en la tabla 5 como la percepción sobre los impactos políticos-políticos-administrativos presentan una mayor disposición al apoyo ($R^2 = ,30$, $F = 270,46$, $p < 0,001$, $\beta = ,56$, $IC = ,49- ,63$). Por su parte, la percepción sobre los impactos sociales presenta una menor predisposición al apoyo del turismo activo deportivo. ($R^2 = ,10$, $F = 68,31$, $p < 0,001$, $\beta = -,25$, $IC = -,31 - -,19$). Tal y como se ha señalado anteriormente, las percepciones sobre los impactos medioambientales no han resultado significativas.

Tabla 5. Efecto total relacionado a la variable mediadora apego con respecto a los impactos y el apoyo al desarrollo del turismo activo-deportivo en la comunidad

Efecto Total	R²	F (p)	Estimado (β)	IC_i	IC_s
EC. →AP	,21	166,90 (<,001)	,44*	,37	,50
CU. →AP	,20	161,85 (<,001)	,40*	,34	,46
PO. →AP	,30	270,46 (<,001)	,56*	,49	,63
SO. →AP	,10	68,31 (<,001)	-,25*	-,31	-,19
ME. →AP	,07	46,71 (<,001)	-,20	-,25	-,14

Nota: IE.= Económicos; IC.= Culturales; IP.= Políticos-administrativos; IS.= Sociales; IM.= Medioambientales; AP= Apoyo; IC_i= Intervalo de confianza inferior; IC_s= Intervalo de confianza superior.

También se muestran los resultados del test de Sobel, que reflejan que el efecto de mediación parcial descrito en el modelo ha sido estadísticamente significativo (EC: $z = 4.85$, $p < 0,001$; CU: $z = 4.01$, $p < 0,001$; PO: $z = 7.07$, $p < 0,001$; SO: $z = -3.96$, $p < 0,001$).

4. DISCUSIÓN

En lo que respecta al ámbito turístico, los residentes deben participar en la planificación, el desarrollo y la implementación de las actividades turísticas de una manera que ayude a expandir su hospitalidad hacia los turistas. Al examinar los efectos del turismo en la comunidad, Medina & Sánchez (2005) afirman que la presencia de actividades físico-deportivas mejora y caracteriza la oferta turística de la zona. Estas actividades se pueden realizar tanto en el interior como en exterior, contribuyendo así al desarrollo de este tipo de turismo alternativo. Este estudio presenta una relación positiva entre los factores relacionados con el impacto positivo percibido y el apoyo de las personas al desarrollo turístico. Tal y como señalan Stylidis et al. (2014), cuando las personas tienen una mejor conciencia de los impactos sociales, culturales, ambientales y económicos positivos, apoyan el desarrollo del turismo.

En líneas generales, la mayoría de los estudios no han llegado a un consenso sobre los factores que influyen en las percepciones de la población y las variables que determinan estas percepciones en la comunidad (Almeida-García et al., 2015). Este hecho puede deberse a las características específicas de cada población, por lo que las percepciones de las personas pueden variar (Friedline, 2005). Aunque los resultados pueden tener características en común con otros lugares, siguen siendo únicos y, por lo tanto, es necesario seguir investigando sobre esta temática (Ryan et al., 2011).

Estudios como el de Chang et al. (2020) señalan que es de notable importancia relacionar los impactos percibidos respecto al apoyo al desarrollo del sector, independientemente de si estos

impactos son positivos o negativos. En nuestro trabajo, aunque exista una relación negativa por parte del impacto social percibido por los residentes y el apoyo al sector turístico deportivos, estudios como el de Dyer et al. (2007) no encontraron relación entre las influencias sociales negativas y el apoyo de la gente al desarrollo turístico. Una posible explicación para esto es que algunas poblaciones excluyen los costos sociales si esperan beneficios económicos (Garau-Vadell et al., 2018). A medida que los residentes destacan los beneficios del sector, pueden sobrestimar los efectos positivos y subestimar los negativos asociados con la actividad.

La conexión con la comunidad de los residentes determina sus sentimientos hacia la localidad. Esta asociación se relaciona con conceptos como identidad comunitaria, dependencia comunitaria, vínculos sociales o reacciones o sentimientos locales (Kyle et al., 2004). Otros autores como Nicholas et al., (2009) señalan que el apego a la comunidad tiene un impacto directo y significativo en el apoyo al desarrollo turístico. Por otro lado, otros autores no han encontrado asociación significativa entre estas variables (Choi & Murray, 2010).

Como señalan Chen et al. (2020), los residentes con fuertes lazos comunitarios están más preocupados por los efectos que el turismo puede tener en sus comunidades. De manera similar, autores como Wang & Chen (2015) han sugerido previamente que, los efectos positivos y negativos asociados con el turismo, están más o menos asociados con las personas que tienen cierta vinculación con el turismo local.

En esta investigación, el apego de los residentes resultó una variable significativa en la relación entre los impactos asociados a las percepciones de los residentes y el apoyo al desarrollo de este en la comunidad. Esta relación se produce, tanto en aquellas variables descritas en sentido positivo como en sentido negativo, por lo que se puede afirmar que el apego posee un efecto mediador en la relación entre los impactos percibidos y el apoyo. Estudios como los de Deccio & Baloglu (2002) señalan que los residentes altamente apegados a la comunidad muestran más apoyo que aquellos que no están tan apegados. Por otro lado, otros trabajos no establecieron una relación entre el apego de la comunidad y la percepción de los impactos asociados al turismo (Gursoy et al., 2017). A pesar de ello, los resultados de este trabajo sí reflejan la relación existente entre el apego de los residentes y el apoyo. En esta línea Rasoolimanesh et al. (2015) señalan que los resultados de su estudio indican que los efectos del apego de la comunidad sobre las percepciones, tanto positivas como negativas, son significativas. A su vez, estudios como los de Látková & Vogt (2012) ratifican esta afirmación. Una posible explicación de los resultados obtenidos en nuestro estudio es que, tradicionalmente, en la Comunidad Canaria se ha tenido un fuerte sentimiento de pertenencia,

principalmente debido a su condición de insularidad. En este sentido, resulta adecuado pensar que el apego que los residentes de Gran Canaria pudieran tener a la isla influya en las percepciones que tienen estos sobre determinados aspectos, sobre todo en sectores como el turístico, con la influencia potencial que tiene el sector en la región.

La relación entre las variables afines a la percepción de los residentes sobre la comunidad donde se realizan actividades de turismo y su relación con el apoyo al desarrollo del sector han sido ampliamente investigadas, afirmando la existencia tanto de impactos negativos como positivos (González-García et al., 2016; Parra et al., 2016). En Gran Canaria, las personas distinguen los impactos sociales e impacto cultural de manera individual. Ciertamente, se puede observar que los efectos culturales tienen una tendencia positiva, mientras que los impactos sociales tienden a negativamente. En este sentido, cuando la comunidad tiene una actividad turística totalmente integrada, se puede ignorar algunos impactos negativos asociados a ella (Andriotis, 2005), en los que, en el caso específico de Gran Canaria, el impacto social no resulta ser estadísticamente significativo respecto al apoyo al desarrollo de la industria del turismo en la comunidad. Una posible explicación de dicha individualización de percepciones puede resultar de la apreciación de los impactos culturales como oportunidad de desarrollo comunitario, resultando los impactos sociales percibidos como indiferentes ante el desarrollo de la actividad turística. Por lo que respecta a los impactos medioambientales percibidos por los residentes, estos presentan una relación estadísticamente significativa respecto al apoyo al desarrollo del sector turístico-deportivo. De manera similar, el trabajo de Bujosa-Betard & Roselló-Nadal (2007), acaecido en las islas baleares, señalan que la población isleña enfatiza en la influencia medioambiental como un denominador importante en el desarrollo del sector turístico.

5. CONCLUSIONES

A modo de conclusión, los resultados obtenidos en el estudio confirman que el apego de los residentes a la comunidad ejerce un efecto mediador entre la percepción de los residentes sobre los impactos asociados al sector turístico-deportivo y su disposición a apoyar el desarrollo de este, siempre que estos perciban que los beneficios obtenidos en la comunidad superan los costes. En esta línea, los impactos relacionados con la influencia político-administrativa, el impacto económico y el impacto cultural, son las variables percibidas con una mayor implicación por parte de la población para el desarrollo de la comunidad relacionado con el turismo activo-deportivo. Por otro lado, los impactos medioambientales que los acompañan reducen dicha tendencia de las personas a apoyar el

desarrollo del turismo activo-deportivo. Considerando la relación entre los impactos percibidos por los residentes, y el efecto mediador de variables el apego de los residentes a la comunidad se concluye que el efecto mediador de la variable apego es significativa entre la relación de impactos percibidos, y el apoyo al desarrollo del turismo activo deportivo en Gran Canaria.

Se debe tener cautela ante la extrapolación de estas conclusiones, puesto que se debe tener en consideración el contexto de la localidad donde se realiza el estudio, pudiendo variar los resultados obtenidos. Estos, son particularmente relevantes respecto a la disposición práctica, de desarrollo y de planificación del sector turístico activo-deportivo en la localidad, contribuyendo a la planificación local y otorgando información valiosa a los encargados de gestionar del sector. La información otorgada, permite conocer e involucrar al residente en la toma de decisiones, adecuándose estas a las necesidades de la comunidad. Si los organismos encargados en esta labor son capaces de implicar al residente, se puede garantizar el éxito y la sostenibilidad del sector turístico activo-deportivo.

Para futuros trabajos, sería interesante analizar las percepciones de los residentes en función de actividades físico-deportivas específicas y tratar de observar si existen prioridades relacionadas con el desarrollo de estas en la sociedad. Además, sería interesante valorar otro tipo de variables que permitan ejercer efecto mediador en la relación entre los impactos percibidos y el apoyo al sector.

6. REFERENCIAS

1. Alguacil, M., Pérez-Campos, C., Berenguer, S. A., & Boquera, J. (2016). ¿La celebración de un evento promueve la ciudad como destino turístico entre los deportistas?. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte*, 5(1), 123-136. <https://doi.org/10.6018/25413>
2. Almeida-García, F., Balbuena-Vázquez, A., & Cortes-Macías, R. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13, 33-40.
3. Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(1), 67- 90.
4. Balduck, A. L., Maes, M., & 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.
5. Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182. <https://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>.
6. Bartolomé, A., Ramos, V., & Rey-Maqueira, J. (2009). Residents' Attitudes Towards Diversification Sports Tourism in the Balearics. *Tourism Recreation Research*, 34(1), 55-65.
7. Bujosa-Bestard, A., & Roselló-Nadal, J. (2007). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 28(3), 688-695.

8. Chandralal, K. (2010). Impacts of tourism and community attitudes towards tourism: A case study in Sri Lanka. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(2), 41-49.
9. Chang, M. X., Choong, Y. O., & Ng, L. P. (2020). Local residents' support for sport tourism development: the moderating effect of tourism dependency. *Journal of Sport & Tourism*, 24(3), 215-234.
10. Chen, Y., Cottam, E., & Lin, Z. (2020). The effect of resident-tourist value co-creation on residents' well-being. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 30-37.
11. Choi, H. C., & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594. <https://doi.org/10.1080/09669580903524852>
12. Deccio, C., & Baloglu, S. (2002). Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts. *Journal of Travel Research*, 41(1), 46-56.
13. Dumitru, T. (2012). The impact of tourism development on urban environment. *Studies in Business & Economics*, 7(3), 160-164.
14. Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.002>
15. Fernández-Muñoz, J. J., y García-González, J. M. (2017). El análisis de mediación a través de la macro/interfaz Process para SPSS. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 10(2), 79- 88. <https://doi.org/10.1344/reire2017.10.218109>.
16. Fredline, E. (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 263-279. <https://doi.org/10.1080/17430430500087328>
17. Garau-Vadell, J; Gutiérrez-Taño, D. & Díaz-Armas, R.J. (2016). Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 68-75. <https://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.008>.
18. Gibson, H. (2017). Sport tourism and theory and other developments: some reflections. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 153-158. <https://doi.org/10.1080/14775085.2017.1319514>
19. González-García, R. J., Añó, V., Parra-Camacho, D., y Calabuig, F. (2018). Perception of residents about the impact of sports tourism on the community: Analysis and scale-validation. *Journal of Physical Education and Sport*, 18(1), 149-156.
20. González-García, R. J., Parra-Camacho, D., Añó, V. & Calabuig, F. (2016). Percepción de los residentes sobre el impacto del Mundobasket 2014 en Gran Canaria y apoyo a la celebración de eventos deportivos. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 11(2), 279-288.
21. Gursoy, D., Yolal, M., Ribeiro, M. A., & 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>
22. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
23. Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York, NY: The Guilford Press
24. Hritz, N., & Ross, C. (2010). The perceived impacts of sport tourism: An urban host community perspective. *Journal of Sport Management*, 24(2), 119-138.

25. Jaafar, M., Noor, S. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Perception of young local residents toward sustainable conservation programmes: A case study of the Lenggong World Cultural Heritage Site. *Tourism Management*, 48, 154-163. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.018>
26. Joo, D., Cho, H., & Woosnam, K. M. (2019). Exploring tourists' perceptions of tourism impacts. *Tourism Management Perspectives*, 31, 231-235.
27. Karadakis, K., & 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>
28. Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Predictors of behavioral loyalty among hikers along the Appalachian Trail. *Leisure Sciences*, 26(1), 99-118. <https://doi.org/10.1080/01490400490272675>
29. Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67. <https://doi.org/10.1177/0047287510394193>
30. Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
31. McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
32. McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140. <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>
33. Medina, F. X., & Sánchez, R. (2005). Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 3(1), 97-107. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2005.03.006>
34. Nasseef, M. A., Alshayeb, H., Ojilat, J., & Alshafiee, M. (2017). The effect of sport tourism management on support for tourism development. *Journal of Management and Strategy*, 8(3), 20-34.
35. Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site: the Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.005>
36. Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 997-1023. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.017>
37. Olya, H. G., & Gavilyan, Y. (2017). Configurational models to predict residents' support for tourism development. *Journal of Travel Research*, 56(7), 893-912. <https://doi.org/10.1177/0047287516667850>
38. Page, S. J., & Hall, C. M. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. New York, NY: Routledge.
39. Parra-Camacho, D., González-García, R.J. & Alonso-Dos-Santos, M. (2021). Social impact of a participative small-scale sporting event, *Sport, Business and Management*, 11(2), 109-124. <https://doi.org/10.1108/SBM-12-2019-0119>
40. Parra, D., Añó, V., Calabuig, F., & Ayora, D. (2016). Percepción de los residentes sobre el legado de la America's Cup. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 16(1), 309-322.

41. Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586- 599. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90029-Q](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90029-Q)
42. Ram, Y., Björk, P., & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 52, 110-122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.010>
43. Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, 147-158.
44. Ryan, C., Chaozhi, Z., & Zeng, D. (2011). The impacts of tourism at a UNESCO heritage site in China—a need for a meta-narrative? The case of the Kaiping Diaolou. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(6), 747-765.
45. Saha, S., & Yap, G. (2014). The moderation effects of political instability and terrorism on tourism development: A cross- country panel analysis. *Journal of Travel Research*, 53(4), 509-521. <https://doi.org/10.1177/0047287513496472>
46. Sánchez Fernández, P., Salgado Barandela, J., Rodríguez Rodríguez, A., & Barajas Alonso, A. (2016). Impacto económico del XXI Campeonato de España “Open” de Invierno Master de Natación de Pontevedra 2015. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte*, 5, 169–180. <https://doi.org/10.6018/254191>
47. Sheldon, P. J., & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5(1), 40-47. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(84\)90006-2](https://doi.org/10.1016/0261-5177(84)90006-2)
48. Simpson, K., & Bretherton, P. (2009). The impact of community attachment on host society attitudes and behaviours towards visitors. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 6(3), 235-246. <https://doi.org/10.1080/14790530903363431>
49. Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. *Sociological Methodology*, 13, 290-312.
50. Stylidis, D. (2018). Place attachment, perception of place and residents' support for tourism development. *Tourism Planning & Development*, 15(2), 188-210.
51. Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.006>
52. Verbos, R. I., Altschuler, B., & Brownlee, M. T. (2017). Weather Studies in Outdoor Recreation and Nature-Based Tourism: A Research Synthesis and Gap Analysis. *Leisure Sciences*, 12, 1-24. <https://doi.org/10.1080/01490400.2017.1325794>
53. Wang, S., & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.016>
54. Wang, S., & Xu, H. (2015). Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 47, 241-250. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.007>
55. Ward, C., & Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556-1569.
56. Weed, M. & Bull, C. (2004). *Sports Tourism: Participants, policy and providers*. Oxford: Elsevier

57. Woo, E., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2018). Tourism impact and stakeholders' quality of life. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(2), 260-286.
58. Zare, S., Zarei, A., & Tejari, F. (2020). Análisis del turismo deportivo de nostalgia en los aficionados de fútbol de la Copa del Golfo Pérsico. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte*, 9(2), 103–108. <https://doi.org/10.6018/sportk.431191>
59. Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197-206. <https://doi.org/10.1086/651257>

AUTHOR CONTRIBUTIONS

All authors listed have made a substantial, direct and intellectual contribution to the work, and approved it for publication.

CONFLICTS OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

FUNDING

This research received no external funding.

COPYRIGHT

© Copyright 2025: Publication Service of the University of Murcia, Murcia, Spain.