

EFFECTO DE LA SATISFACCIÓN DE LOS RESIDENTES ENTRE LOS IMPACTOS PERCIBIDOS Y LAS INTENCIONES FUTURAS RESPECTO A LA CELEBRACIÓN DE UN EVENTO DE PEQUEÑA ESCALA

José Miguel Vegara-Ferri¹, Salvador Angosto¹, David Parra-Camacho²

Universidad de Murcia¹, España; Universidad de Valencia², España

RESUMEN: El objetivo de este trabajo es analizar el efecto mediador de la satisfacción general de los residentes que asistieron a la III Fiesta del Deporte celebrada en Murcia entre los impactos percibidos y las intenciones futuras con respecto a la celebración de este evento deportivo. Se entrevistó a una muestra de 218 residentes que asistieron al evento mediante un cuestionario formado por 33 ítems que recogían posibles beneficios y costes derivados de la acogida del evento. Los resultados de este estudio han permitido identificar cuatro factores que miden el constructo del impacto social en eventos deportivos de pequeña escala: beneficios socioeconómicos, beneficios socioculturales, beneficios deportivos y costes sociales. Se comprobó la relación significativa y positiva entre los beneficios socioculturales y deportivos y la satisfacción general e intenciones futuras de los residentes con la celebración del evento. Por último, se comprobó el efecto mediador completo de la variable satisfacción general de los residentes entre los beneficios intangibles (socioculturales y deportivos) y las intenciones futuras de los ciudadanos con respecto a la celebración del evento. Los resultados permiten conocer a los organizadores cuáles son los aspectos en los que deben incidir para mejorar la satisfacción e intenciones futuras de los residentes.

PALABRAS CLAVE: percepción de los residentes, impacto social, evento de pequeña escala, satisfacción, intenciones futuras.

EFFECT OF RESIDENTS' SATISFACTION BETWEEN PERCEIVED IMPACTS AND FUTURE INTENTIONS REGARDING HOLDING A SMALL-SCALE EVENT

ABSTRACT: The objective of this work is to analyze the mediating effect of the general satisfaction of the residents who attended the III Fiesta del Deporte held in Murcia between the perceived impacts and future intentions regarding the celebration of this sporting event. A sample of 218 residents who attended the event was interviewed using a questionnaire made up of 33 items that collected possible benefits and costs derived from hosting the event. The results of this study have identified four factors that measure the construct of social impact in small-scale sporting events: socio-economic benefits, socio-cultural benefits, sporting benefits and social costs. The significant and positive relationship between the socio-cultural and sporting benefits and the general satisfaction and future intentions of the residents with the celebration of the event was verified. Finally, the complete mediating effect of the variable general satisfaction of the residents between the intangible benefits (socio-cultural and sporting) and the future intentions of the citizens with respect to the celebration of the event was verified. The results of this study allow the organisers to know what aspects they must influence in order to improve the satisfaction and future intentions of the residents.

KEYWORDS: residents' perceptions, social impact, small-scale event, satisfaction, future intentions

EFEITO DA SATISFAÇÃO DOS MORADORES ENTRE OS IMPACTOS PERCEBIDOS E AS INTENÇÕES FUTURAS EM RELAÇÃO À REALIZAÇÃO DE UM EVENTO DE PEQUENA ESCALA

RESUMO: O objetivo deste trabalho é analisar o efeito mediador da satisfação geral dos residentes que assistiram à III Festa do Desporto realizada em Murcia entre os impactos percebidos e as intenções futuras com respeito à celebração deste evento desportivo. Uma amostra de 218 residentes que compareceram ao evento foi entrevistada por meio de um questionário composto por 33 itens que coletaram possíveis benefícios e custos derivados da realização do evento. Os resultados deste estudo identificaram quatro fatores que medem a construção do impacto social em eventos esportivos de pequena escala: benefícios socioeconômicos, benefícios socioculturais, benefícios esportivos e custos sociais. Verificou-se a relação significativa e positiva entre os benefícios socioculturais e desportivos e a satisfação geral e as intenções futuras dos residentes com a celebração do evento. Finalmente, verificou-se o pleno efeito mediador da variável satisfação geral dos residentes entre os benefícios intangíveis (socioculturais e desportivos) e as intenções futuras dos cidadãos em relação à celebração do evento. Os resultados deste estudo permitem aos organizadores saber quais são os aspectos que devem influenciar para melhorar a satisfação e as intenções futuras dos residentes.

PALABRAS CLAVE: percepção dos residentes; impacto social; evento de pequena escala; satisfação; intenções futuras

Manuscript received: 21/12/2019
Manuscript accepted: 19/02/2020

Contact address: David Parra Camacho, Departamento de Educación Física y Deportiva, Facultad de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, Universidad de Valencia, Valencia, España.
Correo-e: david.parra-camacho@uv.es

INTRODUCCIÓN

El deporte se ha convertido en uno de los mayores fenómenos sociales a nivel global, la asistencia y/o participación a eventos deportivos es uno de los principales motivos de ocupación del tiempo libre y de ocio (Bouchet, Bodet, Bernache-Assollant y Kada, 2011; Andam, Montazeri, Feizi y Mehdizadeh, 2015; Theodorakis, Kaplanidou y Karabaxoglou, 2015). Según el Anuario de Estadísticas

Deportivas (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019) 4,1 millones de personas se han desplazado por motivo deportivo en España y 1,5 millones extranjeros han venido a España por deporte en el último año.

La asistencia a eventos deportivos, de forma activa o pasiva, se ha convertido en un acontecimiento frecuente en el territorio nacional, siendo difícil encontrar una localidad donde no se celebre con cierta frecuencia algún tipo de acontecimiento

deportivo. Entre los posibles impactos asociados a la celebración de eventos deportivos en las localidades pueden encontrarse beneficios sociales, culturales, económicos, medioambientales, turísticos e, incluso, políticos (Fredline, 2004; Preuss y Solberg, 2006). Estos beneficios no han pasado desapercibidos entre las entidades locales que intentan atraer eventos deportivos destacados a sus localidades, intensificándose la competitividad entre los diferentes municipios que desean acoger eventos deportivos (Turco, Riley, y Swart, 2002; Balduck, Maes, y Buelens, 2011; Añó, Calabuig, Ayora, Parra y Duclos, 2013; Añó, Calabuig, Ayora, Parra y Duclos, 2014).

Los primeros estudios en evaluar el impacto asociado a eventos deportivos aparecieron en los años 80 enfocándose en el aspecto económico, aunque algún estudio de impacto social ya tuvo lugar como el de Ritchie (1984). Sin embargo, el impacto económico fue el que más se investigó dejando los estudios sociales y ambientales en un segundo plano (Twynam y Johnston, 2004; Kim y Petrick, 2005; Dwyer y Fredline, 2008). La mayoría de los estudios de impacto social que se han realizado se encuentran estrechamente relacionados con el ámbito turístico y las percepciones de los residentes de eventos deportivos que atraen al turismo e impacto económico (Olsen y Merwin, 1977; Hall, 1992; Fredline, Jago y Deery, 2003; Andreff, 2012; Añó, Calabuig y Parra, 2012; Balciunas, Jasinskas, y Koiso, 2014). Este hecho se produce debido al interés de los gobiernos locales de justificar la inversión realizada en la celebración del evento (Fredline, Rayboald, Jago y Deery, 2005; Bull y Lovell, 2007).

La tendencia del enfoque de los estudios de eventos deportivos está cambiando en los últimos años prestándose cada vez más atención a los aspectos intangibles asociados a los eventos como el impacto social (Mair y Whitford, 2013). A pesar de este creciente interés se ha observado una escasez de publicaciones dentro de la literatura sobre la percepción del impacto social en eventos deportivos, especialmente en eventos deportivos de pequeña escala, puesto que la mayoría de investigaciones se centran en intentar analizar las percepciones de los residentes en ciudades que albergan mega-eventos deportivos con reconocimiento internacional (Balduck et al., 2011) como los Juegos Olímpicos (Waitt, 2003; Zhou y Ap, 2009; Prayag, Hosany, Nunkoo, y Alders, 2013), Campeonatos del Mundo de Fútbol (Kim y Petrick, 2005; Kim, Gursoy y Lee, 2006; Chain y Swart, 2010; Kaplanidou et al., 2013), Mundiales de Baloncesto (González-García, Parra, Calabuig y Añó, 2016) y otros grandes eventos deportivos como Grandes Premios de Fórmula 1 (Henderson, Foo, Lim y Yip, 2010; Añó et al., 2012; Calabuig, Parra, Añó y Ayora, 2014; Kim, Jun y Walker, 2015) o el Tour de Francia (Balduck et al., 2011).

Actualmente este tipo de investigaciones de impacto social se están incorporando en las candidaturas de los eventos deportivos como elemento diferenciador y distintivo de otros eventos similares, ya que permiten complementar los resultados y ayudan a conocer el respaldo que los ciudadanos dan al acontecimiento deportivo (Añó, Pablos y Calabuig, 2009). Por ello, las aportaciones científicas en la evaluación del impacto social en eventos deportivos de menor escala están incrementándose (Taks, 2013; Djaballah, Hautbois, y Desbordes, 2015; Parra, González-García, Añó y Ayora, 2016a; Hautbois, Djaballah y Desbordes, 2019).

Es importante destacar que los eventos deportivos, independientemente de su tamaño, conllevan una serie de impactos, positivos y/o negativos, que se manifiestan durante todas las fases del evento (Ritchie, 1984; Parra y Duclos, 2013). Fredline et al. (2003) destacan que estos impactos pueden alterar la percepción y opinión de diversos agentes como participantes, comerciantes locales y, especialmente, en los residentes recaen un mayor número de impactos al poder observarlos a largo plazo tras la realización del evento deportivo.

Cada individuo tiene unas características y carácter propios (valores, intereses, actitudes, comportamientos, etc.) que provoca que cada persona reaccione o perciba de forma distinta los impactos asociados a la celebración de un pequeño o gran evento deportivo. De este modo, en cada comunidad existen grupos de personas con diferentes grados de identificación e interés en la acogida de un evento deportivo (Parra y Duclos, 2013). Debido a esto se hace necesario conocer en qué medida estos impactos influyen en la comunidad local y si la celebración de estos eventos es positiva para el desarrollo social, cultural y económico de los municipios en los que se realizan (Añó et al., 2012).

Muchos estudios se han centrado en magnificar los beneficios esperados, ignorando los posibles impactos negativos sobre los residentes de las comunidades locales (Kim et al., 2006). La opinión de los residentes de la

comunidad local es muy importante para tener éxito en la celebración del evento, Fredline (2004) indica que si existe una opinión desfavorable de una gran parte de la comunidad pueden generarse actitudes y conductas negativas, tanto para su desarrollo como su éxito, del evento deportivo a largo plazo (p. e. manifestaciones, oposición política, acciones legales, etc.). Los pequeños eventos deportivos generan una menor expectación, por ello, los residentes perciben que sus impactos negativos son menores al destinarse menos recursos económicos que cuando se celebran eventos deportivos de mayor tamaño (Higham, 1999; Gibson, Willming y Holdnak, 2003).

Los estudios sobre la percepción de los residentes de las ciudades que acogen eventos deportivos son una herramienta que ofrece una retroalimentación del evento una vez finalizado, información muy valiosa que puede ser usada para determinar el éxito o fracaso del evento (Baumann y Matheson, 2013), mejorar la planificación e implementación de este tipo de eventos en futuras ediciones (Despigny y Karpa, 2014), o servir como herramienta para implicar a los habitantes de la localidad en estas celebraciones deportivas (González-García et al., 2016). La comunicación es fundamental para dar a conocer a las diferentes instituciones los resultados de la opinión de la comunidad local hacia la celebración de eventos deportivos con el objetivo de producir buenas estrategias que minimicen los impactos negativos y maximicen los positivos (Añó et al., 2014).

Hall (1992) define los impactos sociales como "la manera en la que los efectos del turismo y los viajes cambian el sistema de valores individual y colectivo, los patrones de comportamiento, las estructuras comunitarias, el estilo de vida y la calidad de la vida" (p. 67). Actualmente se entiende el impacto social de los eventos deportivos como las percepciones a corto plazo de los residentes sobre los impactos sociales, económicos, culturales, físicos y ambientales (Oshimi, Harada y Fukuhara, 2016). Los eventos deportivos de pequeña escala se caracterizan por ser más pequeños en tamaño, escala y alcance que los mega-eventos (Taks, 2013).

Existen varias teorías explicativas de los cambios en las opiniones y percepciones de los residentes de las localidades que acogen eventos deportivos (Fredline, 2005), que intentan explicar y comprender los cambios de actitud, reacciones y opiniones de los residentes de la misma comunidad (Parra-Camacho, Añó, Ayora y González-García, 2019). Una de las teorías más utilizadas para intentar explicar los cambios en las reacciones de los residentes ante los impactos de los eventos deportivos es la Teoría del Intercambio Social (TIS) (Waitt, 2003; Gursoy y Kendall, 2006; Lim y Lee, 2006; Jackson, 2008; Jie, Yingkan, y Ping., 2010; Llopis y Gil, 2011; Parra y Duclos, 2013). Esta teoría proviene de los ámbitos de la sociología y la psicología social a través de la cual se puede interpretar aspectos de las relaciones sociales y los intercambios que se producen en dichas relaciones (Harrill, 2004, Wang y Pfiser, 2008).

La TIS es una de las teorías más utilizadas para intentar explicar los cambios en las reacciones de los residentes ante los impactos de los eventos deportivos (Bull y Lovell, 2007; Karadakis y Kaplanidou, 2012; Ma, Ma, Wu y Rotherham, 2013; Monterrubio, Sosa-Ferreira y Osorio-García, 2018). La TIS se basa en analizar cómo la situación de un sujeto puede depender de las recompensas o beneficios que obtiene en la interacción con otras personas (Emerson, 1976). Según esta teoría, los ciudadanos que se benefician más de la celebración de un evento deportivo mostrarán percepciones más favorables que aquellas personas que no obtienen ningún beneficio directo (Fredline, 2004).

Los residentes evaluarán diferentes aspectos, positivos o negativos, de los eventos sobre la base de los beneficios frente a los costes que le supone dicho acontecimiento, mostrando una actitud positiva hacia los eventos cuando los impactos positivos superan a los negativos, en cambio si los impactos negativos superan la percepción de impactos positivos, se mostraran contrarios a la celebración de eventos (Waitt, 2003; Lim y Lee, 2006, Wang y Pfiser, 2008). Por tanto, la percepción de los impactos depende de cómo las personas evalúan el intercambio en el que están involucrados, pudiendo diferir la evaluación entre los que lo consideran beneficioso o perjudicial (Gursoy y Kendall, 2006). Teniendo en cuenta que las percepciones de los residentes no se forman exclusivamente a partir de un juicio provisional, sino que están determinadas por el contexto social e histórico en el que se enmarca el acontecimiento (Pearce, Moscardo y Ross, 1996).

La gran mayoría de eventos deportivos que se celebran son de pequeña escala,

en comparación con los mega eventos, teniendo lugar en poblaciones de menor dimensión más allá de las grandes ciudades. A pesar de ello, los pequeños eventos no han recibido mucha atención por parte de los investigadores, tanto a nivel económico como social, al pensar que no generan la misma repercusión que los mega-eventos (Inoue y Harvard, 2014). Por el contrario, Veltri, Miller y Harris (2009) señalan que estos eventos pueden generar más beneficios económicos y sociales si se celebran en localidades pequeñas. Djaballah et al. (2015) expresan que una vez que diferentes investigadores indican el carácter limitado el impacto económico en los eventos, el impacto social en pequeños eventos puede tener una mayor y mejor sostenibilidad en los resultados sociales dentro de las comunidades locales.

Además, al ser un acontecimiento de menor tamaño las posibilidades de participación e implicación de los residentes de la comunidad local es mayor. Este incremento de la participación acentúa los impactos positivos al generar un mayor sentimiento de pertenencia y empoderamiento (Taks, Kesenne, Chalip, Green y Martyn, 2011), incluso pudiendo producir una mejora de la calidad de vida de los residentes en la localidad (Parra, Calabuig, Añó, Ayora y Núñez-Pomar, 2014). El impacto social en estas pequeñas comunidades también permite la creación de unas redes sociales más estrechas entre la población local (Taks et al., 2015).

Otras ventajas asociadas a los eventos deportivos de menor escala están referidos a la utilización de instalaciones o infraestructuras ya existentes requiriéndose un menor gasto público (Higham, 1999). También suelen generar un menor número de problemas o molestias a los residentes, relacionados con la congestión del tráfico, la restricción del acceso a espacios públicos, el ruido o el vandalismo (Parra et al., 2014). Diversos autores opinan que incluso pueden lograr importantes beneficios socioeconómicos en las comunidades locales (Matheson, 2012; Taks, 2013; Agha y Taks, 2015). Todas estas variables hacen que se genere un impacto social positivo, con impactos de menor magnitud, pero continuos en el tiempo (Higham, 1999; Fredline, 2005), al tener los gobiernos locales un mayor poder en la toma de decisiones apoyar el evento financieramente o facilitando el acceso a las instalaciones deportivas, lo que produce que tengan una gran influencia y control en los posibles impactos (Djaballah et al., 2015).

En cuanto a las dimensiones utilizadas en los diferentes estudios realizados de impacto social en pequeños eventos Ritchie (1984) propuso una escala de seis dimensiones para evaluar el impacto: i) económica; ii) turística/comercial; iii) física; iv) sociocultural; v) psicológica; y vi) política. Posteriormente, Brown y Massey (2001) adaptaron las dimensiones propuestas por Ritchie, la dimensión física fue sustituida por una dimensión de legado en la infraestructura deportiva junto a la regeneración urbana y la dimensión sociocultural fue abordada desde la perspectiva del desarrollo y partición social en el deporte.

Lee, Cornwell y Babiak (2013) desarrollaron una escala de impacto social con cuatro dimensiones: i) capital social; ii) identificación colectiva; iii) conocimientos sobre salud y bienestar; y iv) capital humano. Similares dimensiones fueron contempladas por Taks (2013) quien consideró las relaciones de poder, la regeneración urbana, la socialización y el capital humano. Más recientemente, Hautbois et al. (2019) evaluaron el impacto social en base a los beneficios percibidos por parte de los participantes en ocho dimensiones (motivación antes y después del evento, autoestima, vínculos sociales, servicios turísticos, recursos culturales, imagen afectiva e higiene, seguridad y clima).

Por su parte, el análisis de la satisfacción del consumidor ha tenido un papel relevante en la literatura del marketing de servicios y gestión de eventos. Rust y Oliver (1994) entienden la satisfacción del consumidor como la diferencia entre sus expectativas y la percepción del resultado. Varios estudios indican que la satisfacción es un concepto más amplio que la calidad del servicio ya que incluye evaluaciones cognitivas y afectivas (Oliver, 1997; Tian-Cole y Crompton, 2003; Zeithaml y Bitner, 2003). Algunos estudios señalan que existe una relación positiva entre la satisfacción e intenciones futuras (Anderson y Sullivan, 1993; Bigné, Sánchez y Sánchez, 2001; Du, Jordan y Funk; Kozak, 2001; Yoon y Uysal, 2005), la disminución de las quejas y reclamaciones y el incremento de la lealtad (Fornell, Johnson, Anderson, Cha y Bryant, 1996), así como un aumento del boca a boca positivo (Inoue y Harvard, 2014).

Una gran satisfacción hacia un evento deportivo influye positivamente sobre la intención de comportamiento futura para retornar a un evento con características similares (Calabuig, Crespo, Prado-Gascó y Núñez-Pomar, 2014; Brown, Smith

y Assaker, 2016), siendo este un punto clave en la retención de clientes y estrategias de fidelización (Calabuig, Prado-Gascó, Crespo, Núñez-Pomar, Añó, 2015). También, algunos trabajos han observado una relación directa entre los impactos sociales percibidos y la satisfacción general de los residentes por la celebración del evento (Llopis y Gil, 2011; Parra, Elasri, Triadó y Aparicio, 2016b).

Por otro lado, diversos estudios han encontrado una relación entre la percepción del impacto social percibido por los residentes y las intenciones futuras de los residentes de acudir al evento (Parra y Duclos, 2013; Parra et al., 2016a). La relación de la satisfacción con las intenciones futuras es de evidente importancia práctica (Crespo y Pérez-Campos, 2011). Por ello, los gestores deportivos deberían aumentar la satisfacción de los residentes para mejorar las intenciones futuras y mejorar la rentabilidad de los eventos deportivos (Calabuig, Crespo, Nuñez, Valentine y Staskeviciute, 2016).

En este estudio, se analizó la III Fiesta del Deporte de Murcia, es un evento multideportivo de pequeña escala organizado por la Unión de Federaciones Deportivas de la Región de Murcia en la donde se realizan diferentes actividades de tipo recreativo y popular durante un fin de semana completo con la finalidad de fomentar y dar a conocer la gran variedad de modalidades deportivas existentes que se pueden practicar. Cuenta con la asistencia aproximada entre 12000 y 15000 personas que acuden en algún momento al evento, de todas las edades, reciben nociones teóricas y prácticas sobre reglamentación y habilidades técnicas a través de más de 60 actividades deportivas, exhibiciones y competiciones de las diferentes modalidades deportivas.

El objetivo principal de este estudio es conocer el efecto mediador de la satisfacción de los residentes entre los impactos percibidos de un evento de pequeña escala y las intenciones futuras de los residentes. Así pues, se pretende comprobar la validación de cuatro hipótesis (H):

H1 - La percepción de los residentes sobre los beneficios está relacionada positivamente con la satisfacción con la celebración de la Fiesta del Deporte en su ciudad.

H2 - La percepción de los residentes sobre los costes está relacionada negativamente con la satisfacción con la celebración de la Fiesta del Deporte en su ciudad.

H3 - La satisfacción de los residentes con la celebración de la Fiesta del Deporte está relacionada positivamente con las intenciones futuras sobre el evento.

H4 - Existe una relación indirecta entre los beneficios y costes percibidos y las intenciones futuras, mediada por la satisfacción con la celebración del evento.

MÉTODO

Participantes

En este estudio se consultó a una muestra de 218 residentes de la ciudad de Murcia que acudieron a la III Fiesta del deporte de Murcia celebrada los días 10 y 11 de marzo de 2018. La edad media de los residentes fue de 36,43 años (DT=12,94) y el grupo estaba formado por 115 hombres (52,8%) y 103 mujeres (47,2%). Un 57,6% disponían de titulación universitaria o superior, mientras que el 42,4% tenía estudios secundarios o primarios. Más de la mitad de la muestra trabajaba (58,3%), el 13% compaginaba estudios y trabajo, el 19,3% era estudiante mientras que el 9,4% tenía otras ocupaciones (ama de casa, jubilado, pensionista, etc.). La gran mayoría practicaba algún deporte (88,5%), sin pertenecer, prácticamente la mitad de los encuestados (51,8%) a ningún club ni asociación (Tabla 1).

Procedimiento

Se utilizó un procedimiento de muestreo no probabilístico de conveniencia, de acuerdo con lo realizado en otros trabajos en esta área (Prayag et al., 2013; Oshimi y Harada, 2019). Una de las principales limitaciones asociadas al muestreo es el sesgo de selección (Kim et al., 2006). De este modo, para evitar este sesgo en el trabajo de campo, se indicó a los entrevistadores que recogieran encuestas de distintos grupos de población con la finalidad de entrevistar a colectivos proporcionales de residentes en función del sexo, la edad y la ocupación. La distribución y recogida de los cuestionarios se realizó tanto de forma presencial como de forma online. La distribución y recogida de los cuestionarios de forma presencial se realizó mediante encuestadores ubicados en las carpas de información del evento durante la celebración del mismo, la accesibilidad a la encuesta online estuvo abierta hasta el final del último día del evento.

Tabla 1. Características sociodemográficas de la muestra.

Variables		
Edad		36,43 (DT=12,94)
Sexo	Hombre	52,8%
	Mujer	47,2%
Nivel de estudios	Primarios y secundarios	42,4%
	Universitarios	57,6%
Ocupación	Empleado	58,3%
	Estudios y trabajo	13%
	Estudiante	19,3%
	Otras ocupaciones	9,4%
Práctica deporte	Sí	88,5%
	No	11,5%
Pertenece a algún club o asociación deportiva	Sí	51,8%
	No	48,2%

Nota: DT=Desviación típica

Instrumento de medición

El instrumento de investigación utilizado está formado por tres escalas: impactos percibidos, satisfacción general e intenciones futuras. La escala de impactos percibidos está formada por 33 ítems extraídos de estudios previos sobre el impacto social de los eventos deportivos de pequeña escala (Djaballah et al., 2015; Parra et al., 2016a; Ntloko and Swart, 2009; Taks, 2013). La escala de satisfacción general de los residentes con la celebración del evento está integrada por cuatro ítems adaptados de Pérez (2010). En cuanto a la escala de intenciones futuras está formada por tres indicadores extraídos de Zeithaml, Berry y Parasuraman (1996). Todos los ítems fueron consultados mediante una escala Likert de cinco puntos en la que 1 significaba estar totalmente en desacuerdo con la afirmación y 5 significaba estar totalmente de acuerdo con la afirmación. Por último, se incluyeron preguntas de carácter sociodemográfico como la edad, el género, la ocupación, el nivel de estudios y la práctica de deporte.

Análisis estadísticos

Para comprobar las propiedades psicométricas de las escalas se efectuaron diversos análisis factoriales exploratorios y confirmatorios. En primer lugar, se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) sobre la escala de impactos percibidos mediante el programa FACTOR a partir de las recomendaciones de Lloret-Segura, Ferreres-Traver, Hernández-Baeza y Tomás-Marco (2014). Este análisis se realizó mediante el método de extracción de Máxima Verosimilitud (MV) y se utilizó el método de rotación oblimin directo. Para determinar el número de factores se utilizó el procedimiento de Optimización Implementada del Análisis Paralelo (Timmerman y Lorenzo-Seva, 2011), mientras que para comprobar el ajuste del modelo se analizaron los coeficientes de la raíz media cuadrática residual (RMCR) y el índice gamma o de bondad de ajuste (GFI) propuesto por Tanaka y Huba (1989). También se comprobó la replicabilidad de los factores derivados del AFE a partir del Generalized G-H Index. También se observaron las medidas de adecuación muestral de Kaiser Meyer Olkin (KMO) y el test de esfericidad de Barlett. Por otro lado, los ítems con cargas factoriales inferiores a .40 o superiores a este valor en dos o más factores se eliminaron antes de realizar el siguiente AFE. Por último, se comprobó la interpretabilidad teórica de la solución factorial extraída del AFE.

En segundo lugar, se realizó un análisis factorial confirmatorio (AFC) mediante el programa EQS 6.2, aplicando el método Robusto de Estimación de Máxima Verosimilitud (MVR) con la finalidad de corregir la posible ausencia de normalidad multivariante, mediante la utilización de estadísticos como el χ^2 de Satorra Bentler (Chou, Bentler y Satorra, 1991). Así pues, para la evaluación del ajuste global, se hizo uso de distintos índices de bondad de ajuste recomendados en la literatura (Kline, 2005), como la significación del Chi-cuadrado y de su corrección robusta proporcionada por Satorra-Bentler (S-B χ^2) (Satorra y Bentler, 1994). También, se calcularon otros coeficientes que permitieron comprobar la adecuación de los modelos propuestos como la ratio de χ^2 y sus grados de libertad (χ^2/g ; Wheaton et al., 1977), siendo aceptables valores inferiores a cinco (Byrne, 2009). Por otro lado, se comprobaron los coeficientes de los índices de bondad de ajuste robustos del modelo propuesto correspondiente al Índice de Ajuste No Normalizado (NNFI), el Índice de Ajuste Comparado (CFI) y el Índice de Ajuste Incremental (IFI). Para estos indicadores se considera un buen ajuste los

valores superiores a .90 (MacCallum y Austin, 2000). Para finalizar, se muestra la raíz cuadrada media del error de aproximación (RMSEA), siendo necesario para considerar un buen ajuste del mismo puntuaciones inferiores a .08 (Browne y Cudeck, 1993).

Por otro lado, se analizó la fiabilidad de las escalas tres escalas mediante el Alfa de Cronbach, la Fiabilidad Compuesta (FC) y la Medida de la Varianza Extraída (AVE) (Hair, Black, Babin y Anderson, 2014). Para comprobar la validez convergente se analizó la significatividad de las cargas factoriales de los indicadores en su respectiva dimensión y los valores de las pruebas t asociados (Anderson y Gerbing, 1988). En cuanto a la validez discriminante, que tiene que ver con la distinción clara entre cualquier par de constructos, se evaluó mediante el método sugerido por Fornell y Larcker (1981). Este método admite la validez discriminante si la raíz cuadrada del valor AVE de un determinado factor es mayor que los coeficientes de correlación entre el factor y cualquier otro factor de la escala propuesta.

Después de comprobar la validez y fiabilidad de las escalas se comprobó el ajuste del modelo de ecuaciones estructurales propuesto utilizando diferentes índices de ajuste mencionados (S-B χ^2 ; χ^2/g ; RMSEA; NNFI; CFI; IFI). El modelo estructural se evaluó utilizando las estimaciones R2, los coeficientes beta estandarizados (β) y el nivel de significación (valor de t). Por último, se utilizó el test de Sobel para comprobar el efecto mediador de la satisfacción general entre los impactos percibidos y las intenciones futuras.

RESULTADOS

Análisis descriptivo

En la tabla 2 se muestra los estadísticos descriptivos (media, desviación típica, asimetría y curtosis) de los indicadores de cada variable dentro del constructo que miden. Se puede observar que la mayoría de los indicadores relacionados con impactos sociales positivos o beneficios percibidos presentan valores cercanos o superiores al valor 4 de la escala Likert, que indicaría una tendencia hacia el acuerdo entre los residentes que participaron en la Fiesta del Deporte. En cambios en los indicadores referidos a impactos negativos o costes percibidos por la población local, se observa la tendencia contraria ya que muestran puntuaciones medias cercanas al valor 2 de la escala Likert, que señalaría una tendencia hacia el desacuerdo de los ciudadanos consultados. Por otro lado, los valores de asimetría y curtosis presentan valores aceptables (inferiores al valor de 3) en la distribución de los datos (Chou and Bentler, 1995).

Fiabilidad y validez de las escalas

En primer lugar, se comprobó la validez y fiabilidad de los constructos analizados: impactos percibidos, satisfacción e intenciones futuras. En el caso de la escala de impactos percibidos, primero se realizó un AFE para comprobar la distribución de los indicadores por factores y posteriormente un AFC.

Se realizó un AFE con los 33 ítems de la escala de impactos percibidos agrupando los indicadores en cuatro factores ya que era la solución que mejor se ajustaba al objeto de estudio y la que tenía una mejor interpretabilidad teórica. Siguiendo los criterios anteriormente expuestos, se eliminaron cinco indicadores debido a que

Tabla 2. Media, desviación típica, asimetría y curtosis de los indicadores de la escala de impactos percibidos, satisfacción con la celebración del evento e intenciones futuras.

	Variables	Media (DT)	Asimetría	Curtosis
Impactos percibidos				
IMP1	La realización del evento produce un incremento de beneficios económicos en los comercios locales y en la propia ciudad.	4.05	1.03	-1.05
IMP2	La realización del evento ayuda a mejorar la imagen de la ciudad como destino turístico.	4.42	.87	-1.77
IMP3	El evento produce una mejora del empleo en la ciudad.	3.69	1.16	-.46
IMP4	La realización del evento ayuda a mejorar la imagen de la ciudad.	4.40	.86	-1.57
IMP5	La realización del evento produce un aumento de las inversiones en la ciudad.	3.94	1.00	-.84
IMP6	La realización del evento aporta beneficios a los comercios locales.	4.16	1.03	-1.23
IMP7	El evento rompe con la estacionalidad al traer un mayor volumen de turismo en la ciudad en época de temporada baja.	3.88	1.09	-.70
IMP8	El evento ayuda a un mejor mantenimiento de parques o zonas verdes.	3.68	1.19	-.45
IMP9	El evento proporciona oportunidades para conocer nuevas personas	4.41	.84	-1.58
IMP10	El evento contribuye al bienestar de los propios residentes y a la sociedad en general.	4.32	.85	-1.45
IMP11	El evento mejora la solidaridad y hospitalidad de los residentes con los visitantes.	4.21	.88	-1.06
IMP12	La organización del evento deportivo potencia y ayuda a la cohesión de la sociedad.	4.25	.85	-1.22
IMP13	La realización del evento produce beneficios sociales a la ciudad.	4.28	.83	-1.15
IMP14	El evento hace que aumente mi orgullo por la ciudad.	4.17	.95	-1.00
IMP15	El evento facilita la apertura de la ciudad al resto del mundo.	4.10	.99	-.96
IMP16	El evento fomenta la inclusión de grupos desfavorecidos o en riesgo de exclusión social.	4.05	1.03	-.85
IMP17	La realización del evento incrementa el sentimiento de pertenencia al municipio en el que reside.	4.14	.97	-1.01
IMP18	La organización del evento favorece el intercambio cultural entre residentes y visitantes.	4.20	.93	-1.13
IMP19	El evento ha producido que se aumente la práctica deportiva en la ciudad.	4.19	1.02	-1.28
IMP20	El evento incrementa el prestigio deportivo de la ciudad.	4.31	.89	-1.37
IMP21	El evento muestra la capacidad del municipio para acoger eventos deportivos.	4.37	.91	-1.54
IMP22	El evento promociona el deporte entre los más jóvenes.	4.50	.80	-1.59
IMP23	El evento fomenta la participación de la mujer en el deporte.	4.41	.89	-.85
IMP24	La realización del evento produce un incremento del voluntariado en la ciudad.	3.95	1.18	-.87
IMP25	Mi interés por el deporte ha aumentado gracias a su celebración en la ciudad.	4.21	.95	-1.10
IMP26	La realización del evento produce un aumento de las subvenciones al deporte local.	3.93	1.12	-.85
IMP27	El evento produce una congestión en el tráfico.	2.06	1.33	1.08
IMP28	El evento produce un aumento del ruido.	2.15	1.31	.90
IMP29	El evento aumenta la cantidad de suciedad en la ciudad.	2.11	1.25	.91
IMP30	El evento aumenta la contaminación del aire	2.74	1.60	.28
IMP31	El evento evita daños en los entornos naturales de la ciudad	2.09	1.21	.94
IMP32	El evento produce problemas de aparcamiento.	2.53	1.45	.51
IMP33	El evento produce saturación del transporte público.	2.05	1.20	.89
Satisfacción con la celebración del evento				
SAT1	Estoy contento con las experiencias que ha producido la realización de este evento en la ciudad.	4.48	.76	-1.78
SAT2	Me siento satisfecho con los resultados obtenidos en la ciudad por la realización de este evento deportivo.	4.45	.76	-1.46
SAT3	Verdaderamente he disfrutado con la celebración de este evento en la localidad.	4.49	.74	-1.63
SAT4	Que el evento se haya realizado en la ciudad ha sido agradable.	4.54	.72	-1.83
Intenciones futuras				
IF1	Estoy dispuesto a asistir al evento como participante o espectador en próximas ediciones.	4.52	.80	-1.97
IF2	Recomendaré la asistencia al evento a mis amigos, parientes y otras personas.	4.58	.75	-2.06
IF3	Si tengo oportunidad de asistir como participante o espectador a un evento similar intentaré hacerlo.	4.58	.71	-2.17

Nota: SD= Desviación estándar

presentaban unas cargas factoriales inferiores a .40 o superiores a .40 en dos o más factores: (IMP2, IMP4, IMP8, IMP15, IMP16, IMP18, IMP24, IMP25 y IMP26). Los factores identificados fueron los siguientes: beneficios socioculturales, beneficios socioeconómicos, fomento del deporte y costes sociales (ver tabla 3).

Para comprobar el ajuste del modelo se analizaron los coeficientes de la raíz media cuadrática residual (RMCR) y el índice gamma o GFI, que mostraron valores dentro de los puntos de corte recomendados: RMCR=.03 (<.05) GFI=.99 (>.95). Por otro lado, el Generalized G-H Index, mostró valores superiores a .80 en todos los factores detectados por el AFE (oscilando entre .88 y .93), señalando una buena replicabilidad de las dimensiones en otros estudios (Ferrando y Lorenzo-Seva, 2017). La varianza explicada por los 24 ítems agrupados en los cuatro factores fue del 67.17%.

En segundo lugar, se realizó un AFC sobre la escala de impactos percibidos derivado de la solución factorial del AFE. Tras la aplicación del AFC, se eliminaron

dos indicadores que presentaban una carga factorial reducida (<.60) con el objetivo de mejorar la validez convergente: IMP30 y IMP31. La solución factorial derivada del AFE sin el indicador eliminado (22 ítems en cuatro factores), mostró un buen ajuste tal y como se puede observar en los índices de bondad de ajuste del modelo: chi-cuadrado significativo ($\chi^2=520.99$; $gl=203$; $p < .05$) y un valor del chi-cuadrado normado ($\chi^2/gl=2.57$) inferior a 3 y el índice RMSEA mostró un valor de .059 (Intervalo de confianza=.049-.069), inferior a .08. En la misma línea, el resto de los índices muestran un buen ajuste del modelo, ya que presentaban valores superiores a .90: NNFI=.90; CFI=.91; e IFI=.92.

Por otro lado, siguiendo el procedimiento recomendado por Anderson y Gerbing (1988), se comprobó la fiabilidad, la validez convergente y discriminante de los principales constructos del estudio (ver tabla 4 y 5) antes de comprobar el modelo estructural. Para analizar la fiabilidad de los constructos se observaron las medidas del alfa de Cronbach, la fiabilidad compuesta (FC), y la Varianza

Tabla 3. Estructura factorial rotada de la escala sobre los impactos percibidos, comunalidades, autovalores y varianza explicada.

		F1	F2	F3	F4	Com.
Factor 1 - Beneficios socioeconómicos						
IMP1	La realización del evento produce un incremento de beneficios económicos en los comercios locales y en la propia ciudad.	.60				
IMP3	Mejora de empleo ciudad	.58				
IMP5	La realización del evento produce un aumento de las inversiones en la ciudad.	.67				
IMP6	La realización del evento aporta beneficios a los comercios locales.	.76				
IMP7	El evento rompe con la estacionalidad al traer un mayor volumen de turismo en la ciudad en época de temporada baja.	.73				
Factor 2 - Beneficios socioculturales						
IMP9	El evento proporciona oportunidades para conocer nuevas personas		.65			
IMP10	El evento contribuye al bienestar de los propios residentes y a la sociedad en general.		.79			
IMP11	El evento mejora la solidaridad y hospitalidad de los residentes con los visitantes.		.73			
IMP12	La organización del evento deportivo potencia y ayuda a la cohesión de la sociedad.		.73			
IMP13	La realización del evento produce beneficios sociales a la ciudad.		.73			
IMP14	Aumento orgullo de la ciudad		.59			
IMP17	Sentimiento de pertenencia al municipio		.41			
Factor 3 - Beneficios deportivos						
IMP19	Aumento de la práctica deportiva en la ciudad			.52		
IMP20	El evento incrementa el prestigio deportivo de la ciudad.			.81		
IMP21	El evento muestra la capacidad del municipio para acoger eventos deportivos.			.87		
IMP22	El evento promueve el deporte entre los más jóvenes.			.84		
IMP23	El evento fomenta la participación de la mujer en el deporte.			.65		
Factor 4 - Costes sociales						
IMP27	El evento produce una congestión en el tráfico.				.67	
IMP28	El evento produce un aumento del ruido.				.74	
IMP29	El evento aumenta la cantidad de suciedad en la ciudad.				.78	
IMP30	El evento aumenta la contaminación del aire				.43	
IMP31	El evento evita daños en los entornos naturales de la ciudad				.52	
IMP32	El evento produce problemas de aparcamiento.				.64	
IMP33	El evento produce saturación del transporte público.				.71	
G H Index		.88	.91	.93	.88	
Items		5	7	5	7	

Nota: Com.=Comunalidad

Media Extraída (AVE). Tanto el alfa de Cronbach como la FC para todos los factores era superior al valor de .70 recomendado por la literatura (rango de .86 a .93), indicando las medidas son fiables (Hair et al., 2014; Fornell y Larcker, 1981). También, el AVE es superior al valor de .50 recomendado (Bagozzi y Yi, 1988).

Para comprobar la validez convergente de la escala se comprobó que las cargas factoriales de los ítems de cada constructo fueron significativas ($t > 1.96$; $p < .05$) ya que los valores de las pruebas t de todas las variables oscilaron desde 7.32 hasta 15.87. También se comprobó que los valores de las cargas factoriales de todos los indicadores eran superiores a .60. En cuanto a la validez discriminante, se comprobó que la raíz cuadrada del AVE era superior a la correlación entre pares de factores.

Efecto mediador de la satisfacción

Los índices de bondad de ajuste del modelo de relaciones causales de mediación cumplen con los requisitos mencionados en la literatura: $\chi^2 = 828.75$; $gl = 366$; $\chi^2/gl = 2.26$; $RMSEA = .047$ ($IC = .038-.055$); $NNFI = .91$; $CFI = .92$; $IFI = .92$. El modelo estructural (Figura 1) se evaluó utilizando las estimaciones R2, los coeficientes beta estandarizados (β) y el nivel de significación (valor de t). Los valores R2 miden la potencia predictiva del modelo estructural, mientras que los coeficientes de regresión estandarizados indican la fuerza entre variables independientes y dependientes. Los valores de R2 son mayores que el valor recomendado de .10 (Falk y Miller, 1992). El modelo explica el 63% ($R^2 = .63$) de la satisfacción general con la celebración del evento y un 90% ($R^2 = .90$) de las intenciones futuras de los residentes respecto a la Fiesta del Deporte. Los coeficientes estandarizados mostraron que la percepción de los beneficios socioculturales ($\beta = .33$; $p < .05$) y deportivos ($\beta = .48$; $p < .05$) predecían significativamente la satisfacción general de los residentes por la celebración de la Fiesta del Deporte en su ciudad (ver figura 1). Estos resultados permiten confirmar parcialmente la H1 ya que dos de los factores de beneficios percibidos predicen significativamente y en sentido positivo la satisfacción general de los residentes por la celebración del

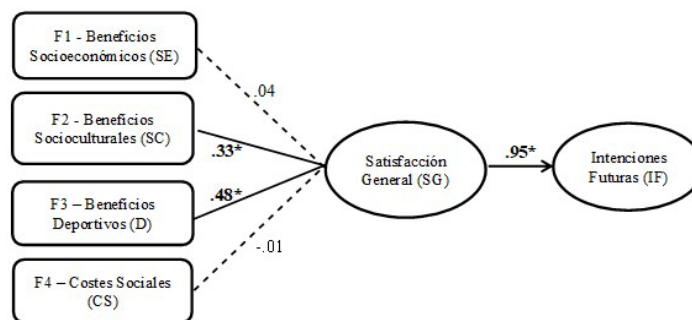


Figura 1. Coeficientes estandarizados del modelo planteado.

evento, mientras que la H2 queda rechazada ya que no se observó una relación estadísticamente significativa con la satisfacción general. A su vez, la satisfacción general ($\beta = .95$; $p < .05$) predecía de forma significativa las intenciones futuras respecto a la celebración del evento, confirmando la H3 ya que la relación es significativa y en sentido positivo.

Para comprobar el efecto mediador de la satisfacción general se siguieron los cuatro pasos expuestos por Baron y Kenny (1986) y la aplicación del Test de Sobel (1982). En la tabla 5 se muestran los coeficientes beta y el valor de la prueba t para cada uno de los tres modelos de relaciones causales realizados con la finalidad de comprobar el efecto mediador. Para que exista una mediación entre las variables independientes (beneficios y costes percibidos) y la variable mediadora (satisfacción general) y dependiente (intenciones futuras) deben estar relacionadas significativamente (paso 1 y 2); y cuando se introduce la variable mediadora la relación entre las variables independientes y la dependiente deben ser significativamente más reducidas (pasos 3 y 4).

Como podemos observar en la Tabla 6, las variables independientes referidas a los beneficios socioculturales (SC) y deportivos (D) están relacionadas

Tabla 4. Evaluación de la validez convergente y la fiabilidad de los constructos.

	Ítems	λ	α	FC	AVE
Factor 1 - Beneficios socioeconómicos			.87	.88	.59
IMP1	La realización del evento produce un incremento de beneficios económicos en los comercios locales y en la propia ciudad.	.63			
IMP3	Mejora de empleo ciudad	.81			
IMP5	La realización del evento produce un aumento de las inversiones en la ciudad.	.82			
IMP6	La realización del evento aporta beneficios a los comercios locales.	.80			
IMP7	El evento rompe con la estacionalidad al traer un mayor volumen de turismo en la ciudad en época de temporada baja.	.74			
Factor 2 - Beneficios socioculturales			.92	.92	.63
IMP9	El evento proporciona oportunidades para conocer nuevas personas	.75			
IMP10	El evento contribuye al bienestar de los propios residentes y a la sociedad en general.	.82			
IMP11	El evento mejora la solidaridad y hospitalidad de los residentes con los visitantes.	.80			
IMP12	La organización del evento deportivo potencia y ayuda a la cohesión de la sociedad.	.84			
IMP13	La realización del evento produce beneficios sociales a la ciudad.	.85			
IMP14	Aumento orgullo de la ciudad	.73			
IMP17	Sentimiento de pertenencia al municipio	.77			
Factor 3 - Beneficios deportivos			.91	.91	.68
IMP19	Aumento de la práctica deportiva en la ciudad	.80			
IMP20	El evento incrementa el prestigio deportivo de la ciudad.	.92			
IMP21	El evento muestra la capacidad del municipio para acoger eventos deportivos.	.91			
IMP22	El evento promueve el deporte entre los más jóvenes.	.77			
IMP23	El evento fomenta la participación de la mujer en el deporte.	.69			
Factor 4 - Costes sociales			.86	.86	.55
IMP27	El evento produce una congestión en el tráfico.	.79			
IMP28	El evento produce un aumento del ruido.	.80			
IMP29	El evento aumenta la cantidad de suciedad en la ciudad.	.80			
IMP31	El evento evita daños en los entornos naturales de la ciudad	.61			
IMP32	El evento produce problemas de aparcamiento.	.69			
IMP33	El evento produce saturación del transporte público.	.79			
Satisfacción con la celebración del evento			.93	.93	.78
SAT1	Estoy contento con las experiencias que ha producido la realización del evento en la ciudad.	.86			
SAT2	Me siento satisfecho con los resultados obtenidos en la ciudad por la realización de este evento deportivo.	.88			
SAT3	Verdaderamente he disfrutado con la celebración de este evento en la localidad.	.89			
SAT4	Ha sido agradable que el evento sea en la ciudad	.89			
Intenciones futuras			.90	.90	.75
IF1	Estoy dispuesto a asistir al evento como participante o espectador en próximas ediciones.	.86			
IF2	Recomendaré la asistencia al evento a mis amigos, parientes y otras personas.	.88			
IF3	Si tengo oportunidad de asistir como participante o espectador a un evento similar intentaré hacerlo.	.85			

Nota: FC=Fiabilidad Compuesta; AVE=Varianza Media Extraída

Tabla 5. Validez discriminante y correlaciones entre los constructos.

	F1	F2	F3	F4	Satisfacción	Intenciones
Factor 1 - Beneficios socioeconómicos	.77					
Factor 2 - Beneficios socioculturales	.68**	.79				
Factor 3 - Beneficios deportivos	.60**	.71**	.82			
Factor 4 - Costes sociales	-.37**	-.43**	-.44**	.74		
Satisfacción con la celebración del evento	.55**	.66**	.70**	-.36**	.88	
Intenciones futuras	.48**	.65**	.69**	-.40**	.86**	.86

Nota: ** indica correlación estadísticamente significativa a nivel $p < .01$ (bilateral). La diagonal ofrece los valores de la raíz cuadrada de AVE.

significativamente tanto con la satisfacción general ($\beta = .31$ para SC y $\beta = .45$ para D; $p < .05$) como con las intenciones futuras ($\beta = .33$ para SC y $\beta = .53$ para D; $p < .05$). No obstante, las variables independientes relacionadas con los beneficios socioeconómicos y costes sociales no están relacionadas significativamente con las variables mediadora y dependiente. Los modelos del Paso 1 y Paso 2 explicaron un 63% ($R^2 = .63$) y un 61% ($R^2 = .61$), respectivamente. En el paso 3 y 4, los resultados confirman la relación significativa entre la satisfacción general (mediador) y las intenciones futuras ($\beta = .87$, $p < .05$), comprobando que el resto de las variables independientes en este modelo dejan de estar relacionadas significativamente al introducir la variable mediadora como una variable independiente más.

Por último, para comprobar la existencia de efectos de mediación completa o parcial se aplicó el test de Sobel. Este test permitió comprobar la existencia de un efecto de mediación completa de la satisfacción general entre la percepción sobre los beneficios socioculturales y las intenciones futuras respecto al evento ($z = 2.44$; $p < .05$) y entre los beneficios deportivos y las intenciones futuras ($z = 3.71$; $p < .05$). En definitiva, los resultados confirman parcialmente la H4 ya que se comprobó el efecto mediador de la satisfacción general sobre la relación entre los beneficios percibidos y las intenciones futuras, aunque no se pudo constatar dicho efecto en el caso de la relación entre los costes percibidos y las intenciones futuras debido a que dicha variable no estaba relacionada significativamente con las variables mediadora y dependiente.

Tabla 6. Resultados del modelo planteado y los test de mediación.

Hipótesis	Efectos directos		Test mediación	
	Beta	t-valor	Beta	t-valor
H1a: Beneficios Socioeconómicos (SE) – Satisfacción General (SG)	.04	.44		
H1b: Beneficios Socioculturales (SC) - SG	.33	2.64*		
H1c: Beneficios Deportivos (D) - SG	.48	4.30*		
H2: Costes Sociales (CS)	-.01	-.13		
H3: SG - Intenciones Futuras (IF)	.95	14.84*		
H4: Paso 1. Variables independientes – Variable dependiente				
SE – IF			-.08	-.72
SC – IF			.33	2.30*
D – IF			.53	4.00*
CS – IF			-.08	-.97
H4: Paso 2. Variables independientes – Variable mediadora				
SE – SG			.09	.88
SC – SG			.31	2.52*
D – SG			.45	4.05*
CS – SG			.01	.17
H4: Pasos 3 y 4. Variables independientes y variable mediadora – Variable dependiente				
SE – IF			-.14	-1.81
SC – IF			.06	.57
D – IF			.15	1.75
CS – IF			-.09	-1.63
SG – IF			.87	9.64*

Nota: * p<.05.

DISCUSIÓN

En este estudio se analiza el efecto mediador de la satisfacción general de los asistentes locales a la III Fiesta del Deporte de Murcia entre los impactos percibidos y las intenciones futuras. En primer lugar, se comprobó la fiabilidad y validez de los constructos objeto de estudio. Se comprobó que los indicadores de impactos percibidos se agrupaban en cuatro dimensiones: beneficios socioeconómicos, beneficios socioculturales, beneficios deportivos y costes sociales. Los análisis permitieron comprobar que el modelo final de impactos percibidos y las escalas de satisfacción general e intenciones futuras presentaban adecuadas propiedades psicométricas.

Respecto a la escala de impactos percibidos es importante destacar que existen pocos trabajos que analicen las percepciones de los residentes sobre los impactos de los eventos de pequeña escala (Inoue y Harvard, 2014). Por esta razón, las aportaciones sobre los factores que deben integrar estas escalas en el contexto español son reducidas (Parra et al., 2016a, 2016b) mientras que las aportaciones a nivel internacional de tipo empírico y teórico tampoco son abundantes (Taks, 2013; Djallabah et al., 2015; Hautbois et al., 2019). Estas aportaciones identifican factores similares a los detectados en este trabajo, destacando en menor medida los costes sociales asociados a este tipo de eventos debido a las características de los eventos de pequeña escala cuando se los compara con los grandes eventos (Taks, 2013).

Se comprobó que los factores de beneficios socioculturales y deportivos estaban relacionados significativamente con la satisfacción general de los residentes que asistieron al evento y con las intenciones futuras, confirmando la hipótesis H1 parcialmente ya que los beneficios socioeconómicos no estaban relacionados significativamente con estas variables. Estos resultados coinciden con lo detectado en estudios previos sobre eventos deportivos en los que se ha comprobado la relación entre la percepción sobre los impactos sociales y la satisfacción de los residentes por la celebración de eventos deportivos (Llopis y Gil, 2011; Parra et al., 2016b) y las intenciones futuras (Inoue y Harvard, 2014; Parra et al., 2016). También se confirmó la relación positiva significativa entre la satisfacción de los residentes por la celebración del evento en su ciudad y las intenciones futuras con respecto al mismo en futuras ediciones (H3). De acuerdo con la TIS, los residentes que perciben un intercambio positivo debido a la evaluación de los beneficios y costes personales y sociales de la celebración de un evento deportivo suelen mostrar una tendencia a respaldar la celebración de los eventos deportivos (Zhou y Ap, 2009; Gursoy, Yolal, Robeiro y Netto, 2017). Por esta razón, se puede explicar la existencia de una relación positiva entre los beneficios percibidos y la satisfacción de los residentes por la celebración del

evento en su ciudad y las intenciones futuras con respecto a la celebración de futuras ediciones.

Sin embargo, los factores referidos a los beneficios socioeconómicos y los costes asociados a la celebración del evento no estaban relacionados significativamente con estas variables, por lo que la H1 no se pudo confirmar totalmente mientras que la H2 se rechazó. En trabajos previos, se ha observado una relación positiva más destacada entre los beneficios o impactos positivos de carácter intangible y la satisfacción general (Llopis y Gil, 2011; Parra et al., 2016b) y las intenciones futuras (Inoue y Harvard, 2014; Parra et al., 2016a). Estos resultados se pueden explicar a partir de las características de los eventos de pequeña escala cuyos impactos están más relacionados con beneficios sociales (intangibles) que de carácter económico (tangibles).

Por otro lado, los resultados de los análisis de mediación permitieron comprobar que existía un efecto de mediación completa de la satisfacción general de los residentes que asistieron al evento entre los beneficios socioculturales y deportivos y las intenciones futuras. Por lo tanto, parece confirmarse la H4 referida a la función mediadora de la satisfacción de los residentes a la hora de explicar la relación entre los impactos percibidos y las intenciones futuras. Los trabajos previos en esta área han observado que las intenciones futuras y el respaldo de los residentes a los eventos deportivos puede explicarse por la función mediadora de diversas variables como la satisfacción con la calidad de vida (Kaplanidou et al., 2013; Kim y Kaplanidou, 2019), el valor percibido (Llopis y Gil, 2011; Parra et al., 2016b), la actitud general hacia el evento (Prayag et al., 2013) o la participación deportiva (Kim y Kaplanidou, 2019).

Desde el punto de vista de las implicaciones prácticas, los resultados de este estudio permiten conocer a los organizadores cuáles son los aspectos en los que deben incidir para mejorar la satisfacción e intenciones futuras de los residentes en un evento deportivo de pequeña escala. Por lo tanto, parece necesario desarrollar estrategias que permitan maximizar los impactos de carácter intangible (socioculturales y deportivos) de los eventos deportivos de pequeña escala debido a su relación directa con la satisfacción e intenciones futuras de la población local. La propia naturaleza de este tipo de eventos puede favorecer la participación de deportiva de los residentes, así como las oportunidades para el desarrollo sociocultural de la comunidad de acogida. En este sentido, las políticas deportivas en los municipios de pequeño y mediano tamaño deberían promocionar y apoyar la celebración de este tipo de eventos deportivos por su gran capacidad para generar capital social y humano (Taks, 2013). También es importante desarrollar estrategias de comunicación sobre los resultados de estos eventos deportivos en los medios de comunicación y apoyar los estudios

de investigación que permitan dar a conocer los impactos sociales y económicos de este tipo de eventos en las ciudades.

Entre las limitaciones que se encontraron se destacan que este trabajo se centra sólo en el análisis de las percepciones de los residentes que acudieron al evento debido a que se trata de la población que puede disponer de una mayor información sobre la repercusión del evento. Otra limitación asociada a esta última, además del sesgo de selección del tipo de muestreo realizado y comentado en el método, es la limitación temporal que tienen los eventos deportivos puesto que tienen una fecha de inicio y otra de finalización acortando el periodo de tiempo en el cual pueden realizarse las encuestas es finito y la cantidad depende del número de encuestadores disponibles. En cualquier caso, en futuros trabajos se podría analizar y comparar la percepción de otros grupos de interés como los residentes que no asistieron y que disponen de información sobre el evento o los pequeños y medianos empresarios y dueños de comercio que puedan verse afectados por la celebración del evento. Por otro lado, se podría comprobar la influencia mediadora o moderadora de otras variables como la participación deportiva o el apego hacia la comunidad que han sido analizados en grandes eventos deportivos.

CONCLUSIONES

Los resultados de este estudio ofrecen una herramienta válida y fiable para medir el impacto social de un evento deportivo de pequeña escala. Los análisis han permitido identificar cuatro factores que miden el constructo del impacto social en eventos deportivos de pequeña escala: beneficios socioeconómicos, beneficios socioculturales, beneficios deportivos y costes sociales. Asimismo, se comprobó la relación significativa y positiva entre los beneficios socioculturales y deportivos y la satisfacción general e intenciones futuras de los residentes con la celebración de la III Fiesta del Deporte en Murcia. Por último, los resultados permiten confirmar el efecto mediador completo de la variable satisfacción general de los residentes entre los beneficios intangibles (socioculturales y deportivos) y las intenciones futuras de los ciudadanos con respecto a la celebración del evento.

CONFLICTO DE INTENCIONES

Los autores declaran no tener ningún conflicto de interés.

REFERENCIAS

Agha, N., & Taks, M. (2015). A theoretical comparison of the economic impact of large and small events. *International Journal of Sport Finance*, 10, 103-121.

Andam, R., Montazeri, A., Feizi, S., & Mehdizadeh, R. (2015). Providing a multidimensional measurement model for assessing quality of sport tourism services: Empirical evidence from sport conference as sport event tourism. *Iranian Journal of Management Studies*, 8(4), 607-629.

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, 103(3), 411. DOI: 10.1037/0033-2909.103.3.411

Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing science*, 12(2), 125-143. DOI: 10.1287/mksc.12.2.125

Andreff, W. (2012). The winner's curse: Why is the cost of sports mega-events so often underestimated? En W. Maennig y A. Zimbalist (Eds.), *International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events* (pp. 37-69). Cheltenham, Reino Unido: Edward Elgar Publishing Limited

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. DOI: 10.12800/ccd.v7i19.23

Añó, V., Calabuig, F., Ayora, D., Parra D., & Duclos, D. (2013). Análisis sobre el grado de conocimiento e identificación de los tarraconenses con la candidatura a los Juegos Mediterráneos de Tarragona en 2017. *Apunts. Educació Física i Esports*, 111, 70-78. DOI: 10.5672/apunts.2014-0983.es.(2013/1).111.07

Añó, V., Calabuig, F., Ayora, D., Parra D., & Duclos, D. (2014). Percepción social de la importancia, el impacto y los beneficios esperados de la celebración de los Juegos Mediterráneos de Tarragona en 2017. *Revista de psicología del deporte*, 23(1), 33-40.

Añó, V., Pablos, C., & Calabuig, F. (2009). *Opinión de los Tarraconenses sobre la Candidatura a los Juegos Mediterráneos de 2017*. Valencia: Universidad de Valencia, Departamento de Educación Física y Deportiva.

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models.

Journal of the academy of marketing science, 16(1), 74-94. DOI: 10.1007/BF02723327

Balciunas, M., Jasinskis, E., & Koiso, E. (2014). Economic contribution of sports event: Analysis of Eurobasket 2011 example. *Transformation in Business & Economics*, 13(2), 41- 54. Disponible en: <http://www.transformations.knf.vu.lt/32/se32.pdf>

Baldock, 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. DOI: 10.1080/16184742.2011.559134

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. DOI: 10.1037//0022-3514.51.6.1173

Baumann, R., & Matheson, V. (2013) Infrastructure investments and mega-sports events: Comparing the experience of developing and industrialized countries. *International Association of Sports Economists and North American Association of Sports Economists Working Paper Series* 13(02). Limoges, France: International Association of Sports Economics.

Bigné, J. E., Sánchez, M. I., & Sánchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22, 607-616. DOI: 10.1016/S0261-5177(01)00035-8

Bouchet, P., Bodet, G., Bernache-Assollant, I., & Kada, F. (2011). Segmenting sport spectators: Construction and preliminary validation of the Sporting Event Experience Search (SEES) scale. *Sport Management Review*, 14, 42-53. DOI: 10.1016/j.smr.2010.02.001

Brown, A., & Massey, J. (2001). *Literature review: The impact of major sporting events*. London: UK Sport.

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, 160-172. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.02.010

Browne, M. W. & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. En K. A. Bollen & J. S. Long (Eds.), *Testing structural equation models* (pp. 136-62). Newbury Park, CA: Sage.

Bull, C., & Lovell, J. (2007). The Impact of Hosting Major Sporting Events on Local Residents: an Analysis of the Views and Perceptions of Canterbury Residents in Relation to the Tour de France 2007. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 229-248. DOI: 10.1080/14775080701736973

Byrne, B. M. (2009). *Structural equation modeling with amos: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). New York, NY: Routledge.

Calabuig, F., Crespo, J., Nuñez, J., Valantine, I., & Staskeviciute, I. (2016). Role of Perceived Value and Emotions in the Satisfaction and Future Intentions of Spectators in Sporting Events. *Engineering Economics*, 27(2), 221-229. DOI: 10.5755/j01.ee.27.2.12288

Calabuig, F., Crespo, J., Prado-Gascó, V., & Núñez-Pomar, J. (2014). Using a brief questionnaire to assess the overall perceptions of basketball spectators. *Sport, Business and Management: International Journal*, 4(3), 212-222. DOI: 10.1108/SBM-03-2014-0009

Calabuig, F., Parra, 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. DOI: 10.22456/1982-8918.40260

Calabuig, F., Prado-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. DOI: 10.1016/j.jbusres.2015.01.031

Chain, D., & Swart, K. (2010). Residents' Perceptions of the 2010 FIFA World Cup: A Case Study of a Suburb in Cape Town, South Africa. *Alternation*, 17(2), 146-172. DOI: 10.13140/RG.2.1.3960.7282

Chou, C. P., & Bentler, P. M. (1995). Estimates and tests in structural equation modeling. structural equation modeling: Concepts, issues, and applications. En R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications* (pp. 37-55). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.

Chou, C.P., Bentler, P.M., & Satorra, A. (1991). Scaled test statistics and robust standard errors for non-normal data in covariance structure analysis. *The British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 44, 347-357. DOI: 10.1111/j.2044-8317.1991.tb00966.x

Crespo, J., & Pérez-Campos, C. (2011). La influencia de la satisfacción con la programación de partidos en la intención de asistir de los espectadores. *Journal of Sports Economics & Management*, 1(1), 48-54.

- Despinae, B., & Karpa, W. (2014). Estimating economic regional effects of Euro 2012: Ex-ante and ex-post approach. *Management and Business Administration. Central Europe*, 22(11), 3-15. DOI: 10.7206/mba.ce.2084-3356.87
- Djaballah, M., Hautbois, C., & Desbordes, M. (2015). Non-mega sporting events' social impacts: a sensemaking approach of local governments' perceptions and strategies. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 48-76. DOI: 10.1080/16184742.2014.1000353
- Du, J., Jordan, J. S., & Funk, D. C. (2015). Managing Mass Sport Participation: Adding a Personal Performance Perspective to Remodel Antecedents and Consequences of Participant Sport Event Satisfaction. *Journal of Sport Management*, 29, 688-704. DOI:10.1123/jsm.2014-0225
- Dwyer, L., & Fredline, E. (2008). Special Sports Events – Part 1. *Journal of Sport Management*, 22(4), 385-391. DOI: 10.1123/jsm.22.4.385
- Emerson, R. (1976). Social Exchange theory. *Annals of Sociology*, 2, 335-362. DOI: 10.1146/annurev.so.02.080176.002003
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A primer for soft modelling*. Akron, OH: University of Akron Press.
- Ferrando, P. J., & Lorenzo-Seva, U. (2017). Program FACTOR at 10: origins, development and future directions. *Psicothema*, 29(2), 236-240. DOI: 10.7334/psicothema2016.304
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The american customer satisfaction index: nature, purposes, and findings. *Journal of Marketing*, 60(4), 7-18. DOI: 10.2307/1251898
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. DOI: 10.2307/3151312
- Fredline, E. (2004). Host community reactions to motorsport events: The perception of impact on quality of life. En B. W. Ritchie, & D. Adair (Eds.), *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues* (pp. 155-173). Clevedon, Reino Unido: Channel View Publications.
- Fredline, E. (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 263-279. DOI: 10.1080/17430430500087328
- Fredline, L., Jago, L., & Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management*, 8(1), 23-37. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599503108751676>
- Fredline, L., Rayboald, M., Jago, L., & Deery, M. (2005). Triple Bottom Line Event Evaluation: A proposed framework for holistic event evaluation. En *The Impact of Events, Proceedings of International Event Research Conference*. Australian Centre for Event Management, Sidney, 2-15.
- Gibson, H.J., Willming, C., & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism Management*, 24(2), 181-190. DOI: 10.1016/S0261-5177(02)00058-4
- González-García, R., Parra, D., Calabuig, F., & Año, 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.
- Gursoy, D., & Kendall, K. (2006). Hosting mega events. Modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623. DOI: 10.1016/j.annals.2006.01.005
- 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. DOI: 10.1177/0047287516643415
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis* 7th ed. London, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Hall, C. M. (1992). Adventure, sport and health tourism. En B. Weiler y M. Hall (Eds.), *Special interest tourism*. London, United Kingdom: Belhaven.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266. DOI: 10.1177/0885412203260306
- Hautbois, C., Djaballah, M., & Desbordes, M. (2019). The social impact of participative sporting events: a cluster analysis of marathon participants based on perceived benefits. *Sport in Society*, 1-19. DOI: 10.1080/17430437.2019.1673371
- Henderson, J. C., Foo, K., Lim, H., & Yip, S. (2010). Sports events and tourism: the Singapore Formula One Grand Prix. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 60-73. DOI: 10.1108/17852951011029306
- Higham, J. (1999). Commentary - Sport as an Avenue of Tourism Development: An Analysis of the Positive and Negative Impacts of Sport Tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1), 82-90. DOI: 10.1080/13683509908667845
- Inoue, Y., & Havard, C. T. (2014). Determinants and consequences of the perceived social impact of a sport event. *Journal of Sport Management*, 28(3), 295-310. DOI: 10.1123/jsm.2013-0136
- Jackson, L. (2008). Residents' perceptions of the impacts of special event tourism. *Journal of Place Management and Development*, 1(3), 240-255. DOI: 10.1108/17538330810911244
- Jie, Y.; Yingkan, G., & Ping, H. (2010). A Structural Equation Model of Resident's Support for Mega Event. *Chinese Journal of Population, Resources and Environment*, 8(1), 71-80. DOI: 10.1080/10042857.2010.10684968
- Kaplanidou, K. K., Karadakis, K., Gibson, H., Thapa, B., Walker, M., Geldenhuys, S., & Coetzee, W. (2013). Quality of life, event impacts, and mega-event support among South African residents before and after the 2010 FIFA world cup. *Journal of Travel Research*, 52(5), 631-645. DOI: 10.1177/0047287513478501
- 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. DOI: 10.1177/0047287513478501
- 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. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.07.010
- 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. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.10.015
- Kim, C., & Kaplanidou, K. (2019). The Effect of Sport Involvement on Support for Mega Sport Events: Why Does It Matter. *Sustainability*, 11(20), 5687. DOI: 10.3390/su11205687
- Kim, S. S., & Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25-38. DOI: 10.1016/j.tourman.2003.09.013
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). New York: The Guilford Press.
- Kozak, M. (2001). Repeater's behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28, 784-807. DOI: 10.1016/S0160-7383(00)00078-5
- Lee, S., Cornwell, T., & Babiak, K. (2013). Developing an instrument to measure the social impact of sport: Social capital, collective identities, health literacy, well-being and human capital. *Journal of Sport Management*, 27(1), 24-42. DOI: 10.1123/jsm.27.1.24
- Lim, S., & Lee, J. (2006). Host population perceptions of the impact of mega-events. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(4), 407-421. DOI: 10.1080/10941660600931259
- Llopis, M. P., & Gil, I. (2011). Un gran evento deportivo: perspectiva de los residentes de la ciudad de acogida. *Gran Tour*, 4, 32-61.
- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., & Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169.
- Ma, S. C., Ma, S. M., Wu, H. J., & Rotherham, I. D. (2013). Host residents' perceptions changes on major sport events. *European Sport Management Quarterly*, 13, 511-536. DOI: 10.1080/16184742.2013.838980
- MacCallum, R., & Austin, J. (2000). Applications of Structural Equation Modeling in Psychological Research. *Annual Review of Psychology*, 51, 201-226. DOI: 10.1146/annurev.psych.51.1.201
- Mair, J., & Whitford, M. (2013). An exploration of events research: event topics, themes and emerging trends. *International Journal of Event and Festival Management*, 4(1), 6-30. DOI: 10.1108/17582951311307485
- Matheson, V. (2012). Efectos de los principales megaeventos deportivos en las economías locales, regionales y nacionales. En R. Llopis (Ed.), *Megaeventos deportivos: perspectivas científicas y estudios de casos*, (pp. 53-74). Barcelona: UOC.
- Ministerio de Cultura y Deporte (2019). *Anuario de Estadísticas Deportivas 2019*. Madrid, España: Subdirección General de Atención al ciudadano, Documentación y Publicaciones.
- Monterrubio, C., Sosa-Ferreira, A. P., & Osorio-García, M. (2018). Impactos del turismo residencial percibidos por la población local: una aproximación cualitativa desde la teoría del intercambio social. *Revista Liminar. Estudios Sociales y Humanísticos*, 1(16), 103-118. DOI: 10.29043/liminar.v1i1.567
- Ntloko, N.J., & Swart, K. (2008). Sport tourism event impacts on the host community—a case study of red bull big wave Africa. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 30(2), 79-93. DOI: 10.4314/sajrs.v30i2.25991

- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A behavioural perspective on the consumer*. New York: McGraw Hill.
- Olsen, M., & Merwin, D. (1977). Towards a methodology for conducting social impacts assessments using quality of life indicators. En K. Finsterbusch y C. Wolf, (Eds.), *Methodology of social impact assessment*. Pennsylvania, U.S: Dowden, Hutchinson and Ross.
- Oshimi, D., & Harada, M. (2019). Host residents' role in sporting events: The city image perspective. *Sport Management Review*, 22(2), 263-275. DOI: 10.1016/j.smr.2018.04.002
- Oshimi, D., Harada, M., & Fukuhara, T. (2016). Residents' perceptions on the social impacts of an international sport event: Applying panel data design and a moderating variable. *Journal of Convention and Event Tourism*, 17(4), 294-317. DOI: 10.1080/15470148.2016.1142919
- Pérez, C. (2010). *Análisis de la Calidad del Servicio en los Eventos Deportivos. Calidad Percibida y Satisfacción de los Espectadores y de los Deportistas* (Tesis doctoral). Recuperado de: <http://roderic.uv.es/handle/10550/23487>
- Parra-Camacho, D., Añó Sanz, V., Ayora Pérez, D., & González-García, R. J. (2019). Applying importance-performance analysis to residents' perceptions of large sporting events. *Sport in Society*, 1-15. DOI: 10.1080/17430437.2019.1627330
- Parra, D., Calabuig, F., Año, V., Ayora, D., & Núñez-Pomar, 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.
- Parra, D., & Duclos, D. (2013). Percepción de los residentes sobre el impacto socioeconómico de un evento deportivo: análisis de segmentos y perfil del residente. *Journal of Sports Economics & Management*, 3(1), 4-32.
- Parra, D., Elasmri, 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.
- Parra, D., González-García, 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(3), 93-96.
- Pearce, P. L., Moscardo, G., & Ross, G. F. (1996). *Tourism community relationships*. Oxford, United Kingdom: Pergamon Press.
- Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., & Alders, T. (2013). London residents support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, 36, 629-640. DOI: 10.1016/j.tourman.2012.08.003
- Preuss, H., & Solberg, H. A. (2006). Attracting major sporting events: The role of local residents. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 391-411. DOI: 10.1080/16184740601154524
- Ritchie, J. (1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*, 23(2), 2-11. DOI: 10.1177/004728758402300101
- Rust, R.A., & Oliver, R.L. (1994). *Service Quality. New Directions in Theory and Practice*. California: Sage Publications.
- Satorra, A., & Bentler, P. M. (1994). Corrections to test statistics and standard errors in covariance structure analysis. In A. von Eye, & C. C. Clogg (Eds.), *Latent variables analysis: Applications for developmental research*. (pp. 399-419). Newbury Park, CA: Sage.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. In S. Leinhardt (Ed.), *Sociological methodology* (pp. 290-313). San Francisco: Jossey-Bass.
- Taks, M., Kesenne, S., Chalip, L., Green, B. C., & Martyn, S. (2011). Economic impact study versus cost-benefit analysis: an empirical example of a medium sized international sporting event. *International Journal of Sport Finances*, 6(3), 187-203. DOI: 10.2139/ssrn.2393427
- Taks, M. (2013). Social sustainability of non-mega sport events in a global world. *European Journal for Sport and Society*, 10(2), 121-141. DOI: 10.1080/16138171.2013.11687915
- Tanaka, J. S., & Huba, G. H. (1989). A general coefficient of determination for covariance structure models under arbitrary GLS estimation. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 42, 233-239. DOI: 10.1111/j.2044-8317.1989.tb00912.x
- Theodorakis, N., Kaplanidou, K., & Karabaxoglou, I. (2015). Effect of event service quality and satisfaction on happiness among runners of a recurring sport event. *Leisure Sciences*, 37(1), 87-107. DOI: 10.1080/01490400.2014.938846
- Tian-Cole, S., & Crompton, J. (2003). A conceptualization of the relationships between service quality and visitor satisfaction, and their links to destination selection. *Leisure Studies*, 22, 65-80. DOI: 10.1080/02614360306572
- Timmerman, M. E., & Lorenzo-Seva, U. (2011). Dimensionality Assessment of Ordered Polytomous Items with Parallel Analysis. *Psychological Methods*, 16, 209-220. DOI: 10.1037/a0023353
- Turco, D., Riley, R., & Swart, K. (2002). *Sport tourism*. Morgantown, WV: Fitness Information Technologies.
- Twynam, G., & Johnston, M. (2004). Changes in host community reactions to a special sporting event. *Current Issues in Tourism*, 7(3), 242-261. DOI: 10.1080/13683500408667981
- Veltri, F. R., Miller, J., & Harris, A. (2009). Club sport national tournament: economic impact of a small event on a mid-size community. *Recreational Sports Journal*, 33(2), 119-128. DOI: 10.1123/rsj.33.2.119
- Waitt, G. (2003). Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 194-215. DOI: 10.1016/S0160-7383(02)00050-6
- Wang, Y. A. & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47, 84-93. DOI: 10.1177/0047287507312402
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F., & Summers, G. F. (1977). Assessing reliability and stability in panel models. *Sociological Methodology*, 8, 84-136. DOI: 10.2307/270754
- Yoon, Y., y Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26, 45-56. DOI: 10.1016/j.tourman.2003.08.016
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46. DOI: 10.2307/1251929
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill.
- Zhou, Y. & Ap, J. (2009). Resident's perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research*, 48(1), 78-91. DOI: 10.1177/0047287508328792