

## **Future intentions of residents regarding the celebration of Formula E in Santiago de Chile**

## **Intenciones futuras de los residentes sobre la celebración la Fórmula E en Santiago de Chile**

**Daniel Duclos-Bastías <sup>1</sup>, David Parra-Camacho <sup>2</sup>, Frano Giakoni-Ramírez <sup>3</sup>, Maira Ulloa-  
Hernández <sup>4</sup>, Juan Antonio Sánchez Sáez <sup>5</sup>**

<sup>1</sup> Escuela de Educación Física, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

<sup>2</sup> Universidad de Valencia, España

<sup>3</sup> Facultad de Educación y Ciencias Sociales, Universidad Andres Bello, Chile

<sup>4</sup> INEFC Lleida, España

<sup>5</sup> IMEP - Instituto Mediterráneo Estudios Protocolo, Alicante, España

\* Correspondence: Juan Antonio Sánchez Sáez; [juanantonio.sanchez@protocoloimep.com](mailto:juanantonio.sanchez@protocoloimep.com)

### **ABSTRACT**

The social impact of sporting events has been analysed mainly through residents' perceptions. The aim of this study was to find out residents' future intentions about the celebration of the 2018 Formula E Grand Prix of Santiago de Chile. For the selection of the sample (n=414 residents) the non-probability purposive sampling method was used with a confidence interval of 95%. The instrument used was an online questionnaire with a Likert scale (five-point scale). The results offered values close to four, which would indicate a positive trend in the residents' intentions. On the other hand, the significant influence of various socio-demographic variables related to the celebration of the event was verified: age, sex, studies, ideology, occupation, family residence, support for the celebration, attendance and employment ties with the sector. The results of the study made it possible to establish a favourable social perception of the reception of the event, although with different levels depending on the social group and its link to the event.

### **KEYWORDS**

Future intentions; Sporting event; Formula E; Residents' perception

## **RESUMEN**

El impacto social de los eventos deportivos se ha analizado principalmente a través de la percepción de los residentes. El objetivo de este estudio fue conocer las intenciones futuras de los residentes sobre la celebración del Gran Premio de Fórmula E de Santiago de Chile 2018. Para la selección de la muestra (n=414 residentes) se utilizó el método de muestreo intencional-no probabilístico con un intervalo de confianza del 95%. El instrumento empleado fue un cuestionario *on-line* con una escala de respuesta Likert de 5 niveles. Los resultados ofrecieron valores cercanos a cuatro, que indicaría una tendencia positiva en las intenciones de los residentes. Por otro lado, se comprobó la influencia significativa de diversas variables sociodemográficas relacionadas con la celebración del evento: edad, sexo, estudios, ideología, ocupación, residencia familiar, respaldo a la celebración, asistencia y vinculación laboral con el sector. Los resultados del trabajo permitieron establecer una percepción social favorable sobre la acogida del evento, aunque con niveles diferentes según el grupo social y su vinculación con el evento.

## **PALABRAS CLAVE**

Intenciones futuras; Evento deportivo; Fórmula E; Percepción de los residentes

## **1. INTRODUCCIÓN**

Los eventos deportivos se han analizado desde diferentes perspectivas: económica, social o medioambiental. Muchas ciudades suelen utilizar el "desarrollo sostenible" o la "regeneración sostenible" para justificar su celebración (Smith, 2009). En relación a la repercusión de los eventos deportivos, el análisis del impacto en la sociedad y la calidad de vida de los residentes ha cobrado especial relevancia en los últimos años, ya que la falta de apoyo a la celebración de eventos deportivos se puede asociar a efectos negativos sobre en la comunidad anfitriona, provocando tensiones sociales y políticas (Gursoy et al., 2017). Otros impactos negativos se relacionan con la afectación sobre la calidad de vida diaria de muchos de los residentes de los municipios donde estos acontecimientos se llevan a cabo (Sánchez, 2019). Por lo cual, la planificación estratégica de los eventos deportivos debería tener relación y concordancia con el desarrollo sostenible del territorio en el que se celebran, generando estrategias de promoción comprendidas desde las necesidades reales de la comunidad local (Maussier, 2017) y de la integración de los diferentes stakeholders, entre ellos los residentes, con la finalidad que el evento alcance el mayor éxito posible (Sánchez-Sáez, 2021). Por lo tanto, se debe considerar en cuanto a la celebración de estos eventos deportivos que uno de los

propósitos principales de sus servicios es cumplir con las intenciones futuras del usuario (García-Pascual et al., 2019).

La organización de eventos deportivos tiene la capacidad de motivar un sentimiento de orgullo e identidad, facilitando la cohesión social (Tejero-González, 2016). Por lo que se considera relevante conocer el impacto social que generan estos acontecimientos en los residentes del municipio de acogida. Al analizar el campo de la evaluación e investigación del impacto social de los eventos deportivos, se ha considerado como referencia la Teoría de Representación Social (Moscovici, 1984) que explica los mecanismos que utilizan las personas para tratar de entender los objetos y acontecimientos en el mundo que les rodea y que tienden a familiarizar sobre la base de experiencias pasadas, y cómo este conocimiento previo sirve como punto de referencia para nuevos encuentros. Asimismo, se han tenido en cuenta estudios que se han centrado en la percepción de los residentes (Parra-Camacho et al., 2018; Ramos et al., 2021), ya que al analizar las percepciones de los residentes se genera una mejor comprensión de estos eventos deportivos identificando posibles ganadores y perdedores (Ma et al., 2013).

En la literatura revisada, se da cuenta sobre la importancia de realizar más aportes en esta línea de investigación para identificar factores que pueden definir a los residentes (Chen & Tian, 2015). Por otra parte, también se ha señalado que al evaluar las reacciones de estos residentes se puede comprender mejor a los stakeholders (Chen & Tian, 2015; Fredline & Faulkner, 2000; Ma & Rotherham, 2015; Zhou & Ap, 2009). En relación a esto, una organización no solo se compone de sus trabajadores y accionistas, sino también por los agentes a los que afecta (Sánchez-Sáez et al., 2020).

La evaluación de la percepción de los residentes, finalmente, se utiliza como una herramienta a largo plazo, que permite participar a los ciudadanos en las decisiones relacionadas con la planificación de los eventos deportivos (Ritchie et al., 2009). Por lo tanto, las entidades organizadoras de estos eventos deportivos deben ser conscientes del entorno en el cual se desarrolla esta actividad, donde se debe crear una red fuerte entre ellas y los diferentes grupos de interés, especialmente con los residentes (Sánchez-Sáez et al., 2020).

El Campeonato Mundial de Fórmula E ABB FIA, se compone de varias pruebas celebradas en circuitos urbanos en las que participan monoplazas eléctricos. Este campeonato, nació en la temporada 2014-2015 con 11 carreras, aumentando el número de carreras a 13 en la temporada 2018-2019. Debido a que se trata de un evento deportivo con poca experiencia, las aportaciones sobre el análisis del impacto en las localidades de acogida son escasos. Es por ello que el objeto de estudio de

la presente investigación, fue determinar las intenciones futuras de los residentes sobre la celebración del Gran Premio de Fórmula E de Santiago de Chile 2018.

## **1.1. Marco conceptual**

### **1.1.1. Impacto social de los eventos deportivos de motor**

El impacto social de los eventos deportivos puede definirse como los cambios en la calidad de vida de los residentes como consecuencia de la celebración de un evento deportivo (Parra-Camacho et al., 2021). Estos cambios son necesarios conocerlos para corroborar si son positivos para el desarrollo social, cultural y económico donde se realizan (Añó et al., 2012). Los estudios que analizan el impacto social de los eventos deportivos suelen indagar sobre la percepción de los grupos de interés afectados por el evento, siendo los residentes uno de los colectivos en los que más se ha centrado la investigación en este ámbito.

En esta línea, diversas contribuciones han centrado su interés en el impacto de los mega eventos deportivos (Juegos Olímpicos y Mundiales de Fútbol) como los Juegos Olímpicos de Río en 2016 (Ribeiro et al., 2021) y el próximo Mundial de Fútbol Qatar 2022 (Talavera et al., 2019). Desde el Comité Olímpico Internacional el área social es un factor importante en el deporte (Kobiela, 2018). No obstante, también se ha analizado el impacto social de otros grandes eventos deportivos, como el Tour de Francia (Balduck et al., 2011), la Copa del Mundo Baloncesto de España 2014 (González-García et al., 2016), la Copa América de Perth (Soutar & Mcleod, 1993) y la de Valencia (Llopis & Gil, 2011; Parra-Camacho et al., 2016), la Copa América de Fútbol Chile 2015 (Parra-Camacho et al., 2018), el Open de Australia de tenis (Fredline, 2005), la Super Bowl (Kim & Walker, 2012; Lee & Krohn, 2013). También se analizaron eventos deportivos de pequeña escala como la Hikatón de 100 km de Shenzhen (Wang et al., 2019) y la Ruta de las Fortalezas (Sánchez-Sáez et al., 2020). En este sentido, los acontecimientos deportivos de motor también han sido objeto de análisis en diversos estudios (Añó et al., 2012; Cegielski & Mules, 2002; Cheng & Jarvis, 2010; Fredline & Faulkner, 2000; Fredline & Faulkner, 2002; Fredline et al., 2013; Kim et al., 2015; Mackellar, 2013; Mao & Huang, 2016; Parra-Camacho et al., 2020; Zhou, 2010).

Los eventos automovilísticos, con la excepción de los rallies, en los últimos años han tendido a celebrarse en circuitos urbanos construidos o adaptados específicamente para el evento. Por este motivo, los circuitos urbanos suelen utilizar vías y servicios públicos como parques, senderos, calles y zonas públicas que no suelen utilizarse cuando se realizan en circuitos diseñados específicamente para eventos automovilísticos (Mackellar, 2013).

Por otro lado, varios trabajos coinciden en destacar los impactos positivos relacionados con la mejora de la imagen de la ciudad y su promoción como destino turístico (Añó et al., 2012; Cegielski & Mules, 2002; Cheng & Jarvis, 2010; Kim et al., 2015; Mao & Huang, 2016; Zhou, 2010) o la estimulación de la economía local (Fredline et al., 2013). También se resaltan otros aspectos psicosociales e intangibles relacionados con el aumento del orgullo de la comunidad por acoger el evento (Fredline et al., 2013; Mao & Huang, 2016), las oportunidades de entretenimiento (Fredline et al., 2013; Kim et al., 2015) o la oportunidad de conocer gente nueva (Cheng & Jarvis, 2010).

#### 1.1.2. Intenciones futuras en el estudio del impacto social de los eventos deportivos

Las organizaciones deportivas deben saber cómo gestionar sus recursos para que los clientes quieran optar nuevamente por ellos. Se debe rentabilizar las inversiones en calidad, siendo consciente de que a mayor calidad se alcanzarán mejores indicadores de productividad (Bigné et al., 2005). Esto genera un lineamiento hacia la importancia del consumidor y su lealtad (Dimitriades, 2006; Pedragosa & Correia, 2009). Este consumidor provocará efectos positivos en la gestión empresarial y también será relevante conocer sus necesidades y las opiniones que pueda dar a su entorno (generadores de opinión pública), abarcando una proporción de efectos positivos (Sánchez-Sáez, 2021). Por lo que se ha establecido que las intenciones futuras derivan de la lealtad del consumidor y su recomendación (Ahrholdt et al., 2019).

En relación a los eventos deportivos, generar una gran satisfacción hacia a estos, influye positivamente sobre la intención de comportamiento futuro para retornar a un acontecimiento con características similares (Brown et al., 2016; Calabuig et al., 2014), generando que este punto sea relevante en la retención de clientes y estrategias de fidelización (Calabuig et al., 2015).

Es de suma importancia que los gestores deportivos aumenten la satisfacción de los residentes para mejorar las intenciones futuras y mejorar la rentabilidad de los eventos deportivos (Calabuig et al., 2016), tomando en cuenta que existe una relación entre la percepción del impacto social percibido por los residentes y sus intenciones futuras de acudir al evento.

Considerando esta relación entre la percepción del impacto social y las intenciones futuras de los residentes, se puede comprobar que existe una relación directa entre estas dos variables en eventos deportivos de motor (Parra-Camacho et al., 2020). Y también en eventos deportivos de otras disciplinas deportivas, las cuáles el apoyo de los residentes resulta directamente en intenciones futuras positivas en cuanto a la celebración del evento (Parra-Camacho et al., 2019).

### 1.1.3. Teorías explicativas del impacto social de los eventos deportivos

Existen varias teorías explicativas que intentan analizar los cambios en las percepciones de los residentes sobre los impactos de los eventos deportivos. En este trabajo se utilizó la Teoría del Intercambio Social como marco teórico de referencia para analizar las percepciones de los residentes sobre la Fórmula E.

Esta teoría, explica que los ciudadanos que se benefician más de la celebración de un evento deportivo, demostrarán percepciones más favorables que personas que no obtienen ningún beneficio directo del evento (Fredline, 2004). Diversos conceptos engloban esta teoría, como el concepto de reciprocidad, que es un elemento central que permite comprender las interacciones entre individuos, que se presenta como un continuo entre reciprocidad neutra o indiferencia y reciprocidad positiva (Pulido et al., 2015). En cuanto a reciprocidad positiva, esta hace referencia a interacciones en las que los individuos participan puesto que esperan recibir una recompensa positiva. Estas recompensas se entienden en un sentido social, de pertenencia y adhesión al grupo social o al medio que se presenta la relación (García & González, 2018).

En cuanto a los eventos deportivos, la Teoría del Intercambio Social se ha utilizado para explicar los efectos de la actividad en las comunidades de acogida (García & González, 2018), que establece que los residentes se muestran dispuestos a participar del intercambio, en este caso, el evento, si consideran que ellos van a recibir beneficios del mismo que no impliquen, a su vez, asumir costes intolerables (Gursoy & Kendall, 2006). Por lo tanto, esta teoría sería adecuada para el estudio de percepciones de los residentes sobre los eventos, al explicar los motivos y sus razones para entrar en contacto con el turismo derivado de estos acontecimientos, o explicar su rechazo o falta de apoyo a dicho intercambio social (Deccio & Baloglou, 2002).

Una vez realizada la revisión de la literatura que sustenta el presente trabajo, el propósito del mismo es conocer las intenciones futuras de los residentes de Santiago (Chile) sobre la celebración del Gran Premio Fórmula E de Santiago de Chile celebrado en el año 2018, y determinar cómo las variables de carácter sociodemográfico de los residentes influyen sobre dichas intenciones.

## 2. MÉTODOS

### 2.1. Participantes

En este estudio se consideró una muestra de personas residentes en Chile ( $n = 414$ ) para medir su percepción de los impactos generados por el Gran Premio de Santiago de Fórmula E. La mayoría

de los participantes de la muestra corresponden a residentes de la Región Metropolitana (55.1%), tienen entre 25 y 54 años de edad (81.6%), son hombres (79.2%) y tienen nivel de estudios universitarios (88.4%). En la tabla 1 se muestran las características sociodemográficas de los participantes en el estudio.

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

		n	%
Sexo	Hombre	328	79.2
	Mujer	86	20.8
Edad	18-24 años	42	10.1
	25-54 años	338	81.6
	Más de 55 años	34	7.9
Ocupación	Empleado	294	71.0
	Desempleado	20	4.8
	Empleado a tiempo parcial	50	12.1
	Estudiante	38	9.2
	Otro (Dueña/o de hogar, retirado, etc.)	12	2.9
Nivel de estudios	Educación Media	16	3.9
	Técnicos	32	7.7
	Universitarios	366	88.4
Residencia Familiar	Región Metropolitana	228	55.1
	Otras regiones	186	44.9
Orientación política	Izquierda	142	34.3
	Centro	170	41.1
	Derecha	102	24.6

## 2.2. Instrumento

La escala principal de este estudio estaba formada por cuatro ítems que mide las intenciones futuras de los residentes con respecto a la celebración del evento. Esta escala ha sido utilizada en estudios previos sobre esta área de investigación (Año et al., 2012; Parra-Camacho et al., 2016; Parra-Camacho et al., 2020) que previamente había sido adaptada de Zeithaml (1996), medida en una escala Likert de cinco puntos, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Para confirmar la unidimensionalidad de la escala se realizó un análisis factorial exploratorio, que mostró un índice Kaiser Meyer Olkin (KMO) de adecuación muestral con un valor óptimo (KMO = .82), siendo el test de esfericidad de Barlett significativo ( $\chi^2 = 1923.86$ ;  $gl = 6$ ;  $p \leq .001$ ). La varianza explicada fue de 88.96%. La fiabilidad de la escala se comprobó mediante el alfa de Cronbach, que mostró un valor adecuado ( $\alpha = 0.95$ ).

Por otro lado, se incluyeron las siguientes variables sociodemográficas: edad, sexo, nivel educativo, ocupación, residencia familiar, nivel de ingresos, estado civil y orientación política. También se incluyeron en el cuestionario otras variables de interés con el fin de definir las características de los colectivos residentes: interés por el deporte, asistencia al evento, apoyo a la celebración, vinculación con el turismo o eventos, participación del público como voluntarios o trabajadores en eventos deportivos y frecuencia de contacto con el área en la que se realiza el evento.

### **2.3. Procedimiento**

Se utilizó un método de muestreo intencional-no probabilístico con un intervalo de confianza del 95%. La elección de este procedimiento se basó en su uso en este tipo de investigaciones (García-Pascual et al., 2019; Gursoy & Kendall, 2006; Kim et al., 2006; Liu, 2016; Lorde et al., 2011; Oshimi & Harada, 2018; Parra et al., 2016). Se realizaron 414 encuestas distribuidas y recogidas después de la celebración del evento a través de la aplicación Googleforms© entre febrero y junio de 2018. Aunque el tipo de muestreo no es representativo de la población general, se intentó recoger la proporción existente entre hombres y mujeres, así como los diferentes rangos de edad a partir de los 18 años. Además, la muestra se estratificó por cuotas de sexo y edad.

### **2.4. Análisis estadístico**

Para el análisis estadístico de los datos se utilizó el programa estadístico SPSS versión 24.0. Este programa permitió extraer los estadísticos descriptivos como la media y la desviación típica. También se utilizó el alfa de Cronbach para comprobar la fiabilidad de la escala. Por otro lado, se realizó una comparación de medias utilizando la prueba T de Student y ANOVA de un Factor, con aplicación previa de la prueba de homogeneidad de las varianzas, para determinar las diferencias estadísticamente significativas para cada ítem según las diversas variables sociodemográficas y de interés para el estudio. Para detectar las diferencias significativas entre grupos se utilizó las pruebas post hoc de Bonferroni o Tamhane en función de si se cumplía o no el supuesto de homogeneidad de las varianzas.



### 3. RESULTADOS

En este estudio se comprueba como a la mayoría de las/os encuestadas/os les gustaría asistir como espectadores/as de la Fórmula E, considerando los valores de la escala Likert, obteniendo un total de 3.92 ( $DT = 1.37$ ), de media en esta afirmación. En relación a si les gustaría que el evento se siguiese celebrando en Santiago, se obtuvo una media total de 3.86 ( $DT = 1.44$ ). Por otra parte, con un total de 3.81 de media ( $DT = 1.43$ ), se comprueba que en las conversaciones que tienen hablan favorablemente del evento. Y, por último, con una media total de 3.78 ( $DT = 1.43$ ), se puede corroborar que, si alguien les pide una opinión, la mayoría recomendará que asistan al evento (tabla 2).

**Tabla 2.** Resultados generales de encuestados/as.

	M	DT
Me gustaría asistir como espectador/a a la Fórmula E	3.92	1.37
Me gustaría que la Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago	3.86	1.44
En las conversaciones que tengo hablo a favor de la Fórmula E.	3.81	1.43
Si alguien me pide opinión, recomendaré que asista a la Fórmula E como espectador/a	3.78	1.43

\*Nota. M = Media; DT = Desviación Típica

#### 3.1. Comparaciones de las percepciones de los residentes según variables sociodemográficas

En cuanto a comparación de las percepciones de los residentes según la edad, existen diferencias estadísticamente significativas ( $p < .05$ ). Se destaca las medias más altas en cada afirmación en cuanto al grupo de edad entre 25-54 años, oscilando entre 3.89 ( $DT = 1.39$ ) y 4.07 ( $DT = 1.29$ ). Comparando el grupo entre 15-24 años y el de más de 55 años, se pueden observar unas mínimas diferencias entre sus medias. Sin embargo, existen diferencias significativas en relación a la primera afirmación, en respuesta a las intenciones de asistir a la Fórmula E, considerando el grupo de edad entre 15-24 años con una media total de 3.24 ( $DT = 1.28$ ) y el grupo de edad entre 25-54 años con una media total de 4.07 ( $DT = 1.29$ ). Reflejando unas intenciones más positivas de asistir al evento del último grupo (tabla 3).

**Tabla 3.** Comparación de las percepciones de los residentes según la edad.

		M	DT	F	p valor	$\eta$
Me gustaría asistir como espectador/a a la Fórmula E	15-24 años	3.24	1.28	11.17	<.001***	.31
	25-54 años	4.07	1.29			
	Más de 55 años	3.29	1.73			

Me gustaría que la Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago	15-24 años	3.19	1.41	9.00	<.001***	.30
	25-54 años	4.00	1.37			
	Más de 55 años	3.29	1.80			
En las conversaciones que tengo hablo a favor de la Fórmula E.	15-24 años	3.38	1.22	5.68	.004**	.23
	25-54 años	3.92	1.40			
	Más de 55 años	3.24	1.75			
Si alguien me pide opinión, recomendaré que asista a la Fórmula E como espectador/a	15-24 años	3.33	1.26	5.57	.004**	.23
	25-54 años	3.89	1.39			
	Más de 55 años	3.24	1.75			

\*Nota. *M* = Media; *DT* = Desviación Típica; \*\**p* < .01; \*\*\**p* < .001

Existen diferencias estadísticamente significativas ( $p < .05$ ) en función del sexo en todas las afirmaciones de la encuesta (tabla 4). De forma general, los hombres puntúan con mejores medias en todas las afirmaciones, siendo las afirmaciones que mejor media consiguen las referidas a que les gustaría asistir como espectadores de la Fórmula E y que el evento se siguiese celebrando en Santiago ( $M = 4.09$ ;  $DT = 1.30$ ). La mejor media obtenida por las mujeres corresponde a una de las mismas afirmaciones, específicamente la referida a que les gustaría asistir como espectadoras de la Fórmula E ( $M = 3.26$ ;  $DT = 1.40$ ). En cambio, su media más baja fue de 3.00 ( $DT = 1.40$ ), referida a si les gustaría que el evento se siguiese celebrando en Santiago.

**Tabla 4.** Comparación de las percepciones de los residentes según el sexo.

		<b>M</b>	<b>DT</b>	<b>T</b>	<b>p valor</b>	<b>d Cohen</b>
Me gustaría asistir como espectador/a a la Fórmula E	Hombre	4.09	1.30	5.19	<.001***	.62
	Mujer	3.26	1.40			
Me gustaría que la Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago	Hombre	4.09	1.37	6.49	<.001***	.79
	Mujer	3.00	1.40			
En las conversaciones que tengo hablo a favor de la Fórmula E.	Hombre	4.01	1.37	5.93	<.001***	.72
	Mujer	3.02	1.38			

Si alguien me pide opinión, recomendaré que asista a la Fórmula E como espectador/a	Hombre	3.96	1.37	5.13	<.001***	.63
	Mujer	3.09	1.43			

\*Nota. M = Media; DT = Desviación Típica; \*\*\*p < .001

Al analizar las comparaciones según los estudios (tabla 5), podemos definir dos grupos: educación media y técnica completa o educación universitaria completa. Se observa de manera general como el grupo de estudios universitarios obtiene las medias más altas en todas las afirmaciones, alcanzando la más alta de 4.00 (DT = 1.35), en relación a que les gustaría asistir como espectadores y espectadoras a la Fórmula E. La media más baja de este grupo es de 3.87 (DT = 1.42), correspondiente a la afirmación referida a la recomendación sobre asistir al evento. Por otra parte, el grupo de educación media y técnica completa obtuvo su media más alta de 3.29 (DT = 1.35), refiriéndose a que les gustaría asistir al evento. Su media más baja es de 3.04 (DT = 1.41) referida a si les gustaría que el evento se siguiese celebrando en Santiago.

**Tabla 5.** Comparación de las percepciones de los residentes según el nivel de estudios.

		M	DT	T	p valor	d Cohen
Me gustaría asistir como espectador/a a la Fórmula E	Educación Media y técnicos	3.29	1.35	-3.41	.001**	.53
	Universitarios	4.00	1.35			
Me gustaría que la Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago	Educación Media y técnicos	3.04	1.41	-4.25	<.001***	.66
	Universitarios	3.97	1.42			
En las conversaciones que tengo hablo a favor de la Fórmula E.	Educación Media y técnicos	3.08	1.36	-3.78	<.001***	.59
	Universitarios	3.90	1.41			
Si alguien me pide opinión, recomendaré que asista a la Fórmula E como espectador/a	Educación media y técnicos	3.08	1.33	-3.62	<.001***	.56
	Universitarios	3.87	1.42			

\*Nota. M = Media; DT = Desviación Típica; \*\*p < .01; \*\*\*p < .001

Desde el punto de vista de vinculación laboral (tabla 6), considerando si las y los encuestados han trabajado o su trabajo actual está relacionado con el turismo o con los eventos, se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas (p < .05). El grupo que no ha generado un vínculo laboral obtuvo las medias más altas en todas las afirmaciones, alcanzando la más alta de 4.07 (DT = 1.31; DT = 1.35), en las dos primeras referidas al deseo de asistir al evento y que se siguiese celebrando en Santiago. El grupo que si ha trabajado o está trabajando en turismo o eventos presentaban medias

entre 3.40 ( $DT = 1.48$ ) y 3.55 ( $DT = 1.43$ ) en todas las afirmaciones, alcanzando la más alta en relación a la asistencia al evento.

Por otro lado, en el análisis de las respuestas en relación al respaldo de la celebración de la Fórmula E en Santiago, también se observaron diferencias estadísticamente significativas ( $p < .05$ ).

En concordancia con su respuesta positiva de respaldo al evento, el grupo que respondió positivamente obtuvo las medias más altas en todas las afirmaciones, alcanzando la puntuación media más elevada en 4.56 ( $DT = .81$ ) en cuanto a que les gustaría que el evento se siguiese celebrando en Santiago. En esta misma afirmación, el grupo que no respaldó la celebración obtuvo la media más baja de 1.75 ( $DT = 1.02$ ) en relación directamente a la respuesta negativa de su respaldo al evento.

**Tabla 6.** Comparación de las percepciones de los residentes según su vinculación laboral y el respaldo a la celebración.

<b>Vinculación laboral</b>		<b>M</b>	<b>DT</b>	<b>T</b>	<b>p valor</b>	<b>d Cohen</b>
Me gustaría asistir como espectador/a a la Fórmula E	Sí	3.55	1.43	<b>3.54</b>	<.001** *	.39
	No	4.07	1.31			
Me gustaría que la Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago	Sí	3.35	1.55	4.69	<.001** *	.51
	No	4.07	1.35			
En las conversaciones que tengo hablo a favor de la Fórmula E.	Sí	3.40	1.48	3.75	<.001** *	.41
	No	3.97	1.38			
Si alguien me pide opinión, recomendaré que asista a la Fórmula E como espectador/a	Sí	3.43	1.41	3.16	.002*	.35
	No	3.92	1.41			
<b>Respaldo a la celebración del evento</b>		<b>M</b>	<b>DT</b>	<b>T</b>	<b>p valor</b>	<b>d Cohen</b>
Me gustaría asistir como espectador/a a la Fórmula E	Sí	4.53	.83	15.02	<.001** *	2.42
	No	2.25	1.28			
Me gustaría que la Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago	Sí	4.56	.81	22.71	<.001** *	3.22
	No	1.75	1.02			
En las conversaciones que tengo hablo a favor de la Fórmula E.	Sí	4.47	.84	18.47	<.001** *	2.81
	No	1.90	1.16			
Si alguien me pide opinión, recomendaré que asista a la Fórmula E como espectador/a	Sí	4.43	.90	17.46	<.001** *	2.61
	No	1.90	1.20			

\*Nota.  $M = Media$ ;  $DT = Desviación Típica$ ; \*\* $p < .01$ ; \*\*\* $p < .001$

En términos generales, analizando las percepciones de las y los encuestados según su ocupación (tabla 7), considerando a empleados, desempleados, empleados a tiempo parcial, estudiante y otras ocupaciones, se obtuvo la media más alta de 4.17 ( $DT = 1.22$ ), en la primera afirmación por parte de los empleados, expresando que les gustaría asistir como espectador/a de la Fórmula E. Por otra parte, en cuanto a si les gustaría que el evento se siguiese celebrando en Santiago

se obtuvo una media de 4.07 ( $DT = 1.34$ ). Las medias más bajas se obtuvieron en las afirmaciones sobre las conversaciones a favor que tienen sobre la Fórmula E y sus recomendaciones para asistir al evento por parte de desempleados/as y otras. Cabe destacar que las y los participantes de la encuesta considerados empleados obtuvieron la media más alta en todas las afirmaciones. Se observan diferencias significativas en todas las afirmaciones en relación a empleados y desempleados, obteniendo respuestas más positivas del grupo de empleados. Principalmente en la última afirmación, en relación a la intención de recomendar la asistencia a la Fórmula E, se obtuvo una media total del grupo de empleados de 4.03 ( $DT = 1.33$ ), en comparación con la media total del grupo de desempleados de 2.60 ( $DT = 1.66$ ).

**Tabla 7.** Comparación de las percepciones de los residentes según ocupación e ideología.

		<b>M</b>	<b>DT</b>	<b>F</b>	<b>p valor</b>	<b>η</b>
Me gustaría asistir como espectador/a a la Fórmula E	Empleado	4.17	1.22	11.93	<.001***	.44
	Desempleado	3.10	1.68			
	Empleado a tiempo parcial	3.68	1.39			
	Estudiante	3.16	1.40			
	Otras	2.50	1.67			
Me gustaría que la Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago	Empleado	4.07	1.34	8.56	<.001***	.40
	Desempleado	3.20	1.57			
	Empleado a tiempo parcial	3.56	1.48			
	Estudiante	3.47	1.55			
	Otras	2.17	1.52			
En las conversaciones que tengo hablo a favor de la Fórmula E.	Empleado	4.05	1.34	12.95	<.001***	.48
	Desempleado	3.10	1.55			
	Empleado a tiempo parcial	3.44	1.37			
	Estudiante	3.42	1.40			
	Otras	1.67	1.15			
Si alguien me pide opinión, recomendaré que asista a la Fórmula E como espectador/a	Empleado	4.03	1.33	14.55	<.001***	.50
	Desempleado	2.60	1.66			
	Empleado a tiempo parcial	3.64	1.20			
	Estudiante	3.21	1.41			
	Otras	1.83	1.26			

\*Nota. *M = Media; DT = Desviación Típica; \*\*p < .01; \*\*\*p < .001*

En cuanto a la orientación política (tabla 8), la de centro obtuvo las medias más altas en todas las afirmaciones, siguiendo la de derecha y por último la izquierda. Se obtuvieron diferencias significativas en todas las afirmaciones en relación al grupo de orientación de derecha e izquierda. Por ejemplo, en la primera afirmación, en relación a la intención de asistir a la Fórmula E, el grupo de derecha obtuvo resultados más favorables, alcanzando una media de 4.00 ( $DT = 1.12$ ), en relación a la media alcanzada por el grupo de izquierda de 3.46 ( $DT = 1.55$ ).

**Tabla 8.** Comparación de las percepciones de los residentes según la ideología.

		<b>M</b>	<b>DT</b>	<b>F</b>	<b>p valor</b>	<b>η</b>
Me gustaría asistir como espectador/a a la Fórmula E	Izquierda	3.46	1.55			
	Centro	4.25	1.23	13.64	<.001***	.34
	Derecha	4.00	1.12			
Me gustaría que la Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago	Izquierda	3.35	1.62			
	Centro	4.24	1.33	15.64	<.001***	.61
	Derecha	3.94	1.13			
En las conversaciones que tengo hablo a favor de la Fórmula E.	Izquierda	3.32	1.47			
	Centro	4.12	1.39	13.40	<.001***	.36
	Derecha	3.96	1.25			
Si alguien me pide opinión, recomendaré que asista a la Fórmula E como espectador/a	Izquierda	3.27	1.55			
	Centro	4.08	1.36	14.79	<.001***	.37
	Derecha	3.98	1.16			

\*Nota. M = Media; DT = Desviación Típica; \*\* $p < .01$ ; \*\*\* $p < .001$

Analizando la variable en cuanto a residencia (tabla 9), se puede observar diferencias estadísticamente significativas ( $p < 0.05$ ) en función de si son residentes de Santiago o de otras regiones. Las medias más altas fueron de los residentes de Santiago en todas las afirmaciones, llegando a una media de 4.15 ( $DT = 1.38$ ), en relación a que les gustaría que la Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago. En cuanto a los residentes de otras regiones, la media más alta es de 3.70 ( $DT = 1.30$ ), referida a que les gustaría asistir como espectadores/as de la Fórmula E, expresando sus intenciones de conocer el evento a pesar de vivir en otras localidades.

**Tabla 9.** Comparación de las percepciones de los residentes según su residencia.

		<b>M</b>	<b>DT</b>	<b>T</b>	<b>p valor</b>	<b>d Cohen</b>
Me gustaría asistir como espectador/a a la Fórmula E	Región Metropolitana	4.12	1.39	<b>3.19</b>	.002**	.31
	Otras Regiones	3.70	1.30			
Me gustaría que la	Región	4.15	1.38	4.58	<.001***	.46

Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago	Metropolitana					
	Otras Regiones	3.50	1.46			
En las conversaciones que tengo hablo a favor de la Fórmula E.	Región Metropolitana	4.02	1.44	3.28	.001***	.33
	Otras Regiones	3.55	1.39			
Si alguien me pide opinión, recomendaré que asista a la Fórmula E como espectador/a	Región Metropolitana	4.04	1.40	4.05	<.001***	.40
	Otras Regiones	3.48	1.40			

\*Nota. M = Media; DT = Desviación Típica; \*\*p < .01; \*\*\*p < .001

Por último, en cuanto a la variable de asistencia al evento, se observa en la tabla 10 que las medias más altas fueron obtenidas por el grupo de asistentes al evento, con una puntuación media de 4.23 (DT = 1.17) en el indicador referido a que les gustaría asistir como espectadores/as al evento. En cuanto al grupo de no asistentes al evento, su media más alta fue de 3.81 (DT = 1.41) en la misma afirmación, la cual evidencia su interés de asistir por primera vez como espectadores/as a la Fórmula E. Existen diferencias significativas en relación a ambos grupos, aspecto que se puede observar en los resultados de la afirmación en relación a las conversaciones que tienen los residentes a favor de la Fórmula E, en el que el grupo de asistentes presenta una media de 4.13 (DT = 1.15), y el grupo de no asistentes obtiene una media más baja de 3.70 (DT = 1.50).

**Tabla 10.** Comparación de las percepciones de los residentes según su asistencia al evento.

	¿Has asistido a la Fórmula E?	M	DT	T	p valor	d Cohen
Me gustaría asistir como espectador/a a la Fórmula E	Sí	4.23	1.17	2.97	.003**	.31
	No	3.81	1.41			
Me gustaría que la Fórmula E se siguiese celebrando en Santiago	Sí	4.10	1.28	2.08	.04*	.22
	No	3.78	1.49			
En las conversaciones que tengo hablo a favor de la Fórmula E.	Sí	4.13	1.15	3.10	.002**	.30
	No	3.70	1.50			
Si alguien me pide opinión, recomendaré que asista a la Fórmula E como espectador/a	Sí	4.08	1.22	2.72	.007**	.28
	No	3.68	1.48			

\*Nota. M = Media; DT = Desviación Típica; \*p < .05; \*\*p < .01

#### **4. DISCUSIÓN**

Cabe destacar que, para comprender el análisis de las percepciones de los residentes de un evento deportivo, se debe tener en cuenta el contexto en el cual se realiza. Existen múltiples factores que se deben comprender como particularidades que afectan la opinión de las/os anfitriones/as de eventos deportivos. Se debe considerar el contexto social, político, económico o personal de los ciudadanos. Por lo tanto, los resultados de estos análisis no pueden ser generalizados (González-García et al., 2016).

Se puede observar en este estudio como la mayoría de los participantes afirma su intención de asistir al evento en futuras ediciones, también que se siguiese celebrando en la ciudad, por otra parte, según lo consignado en los resultados los participantes afirman que hablarán favorablemente de la celebración del evento y recomendarán la asistencia a este, alcanzando una buena percepción del evento. Esto puede deberse a que los ciudadanos que se benefician más de la celebración de un evento deportivo, demuestran percepciones más favorables que personas que no obtienen ningún beneficio directo del evento (Fredline, 2004), lo cual coincide con otros trabajos como el de Cegielski y Mules (2002), sobre la V8 Supercar Race de Cambera (Australia). Sin embargo, también nos encontramos con estudios de eventos de motor como el de Fredline et al. (2002) donde la opinión de los grupos de residentes ha sido más negativa.

Según comparaciones de grupos de edad, nos encontramos con un grupo de entre 25-54 años, el cual lidera las puntuaciones en todas las afirmaciones, un grupo más adulto. Esto coincide con lo analizado en el estudio de Sánchez-Sáez et al. (2018), en el cual se observa como a medida que aumenta la edad del segmento analizado, lo hace también la valoración positiva del evento. Del mismo modo, los resultados se encuentran en la línea de los obtenidos por Zhou (2010), sobre el Gran Premio de Fórmula 3 de Macao. Sin embargo, nos encontramos con estudios como el de Fredline (2004), el cual indica totalmente lo contrario, en donde la población más joven, menor de 23 años, es la que más percibe de manera positiva el evento (Ind 300 y Fórmula 1).

En relación a la comparación por variables sociodemográficas, según el sexo, existen diferencias significativas en todas las afirmaciones. Analizando cada respuesta, podemos determinar que los hombres puntúan mejor todas las afirmaciones en comparación con las mujeres. Aspecto que se repite en otros estudios, como el de Añó et al. (2012), en el que los hombres alcanzaron un porcentaje de 56% en relación a su deseo de asistir como espectador al Gran Premio de Fórmula 1, en comparación con un 36% de las mujeres, lo que podría ser considerado una tendencia para este tipo de eventos.



Analizando la variable de estudios, se observan claramente diferencias. La población con estudios universitarios obtiene medias más altas en todas las afirmaciones, en relación a la población con educación media y técnica. Estos resultados difieren en cuanto al estudio de Fredline y Faulkner (2000), sobre la IndyCar, donde se señala que las y los ciudadanas/os de educación superior obtuvieron reacciones más negativas hacia el evento, mientras que las personas con estudios secundarios obtuvieron reacciones más moderadas o positivas.

Con respecto a la variable de vinculación laboral, podemos observar como las y los encuestadas/os que trabajaron o su trabajo está relacionado con el turismo o con los eventos, obtuvieron las medias más bajas en todas las afirmaciones. Siendo así, las puntuaciones más altas de residentes con ninguna relación en sector. Lo mismo ocurrió en el estudio de Cheng y Jarvis (2010), sobre el Gran Premio de Fórmula 1 de Singapur, en donde los residentes con una vinculación laboral relacionada con el turismo y los eventos se mostraban de acuerdo con algunos impactos negativos. Este hallazgo se puede explicar debido a que las y los residentes vinculados con la actividad podrían verse más afectados de manera directa o indirecta por algunos impactos negativos (tráfico, congestión, ruido, etc.) que otras y otros residentes.

En cuanto a la variable de respaldo a la celebración al evento, se obtuvieron medias altas en todas las afirmaciones por parte de los residentes que respaldaban la Fórmula E, estos resultados tienen estrecha relación con el interés que tienen en el deporte de este evento, aspectos que se ven reflejados en muchos estudios, como por ejemplo en el de Cheng y Jarvis (2010) o el de Calabuig et al. (2014). En estos estudios las y los ciudadanas/os que manifiestan su interés por el deporte perciben el evento de una manera más favorable, generando una mayor satisfacción hacia estos, e influyendo positivamente sobre la intención de comportamiento futuro para retornar y respaldar la celebración de un evento con características similares (Brown et al., 2016; Calabuig et al., 2014).

Es importante destacar el análisis en el ámbito de ocupación, donde las y los residentes empleadas y empleados, obtuvieron medias más altas en comparación con otras ocupaciones, aspecto que difiere al de otros estudios como el de Zhou (2010), sobre el Gran Premio de Macao, donde no se observaron diferencias significativas en esta variable. Además, en la variable de ideología política, se observan las medias más altas en el grupo de centro, seguido por el de la derecha y por último el de izquierda. Esto se puede explicar, ya que según Zhou (2010) el desarrollo turístico suele estar vinculado con la planificación, regulación y promoción del gobierno. Chile, en el año en el que se celebró el evento se encontraba en proceso de transición de mandato a un gobierno de derecha, por lo que explicaría que residentes de grupos de centro, más neutros políticamente y de derecha obtuvieran percepciones más positivas del evento. Esto también ocurre en el estudio de Fredline et al. (2005), en

donde las y los encuestados con reacciones más negativas se identificaban con el partido demócrata, mientras que las reacciones positivas provenían de ciudadanos que se identificaban nacionalistas.

Por otro lado, se puede destacar que los residentes de la Región Metropolitana, donde se realiza el evento específicamente, presentan medias más altas en todas las afirmaciones. Esto se puede entender ya que los beneficios del evento y también la comunicación y difusión, es más cercana a este grupo de residentes. Considerando que la distancia entre la Región Metropolitana y su región al sur más cercana se encuentra a unos 142 km, y del norte a 107 km, es coherente que este grupo de residentes obtenga más beneficios y, por lo tanto, opiniones positivas en cuanto al evento. Esta situación no ocurre en todos los eventos, como por ejemplo en el estudio de Cegielski y Mules (2002) en el cual las percepciones más favorables del evento GMC 400 Super Car Race, fueron por parte de residentes más lejanos al evento.

Por último, en cuando a la asistencia al evento, los espectadores del evento obtuvieron medias más altas en todas las afirmaciones en comparación con residentes no asistentes al evento. Situación que se puede explicar en relación a su cercanía con el evento y al ya haber asistido, por lo que se produce un mayor interés y vinculación con la prueba. Estos resultados se relacionan con otros estudios (Calabuig et al., 2014; Cegielski & Mules, 2012; Parra-Camacho et al., 2016), en donde se demuestra que las personas que asisten al evento muestran una tendencia más positiva a la hora de percibir los beneficios y menos afectados por los costes.

Los datos del estudio nos permiten conocer la percepción social favorable sobre la acogida del evento en un momento determinado, sin embargo, no nos permite efectuar una comparación sobre la evolución de la opinión de los residentes ya que no se cuentan con mediciones posteriores, por lo que se sugiere aplicar mediciones en las próximas ediciones del evento que se celebren.

## **5. CONCLUSION**

Se ha podido concluir que la mayoría los residentes que participaron en este estudio se manifiestan favorables en asistir al evento en futuras ediciones del evento, igualmente se declara su interés por que en el futuro se siga celebrando el evento en la ciudad. En la misma línea, en las conversaciones futuras hablarán favorablemente de la celebración del evento y recomendarán la asistencia en próximas ediciones. Por otro lado, se comprobó la influencia significativa de variables sociodemográficas como la edad, sexo, estudios, ideología, ocupación, residencia familiar, así como aquellas relacionadas con la celebración del evento: respaldo a la celebración, asistencia y vinculación laboral con el sector. Los resultados de este trabajo demuestran que existe una

percepción social favorable sobre la acogida del evento, aunque con niveles diferentes según el colectivo social que se consulta y su vinculación con el evento.

### **5. 1. Implicaciones para la gestión**

Este trabajo avanza en la consideración de diversos antecedentes sobre las intenciones futuras de residentes de ciudades que acogen la celebración de grandes eventos deportivos. Los gestores deportivos, y en concreto los organizadores de eventos deportivos de motor, deberán tener en cuenta que los residentes juegan un papel esencial a la hora de conseguir que un evento sea un éxito colectivo para la comunidad anfitriona, contribuyendo al respaldo de la organización, por lo que la calidad de la información recibida como factor importante en la formación de las percepciones de los residentes sobre el evento, por lo que los organizadores de grandes eventos deportivos deben desarrollar estrategias que permitan una gestión adecuada que contribuya a la formación de una percepción favorable del acontecimiento y de futuros eventos que determinen el apoyo o el comportamiento de los ciudadanos en cuanto a la acogida de los mismos. Algunos ejemplos prácticos, en esta línea, serían: integrar a representantes de asociaciones ciudadanas en el comité organizador como ente consultivo, contratación de empresas locales -productos de proximidad- o creación de una bolsa de trabajo para el evento destinado a jóvenes de la localidad; todas estas acciones están vinculadas a residentes de la comunidad de acogida -generadores de la corriente de opinión respecto al evento.

### **5.2. Limitaciones y Futuras Líneas de Investigación**

Una de las limitaciones del presente trabajo está relacionada con el tipo de muestreo utilizado. Al tratarse de un muestreo de conveniencia, es necesario ser cauteloso a la hora de generalizar al conjunto de la población. Asimismo, la información recogida corresponde a un participante de un país en particular y a evento específico como el Gran Premio de Fórmula E de Santiago de Chile, por lo que, los resultados no representan las intenciones futuras de residentes para otro tipo de eventos que se llevan a cabo.

## **6. REFERENCIAS**

1. Añó, V., Calabuig, F., & Parra, D. (2012). Impacto social de un gran evento deportivo: El Gran Premio de Europa de Fórmula 1. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 7(19), 53-65.

2. Ahrholdt, D., Gudergan, S., & Ringle, C. (2019). Enhancing loyalty: When improving consumer satisfaction and delight matters. *Journal of Business Research*, 94, 18-27.
3. Balduck, A., 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.
4. Bigné, E., Andreu, L., Küster, I., & Blesa, A. (2005). Orientación al mercado de calidad: Efectos percibidos de las agencias de turismo. *Annals of Tourism Research*, 32 (4), 1022-1038.
5. Brown, G., Smith, A., & Assaker, G. (2016). Revisiting the host city: An empirical examination of sport involvement, place attachment, event satisfaction and spectator intentions at the London Olympics. *Tourism Management*, 55, 106-172.
6. Calabuig, F., Parra-Camacho, D., Añó, V., & Ayora, D. (2014). Análisis de la percepción de los residentes sobre el impacto cultural y deportivo de un Gran Premio de Fórmula 1. *Movimento*, 20(1), 261-280.
7. Calabuig, F., Padro-Gascó, V., Crespo, J., Núñez-Pomar, J., & Añó, V. (2015). Spectator emotions: Effects on quality, satisfaction, value, and future intentions. *Journal of Business Research*, 68(7), 1445-1449.
8. Calabuig, F., Crespo-Hervas, J., Núñez-Pomar, J., Valantine, I., & Staškevičiūtė-Butienė, I. (2016). Role of perceived value and emotions in the satisfaction and future intentions of spectators in sporting events. *Inžinerinė ekonomika*, 27(2), 221-229.
9. Cegielski, M., & Mules, T. (2002). Aspects of residents' perceptions of the GMC 400-canberra's V8 supercar race. *Current Issues in Tourism*, 5(1), 54-70.
10. Chen, F., & Tian, L. (2015). Comparative study on residents' perceptions of follow-up impacts of the 2008 Olympics. *Tourism Management*, 51, 263-281.
11. Cheng, E., & 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.
12. Deery, M., & Jago, L. (2010). Social impacts of events and the role of anti-social behaviour. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 8-28.
13. Deccio, C., & Baloglu, S. (2002). Non-host community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts. *Journal of Travel Research*, 41(1), 46-56.
14. Dimitriades, Z. (2006). Customer satisfaction, loyalty and commitment in service organizations. *Management Research News*, 29, 782-800.

15. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
16. Fredline, E., Deery, M., & Jago, L. (2002). Host community perceptions of the impacts of the Australian Formula One Grand Prix in Melbourne: a comparison of resident reactions in 1999 with 2002. In C. Cooper, T. de Lacy & L. Jago. (Eds.), *Technical Reports*. (1-24). Gold Coast, Australia: The Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
17. Fredline, E. (2004). Host community reactions to motorsport events: The perception of impact on quality of life. In B. W. Ritchie & D. Adair (Eds.), *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues* (pp. 155-173). Clevedon, Reino Unido: Channel View Publications.
18. Fredline, E. (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 263-279.
19. Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763-784.
20. Fredline, E., & Faulkner, B. (2002). Variations in residents' reactions to major motorsport events: why residents perceive the impacts of events differently. *Event Management*, 7(2), 115-125.
21. Fredline, L., Deery, M., & Jago, L. (2013). A Longitudinal Study of the Impacts of an Annual Event on Local Residents. *Tourism Planning & Development*, 10(4), 416-432.
22. García, E., & González, A. (2018). Relaciones sociales duraderas entre tripulación de cruceros y población residente, análisis del caso Cozumel desde la teoría del intercambio social. *Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 16(4), 1089-1104.
23. García-Pascual, F., Parra-Camacho, D., & González-García, R. J. (2019). Validación de una escala para el análisis de las percepciones de los residentes sobre el impacto social de un centro Deportivo. *Movimiento*, 25, 1-17.
24. González-García, R. J., Parra-Camacho, D., Calabuig, F., & Añó, V. (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.
25. Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623.

26. Gursoy, D., Yolal, M., Ribeiro, M. A., & Panosso, A. (2017). Impact of Trust on Local Residents' Mega-Event Perceptions and Their Support. *Journal of Travel Research*, 56(3), 393-406.
27. Kim, H. J., Gursoy, D., & 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.
28. Kim, W., Jun, H., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21-32.
29. Kim, W., & 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.
30. Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). New York: The Guilford Press.
31. Kobiela, F. (2018). Towards a High Definition of (Olympic)Sport. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 13(38), 127-135.
32. Lee, S., & Krohn, B. D. (2013). A Study of Psychological Support from Local Residents for Hosting Mega-Sporting Events: A Case of the 2012 Indianapolis Super Bowl XLVI. *Event Management*, 17(4), 361-376.
33. Liu, D. (2016). Social impact of major sports events perceived by host community. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 17, 78-91.
34. Llopis, M. P., & Gil, I. (2011). Un gran evento deportivo: perspectiva de los residentes de la ciudad de acogida. *Gran Tour*, 4, 32-61.
35. Lorde, T., Greenidge, D., & Devonish, D. (2011). Local residents' perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre-and post-games. *Tourism Management*, 32(2), 349-356.
36. Ma, S. C., Ma, S. M., Wu, H. J., & Rotherham, I. D. (2013). Host residents' perception changes on major sport events. *European Sport Management Quarterly*, 13, 511-536.
37. Ma, S. C., & Rotherham, I. D. (2015). Residents' changed perceptions of sport event impacts: the case of the 2012 Tour de Taiwan. *Leisure Studies*, 35(5), 616-637.
38. Mackellar, J. (2013). World Rally Championship 2009: assessing the community impacts on a rural town in Australia. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*, 16(9), 1149-1163.

39. Mao, L. L., & 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, 306–318.
40. Maussier, B. (2017). The New Ethical Dimension of Sports Events: a Reflection on the Evolution from the Ancient Greek Olympic Sports Festival to Postmodern Sports Events. (La nueva dimensión ética de los eventos deportivos: una reflexión sobre la evolución desde la antigua fiesta deportiva olímpica griega a los eventos deportivos postmodernos). *Cultura, Ciencia y Deporte*, 12(34), 15-25.
41. Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. In R. Farr & S. Moscovici (Eds.), *Social representations* (pp. 3–69). Cambridge: Cambridge University Press.
42. Oshimi, D., & Harada, M. (2018). Host residents' role in sporting events: The city image perspective. *Sport Management Review*, 22(2), 263-275.
43. Parra-Camacho, D., Alonso-Dos-Santos, M., & Duclos, D. (2018). Residents' perceptions of the negative impacts of the Copa América de Fútbol in Chile: pre- and post-event comparison. *Journal of Physical Education and Sport*, 18(3), 1290-1297.
44. Parra-Camacho, D., Alonso-Dos-Santos, M., & Duclos, D. (2019). The relationship between factors that contribute to support and future intentions in relation to a major sporting event. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 32(4), 442-454.
45. Parra-Camacho, 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.
46. Parra-Camacho, D., Calabuig, F., Añó, V., Ayora, D., & Núñez, J.M. (2014). El impacto de un evento deportivo mediano: percepción de los residentes de la comunidad de acogida. *Retos: Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 26, 88-93.
47. Parra, D., González, R. J., Añó, V., & Ayora, D. (2016). Percepción de los visitantes sobre el impacto social y sus intenciones con respecto a la celebración de un evento deportivo de pequeña escala. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(1), 93-96.
48. 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: An International Journal*, 11(2), 109-124.
49. Parra-Camacho D., Elasri, A., Triadó, X. M., & Aparicio, P. (2016). Análisis de la relación entre los beneficios y los costes percibidos y la satisfacción del residente con la celebración de un evento deportivo: efecto mediador del valor percibido. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(3), 59-63.

50. Parra-Camacho, D., Alguacil, M., & Calabuig, F. (2020). Perception of the Fair Social Distribution of Benefits and Costs of a Sports Event: An Analysis of the Mediating Effect between Perceived Impacts and Future Intentions. *Sustainability*, 12(11), 4413.
51. Pedragosa, V. & Correia, A. (2009). Expectations, satisfaction and loyalty in health and fitness clubs. *International Journal of Sport Management & Marketing*, 5, 450–464.
52. Pradas, M., Maciá, M. J., García-Tascón, M., & Gallardo, A. (2020). Analysis of loyalty and future intentions of the users of the golf courses in Andalusia, Spain. *European Journal of Government and Economics*, 9(2), 181-199.
53. Preuss, H., & Solberg, H. A. (2006). Attracting major sporting events: The role of local residents. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 391-411.
54. Pulido, L., Ribes, E., López, I., & Reza, A. (2015). Interacciones competitivas como función de la inducción de reciprocidad. *Acta Comportamental*, 23(4), 359-374.
55. Ramos, J., Cerro, D., Madruga, V., & Prieto, J. (2021). Evaluación de eventos deportivos: el caso del campeonato de España de descenso de cañones 2019. *Revista Iberoamericana de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 10(2), 60-78.
56. Ribeiro, T., & Biscaia R. (2021). The social impact of the 2016 Rio Olympic Games: comparison of residents pre-and post-event perceptions. *Sport, Business and Management*, 11(2), 201-221.
57. Ritchie, B. W., Shipway, R., & 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), 143-167.
58. Rojo, J., Cerro, D., Madruga, M., & Prieto, J. (2021). Evaluation of sports events: The case of the Spanish Canyon Descent Championship 2019. *Revista Iberoamericana de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 10(2), 60-78.
59. Sánchez-Sáez, J. A. (2019). Los eventos deportivos como instrumento de desarrollo local. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 14(41), 91-92.
60. Sánchez-Sáez, J. A. (Ed.). (2021). *Eventos Deportivos Socialmente Responsables. Una vía sostenible de gestión deportiva*. Tirant Lo Blanch.
61. Sánchez-Sáez, J. A., Segado, F., & Calabuig, F. (2020). Measuring Residents' Perceptions of Corporate Social Responsibility at Small-and Medium-Sized Sports Events. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(23), 87-98.



62. Sánchez-Sáez, J. A., Segado, F., & Vidal, A. (2018). Los eventos deportivos socialmente responsables como motor del Desarrollo local. *Journal of Sports Economics & Management*, 8(3), 172-186.
63. Smith, A. (2009) Theorising the Relationship between Major Sport Events and Social Sustainability. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2-3), 109-120.
64. Soutar, G., & McLeod, P. (1993). Residents' perceptions on impact of the America's Cup. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 571-582.
65. Talavera, M. A., Al-Ghamdi, SG., & Koc, M. (2019). Sustainability in Mega-Events: Beyond Qatar 2022. *Sustainability*, 11(22), 1-27.
66. Tejero-González, C. (2016). Sobre la importancia del deporte como acción política: Razones y medidas de Gobernanza. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 11(31), 3-6.
67. Ubillos, S., Mayordomo, S., & Páez, D. (2004). Definición y medición de componentes de la actitud. Modelo de la acción razonada y acción planificada. *Psicología Social, Cultura y Educación*, 10, 3-37.
68. Wang, H., Ju, P., Xu, H., & Wong, D. (2019). Are grassroots sports events good for migrant cities sustainable development? A case study of the Shenzhen 100 km Hikathon. *Sustainability*, 11(1), 256.
69. Zeithaml, V. A. (1996). The behavioural consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.
70. Zhou, J. Y. (2010). Resident perceptions toward the impacts of the Macao Grand Prix. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 138-153.
71. Zhou, J. Y., & Ap, J. (2009). Residents' perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research*, 48(1), 78-91.

#### **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 2023: Publication Service of the University of Murcia, Murcia, Spain.