



Apunts Educación Física y Deportes

ISSN: 1577-4015

pubinefc@gencat.cat

Institut Nacional d'Educació Física de
Catalunya
España

Añó Sanz, Vicent; Calabuig Moreno, Ferran; Ayora Pérez, Daniel; Parra Camacho, David;
Duclos Bastías, Daniel

Análisis sobre el grado de conocimiento e identificación de los tarraconenses con la
candidatura a los Juegos Mediterráneos de Tarragona en 2017

Apunts Educación Física y Deportes, núm. 111, enero-marzo, 2013, pp. 70-78

Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya
Barcelona, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551656910007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Análisis sobre el grado de conocimiento e identificación de los tarraconenses con la candidatura a los Juegos Mediterráneos de Tarragona en 2017

Analysis of the Level of Knowledge and Identification of People from Tarragona on Tarragona's Candidacy for the Mediterranean Games in 2017

VICENT AÑÓ SANZ

FERRAN CALABUIG MORENO

DANIEL AYORA PÉREZ

Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte
Universitat de València (España)

DAVID PARRA CAMACHO

DANIEL DUCLOS BASTÍAS

Unidad de Investigación del Rendimiento Físico y Deportivo
Departamento de Educación Física y Deportiva
Universitat de València (España)

Correspondencia con autor

Vicent Añó Sanz
vicentanyo@uv.es

Resumen

El objetivo de este estudio fue analizar la evolución entre los años 2009 y 2010 en el grado de conocimiento e identificación de los tarraconenses con la candidatura a los Juegos Mediterráneos de Tarragona en 2017. Se recogieron las opiniones de dos muestras de ciudadanos con un año de diferencia ($N = 246$ para 2009 y $N = 307$ para 2010). Los resultados mostraron una evolución positiva de un año a otro en aspectos como el conocimiento sobre lo que son los Juegos Mediterráneos, el grado de información recibida, el grado con el que se identifica la sociedad con este evento deportivo, el grado de dificultad percibida en la organización del mismo, el grado de preparación de la ciudad en servicios como la sanidad, los alojamientos y la restauración, el grado de coordinación entre las administraciones públicas o el trabajo realizado por la candidatura. No obstante, una gran parte de los ciudadanos no consideraban que la ciudad estuviese bastante o muy preparada en otras áreas como el transporte público o las instalaciones deportivas, observándose una evolución negativa entre los dos años en los accesos desde el exterior y en los servicios de limpieza y de seguridad. Los resultados de este estudio pueden ayudar a mejorar la implicación y participación de la ciudadanía en este tipo de acontecimientos deportivos.

Palabras clave: juegos mediterráneos, evento deportivo, conocimiento, percepción de los residentes, identificación

Abstract

Analysis of the Level of Knowledge and Identification of People from Tarragona on Tarragona's Candidacy for the Mediterranean Games in 2017

The aim of this study was to analyse the evolution between 2009 and 2010 in the degree of knowledge and identification of Tarragona with the candidacy to the Mediterranean Games 2017. Opinions of two samples of citizens were collected with a year apart ($N = 246$ for 2009 and $N = 307$ to 2010). The results showed a positive development in areas such as knowledge of the Mediterranean Games, the amount of information received, the degree to which society is identified with this sporting event, the degree of perceived difficulty in its organization, the degree of preparation of city services such as health, accommodation and catering, the degree of coordination between public or work done for the nomination. However, much of the public did not see the city were fairly or very prepared in other areas such as public transport and sports facilities, showing a negative trend between the two years in the external access and services cleaning and safety. The results of this study may help improve the involvement and participation of citizens in this type of sporting events

Keywords: Mediterranean Games, sporting event, awareness, residents' perception, identification

Introducción

Los Juegos Mediterráneos (JJMM) se constituyeron durante la celebración de los Juegos Olímpicos (JJO) de Londres en 1948, con una periodicidad de cuatro años y con el objetivo de servir de unión y contacto entre todos los países que se sitúan alrededor del mar Mediterráneo. Desde su primera edición que tuvo lugar en 1951 en Alejandría hasta la actualidad se han producido muchos cambios respecto a la repercusión social, económica y mediática de los JJMM. La última edición de este acontecimiento deportivo tuvo lugar en Pescara (Italia) en el 2009 y la próxima edición se organizará en 2013 en Mersin (Turquía) para después llegar a Tarragona en 2017.

La organización y acogida de grandes eventos deportivos ha experimentado un notable crecimiento, sobre todo, desde la celebración de los JJO de Barcelona en 1992. Por esta razón, los estudios sobre la repercusión de los acontecimientos deportivos en diferentes ámbitos han permitido realizar un seguimiento y análisis de los impactos derivados de su celebración en los países, regiones y ciudades de acogida. Así, entre los beneficios socioeconómicos derivados de la celebración de estos eventos en las ciudades que los albergan, podemos destacar la mejora y la construcción de infraestructuras e instalaciones deportivas, el aumento de las subvenciones al deporte y la expansión de la práctica deportiva, el incremento del turismo y de la capacidad hotelera, la mejora de las redes de transporte público o la creación de puestos de trabajo (Añó, 2011). No obstante, la mayoría de los estudios llevados a cabo, han abordado fundamentalmente aspectos de carácter económico que permiten argumentar o justificar las inversiones realizadas, ya que como apuntan autores como Kim, Gursay y Lee (2006), para las ciudades organizadoras es crucial que los recursos invertidos o dedicados al evento tengan un buen rendimiento económico, siendo necesario que los beneficios para los ciudadanos superen la inversión pública realizada (Mules y Dwyer, 2005).

Estudios previos

En la última década se ha producido un incremento en los estudios relacionados con la evaluación de los impactos sociales, culturales y naturales de los eventos (Getz, 2008), principalmente a partir del análisis de las percepciones, reacciones, opiniones o actitudes de los ciudadanos hacia estos acontecimientos. Sin embargo, muchos de estos estudios se han desarrollado después de que el evento haya sido concedido al país, región o ciudad. Así, encontramos estudios que analizan las percepciones de los resi-

dentes sobre los grandes eventos deportivos antes de celebrarse (Bull & Lovell, 2007; Ritchie, Shipway, & Cleeve, 2009; Zhou & Ap, 2009), después de su celebración (Añó, Calabuig, & Parra, 2012; Añó, Duclos, & Pablos, 2009; Ohmann, Jones, & Wilkes, 2006; Zhou, 2010) e incluso de carácter longitudinal (Balduck, Maes, & Buelens, 2011; Fredline, Deery, & Jago, 2005; Kim & Petrick, 2005; Kim et al., 2006; Guala & Turco, 2009; Gursay, Chi, Ai, & Chen, 2011; Lorde, Greenidge, & Devonish, 2011; Mihalik & Simonetta, 1998; Ritchie & Aitken, 1984, 1985; Ritchie & Lyons, 1990; Soutar & McLeod, 1993; Twynam & Johnston, 2004; Waitt, 2003) en los que se analizan los cambios en las percepciones de los residentes con el paso del tiempo. Sin embargo, no hay muchos estudios que analicen la opinión o la percepción social de los residentes sobre la presentación de una candidatura a un gran evento deportivo. Esto es bastante importante porque el apoyo, la identificación y la participación de los ciudadanos en este tipo de acontecimientos es fundamental ya que deben decidir sobre el previsible incremento de los impuestos o partidas destinadas a la construcción de infraestructuras o instalaciones (Gursay & Kendall, 2006), así como, por el hecho de que una población satisfecha y con una buena predisposición, es esencial para que el evento suponga una experiencia significativa y agradable tanto para los turistas como para los propios ciudadanos (Fredline, 2004; Preuss & Solberg, 2006).

En este sentido, la mayor parte de estudios encontrados se centran en los beneficios, costes e impactos percibidos por los residentes de las localidades en las que se acoge el evento deportivo, más que en saber el grado de conocimiento e identificación que los ciudadanos tienen sobre la candidatura al evento en cuestión. No obstante, entre los estudios realizados hay que destacar el de Casimiro y Añó (2006) sobre la incidencia social de los JJMM de Almería en 2005, en el que se analiza el grado de identificación y conocimiento de los almerienses con este evento deportivo. Este estudio es de corte longitudinal y se articuló en base una serie de encuestas que se realizaron en los años previos a la celebración del evento (cuatro estudios), concretamente entre el año 2002 (primera consulta) y el año 2005 (última consulta después de los JJMM). Sin embargo, este estudio se realizó una vez concedida la candidatura y a pocos años de celebrarse el evento. En el presente artículo de investigación se han tratado aspectos similares a los llevados a cabo en el estudio sobre los JJMM de Almería, aunque centrados en el contexto de la candidatura a los JJMM de Tarragona, es decir, antes de que se decidiese

la elección de la sede organizadora de este evento en su edición de 2017. En este artículo no profundizaremos en las comparaciones entre ambos estudios aunque si destacaremos algunas consideraciones relevantes.

Así, pues, el objetivo de este estudio es analizar la evolución en el grado de conocimiento e identificación de los tarraconenses con la candidatura a los JJMM de Tarragona en 2017 entre los años 2009 y 2010, previos a la elección definitiva de Tarragona en octubre de 2011, en Mersin (Turquía).

Metodología

El muestreo realizado en este estudio ha sido estratificado por distrito censal, edad y sexo, y su aplicación ha seguido un sistema de rutas aleatorias. No obstante, este tipo de muestreo solo ha sido aplicado para la población de la ciudad de Tarragona pero no en el caso de las subsedes de Calafell, Cambrils, Reus, Salou y Vila-seca. En la *tabla 1* se expone la ficha técnica del estudio para las dos muestras (N) recogidas en 2009 y en 2010.

El cuestionario utilizado en la investigación ha sido adaptado a partir del utilizado en el estudio dirigido por Casimiro y Añó (2006). Además se han seguido las pautas fundamentales planteadas en el cuestionario de Almería por tratarse del mismo objeto de estudio (población que puede albergar unos JJMM) y por ser ciudades de similar tamaño y con el mismo número de subsedes. Concretamente, en este artículo analizaremos las variables correspondientes a los bloques I y III del cuestionario, que se compone de un total de cinco bloques: el

primero referido al conocimiento e identificación con Tarragona 2017, el segundo relacionado con los beneficios que reportarán los JJMM, el tercero que hace referencia a la gestión y organización de los JJMM, el cuarto a los hábitos deportivos y el quinto que recoge las variables sociodemográficas.

Los datos obtenidos del proceso de recogida de información fueron sometidos a diversos tratamientos estadísticos mediante el paquete estadístico SPSS en su versión 17.0. Una vez depurada la matriz de datos, se recodificaron algunas variables con la finalidad de facilitar la interpretación de los resultados. A continuación, se efectuó un análisis descriptivo de las diferentes variables recogidas en el cuestionario para las dos muestras de población (2009 y 2010), en el que se obtuvieron los estadísticos correspondientes a la media, las frecuencias y la desviación típica (DT). Posteriormente, con el objeto de analizar las diferencias entre ambas muestras se efectuaron análisis diferenciales utilizando la prueba T-Student para muestras independientes en el caso de las variables escalares y ordinales, con la aplicación inicial de la prueba de Levene para comprobar la homoscedasticidad de las distintas variables, y la prueba no paramétrica de independencia χ^2 en el caso de variables categóricas. Los puntos de corte para la significación fueron los valores z correspondientes con la probabilidad de 0,05 ($\pm 1,96$) y 0,01 ($\pm 2,57$). Para determinar las combinaciones entre las que existían diferencias estadísticamente significativas entre proporciones, se efectuaron análisis de residuos tipificados. Se han corregido los valores p para comparaciones múltiples mediante el método de Bonferroni. Los resultados

	Datos 2009	Datos 2010
Ámbito	Tarragona ciudad (sede) y municipios de Calafell, Salou y Vila-seca (subsedes)	Tarragona ciudad (sede) y municipios de Calafell, Cambrils, Reus, Salou y Vila-seca (subsedes)
Universo	Censo habitantes 2009 (INE)	Censo habitantes 2010 (INE)
Características de la muestra	N = 246 (hombre: 130; mujer: 108)	N = 307 (hombre: 155; mujer: 152)
Tipo de muestreo	Intencional perceptivo u opinático (no probabilístico)	
Error de muestreo	+ 6,2% (p = q = 0,5)	+ 5,6% (p = q = 0,5)
Nivel de confianza	95%	
Tipo de entrevista	Entrevista personal mediante cuestionario	
Trabajo de campo	Enero 2009	Febrero 2010
Realización	Trabajo de campo realizado por la empresa Local Park SL	

Tabla 1
Ficha técnica del estudio para las dos muestras

	Muestra 2009 (a)		Muestra 2010 (b)		χ^2	P valor
	N	%	N	%		
¿Qué identifica con Tarragona 2017?						
La ciudad y el año para el que se solicita la organización de los JJMM	143	58,1	196	63,8	1,879	,170
No sabe identificar	103	41,9	111	36,2		
¿Qué son los JJMM?						
Una competición deportiva internacional	182	74,0	236	76,9	,618	,432
No lo sabe	64	26,0	71	23,1		
¿Sabe qué países participan en los JJMM?						
Países del Mediterráneo	163	66,3 ^b	147	47,9	18,724	,000***
No lo sabe	83	33,7	160	52,1 ^a		
*** $p \leq 0,001$						

Tabla 2

Grado de conocimiento sobre la candidatura a los JJMM de Tarragona 2017

se basan en pruebas bilaterales con un nivel de significación 0,05. En las tablas de resultados se muestra para cada par significativo la clave de la categoría con la proporción de columna o fila menor, en función de la tabla, debajo de la categoría con mayor proporción de columna o de fila.

Resultados

Como podemos observar en la *tabla 2* aparecen las frecuencias y los valores de las pruebas Chi-Cuadrado utilizadas para analizar las diferencias entre las muestras. En primer lugar tenemos que destacar que las opciones de respuesta de las tres preguntas que figuran en la *tabla 2* han sido recodificadas para transformarlas en variables dicotómicas. Por esta razón, en la primera pregunta se planteaban cinco opciones de respuesta de las cuales solo una era correcta, siendo cuantificadas las cuatro erróneas como “no sabe identificar Tarragona 2017”. Repitiendo este procedimiento en los dos siguientes ítems.

De este modo, comprobamos como las pruebas de χ^2 realizadas para analizar las posibles diferencias entre las dos muestras demostraron la existencia de diferencias estadísticamente significativas en el conocimiento sobre los países que participan en los JJMM [$\chi^2(1) = 18,724$; $p \leq 0,001$; IC 95 %]. Sin embargo, para las dos primeras variables de la tabla no se encontraron diferencias significativas [$\chi^2(1) = 1,879$; $p = 0,170$; IC 95 %] y [$\chi^2(1) = 0,618$; $p = 0,432$; IC 95 %], respectivamente. En la primera cuestión un porcentaje elevado de la población identifica correctamente la candidatura de Tarragona 2017, incrementándose esta frecuencia para la muestra

de 2010. En cuanto a la pregunta sobre lo que son los JJMM, un 74 % y 76,9 % de ambas muestras, respectivamente, identifican los JJMM como una competición deportiva internacional. Respecto a la tercera cuestión planteada, observamos como en la primera muestra existe una mayoría de ciudadanos (66,3 %) que saben los países que pueden participar en los JJMM, por el contrario, en la muestra de 2010 son más los ciudadanos (52,1 %) que no saben o reconocen a otras categorías de países.

En la *tabla 3* se presentan las frecuencias, las medias, las desviaciones típicas (DT) y los valores de las pruebas T-student utilizadas para observar las diferencias entre las dos muestras. Se detectaron diferencias estadísticamente significativas entre las dos muestras sobre el grado de conocimiento e información que la población tiene sobre la presentación de la candidatura a los JJMM [$t(466) = 4,524$; $p \leq 0,001$]. Además, comprobamos como se ha producido un incremento del año 2009 al 2010 para esta variable, elevándose en 2010 la frecuencia de personas que afirman tener algo o bastante información (18,4 % en 2009 y 31 % en 2010, considerando la suma de ambos porcentajes) sobre este proyecto.

Por otra parte, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los datos de las dos muestras para la información recibida a través de la prensa nacional [$t(223) = 5,245$; $p \leq 0,05$], la televisión local [$t(276) = 1,510$; $p \leq 0,001$] y para la autonómica y/o nacional [$t(242) = 55,533$; $p \leq 0,001$]. También se observa como en el grado de información recibida, la prensa nacional, la televisión autonómica y/o nacional e internet son los medios de los que los tarraconenses afirman que obtuvieron menos información de la candidatura, mientras

Muestra	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Media (DT)	F	Sig.
Grado de conocimiento / información sobre la presentación de la candidatura								
2009	21,1	31,4	29,1	15,7	2,7	2,48 (1,073)	4,524	,000***
2010	6,5	29,8	32,7	26,1	4,9	2,93 (1,008)		
Grado de información recibida a través de la prensa local								
2009	9,5	39,9	23,6	25,0	2,0	2,70 (1,013)	7,293	,072
2010	3,8	32,5	35,0	27,5	1,3	2,90 (,892)		
Grado de información recibida a través de la prensa nacional								
2009	78,5	17,2	3,2	1,1	0	1,27 (,574)	5,245	,044*
2010	61,4	35,6	2,3	0	0,8	1,43 (,620)		
Grado de información recibida a través de la radio								
2009	31,0	51,3	14,2	3,5	0	1,90 (,767)	,003	,300
2010	27,2	48,5	22,1	,7	1,5	2,01 (,812)		
Grado de información recibida a través de la televisión (TV) local								
2009	29,0	38,7	21,8	10,5	0	2,14 (,957)	1,510	,000***
2010	6,5	37,7	42,9	11,7	1,3	2,64 (,823)		
Grado de información recibida a través de la TV autonómica y/o nacional								
2009	88,7	7,5	3,8	0	0	1,15 (,453)	55,533	,000***
2010	45,7	46,4	8,0	0	0	1,62 (,630)		
Grado de información recibida a través de internet								
2009	58,6	18,9	13,5	6,3	2,7	1,76 (1,081)	,028	,094
2010	45,3	23,7	20,9	6,5	3,6	1,99 (1,120)		
Grado de información recibida a través de folletos o vallas publicitarias								
2009	30,6	31,8	18,5	17,2	1,9	2,28 (1,131)	33,493	,164
2010	19,8	52,7	23,7	3,1	0,8	2,12 (,785)		
1 = Ninguno; 2 = Poco; 3 = Algo; 4 = Bastante; 5 = Mucho.								
* $p \leq 0,05$; *** $p \leq 0,001$.								

1 = Ninguno; 2 = Poco; 3 = Algo; 4 = Bastante; 5 = Mucho.

* $p \leq 0,05$; *** $p \leq 0,001$.**Tabla 3**

Grado de conocimiento e información recibida sobre la presentación de la candidatura a los JJMM de Tarragona 2017

que la prensa local destaca como el medio del que más recibieron información. En todos los medios de comunicación se observa un incremento en las medias de las variables sobre las encuestas de 2010 con respecto a las del año anterior.

Respecto a la frecuencia con la que los ciudadanos recibieron noticias relacionadas con la candidatura de Tarragona 2017, destacamos que la mayoría de ciudadanos (62,7 % para 2009 y 70 % para 2010) recibían noticias con poca frecuencia (cada tres semanas o con menos frecuencia). En relación con el conocimiento del logotipo de la candidatura, se comprobó como la mayoría de ciudadanos lo conocían, al mismo tiempo, que se observó un importante aumento de una muestra a otra en la frecuencia de tarraconenses que sabían cuál era el logotipo (51,5 % en la encuesta de 2009 y 67,9 % en la encuesta de 2010).

Como podemos observar en la *tabla 4*, se encontraron diferencias estadísticamente significativas en-

tre las dos muestras para el grado de ilusión de los ciudadanos [$\chi^2(3) = 13,193$; $p \leq 0,01$; IC 95 %] y para el grado de identificación [$\chi^2(3) = 15,639$; $p \leq 0,001$; IC 95 %]. La gran mayoría de los ciudadanos se muestran bastante o muy ilusionados con la candidatura de Tarragona 2017, con frecuencias similares para las dos muestras (62,5 % para 2009 y 60,6 % para 2010, siempre sumando ambas frecuencias). De forma similar, comprobamos como la mayor parte de la sociedad se siente bastante o muy identificada con el proyecto de Tarragona 2017, aunque en este aspecto se produce un ligero incremento para la muestra de 2010 en la frecuencia de ciudadanos que se siente bastante identificados con la candidatura (50,6 % para 2009 y 56,3 % para 2010).

En la *tabla 5* comprobamos como la mayor parte de los tarraconenses perciben como bastante o muy difícil la organización de este evento deportivo,

Muestra	Ninguno		Poco		Bastante		Mucho		χ^2	P valor
	N	%	N	%	N	%	N	%		
Grado de ilusión que los ciudadanos tienen con la candidatura										
2009 (a)	8	3,3	82	34,2	116	48,3	34	14,2	13,193	,004**
2010 (b)	35	11,5 ^a	85	28,0	140	46,1	44	14,5		
Grado en el que se siente identificada la sociedad tarraconense con Tarragona 2017										
2009 (a)	4	1,7	115	47,7 ^b	83	34,4	39	16,2	15,639	,001***
2010 (b)	19	6,5 ^a	108	37,1	129	44,3 ^a	35	12,0		
** $p \leq 0,01$ *** $p \leq 0,001$.										

Tabla 4

Grado de ilusión e identificación con la candidatura a los JJMM de Tarragona 2017

	Ninguna		Poca		Bastante		Mucha			
Muestra	N	%	N	%	N	%	N	%	χ^2	P valor
Dificultad de la organización de los JJMM en el caso de que se celebrasen en Tarragona										
2009	0	0	66	27,8	83	35,0	88	37,1	No se puede aplicar	
2010	0	0	18	6,6	131	47,8	125	45,6		
Grado de preparación en la que se encuentra Tarragona en instalaciones deportivas										
2009 (a)	10	4,4	134	58,5	49	21,4	36	15,7 ^b	31,736	,000***
2010 (b)	10	4,1	154	63,6	74	30,6 ^a	4	1,7		
Grado de preparación en la que se encuentra Tarragona en limpieza.										
2009 (a)	6	2,6	90	39,3	96	41,9	37	16,2 ^b	46,556	,000***
2010 (b)	8	3,1	146	57,5 ^a	99	39,0	1	0,4		
Grado de preparación en la que se encuentra Tarragona en accesos desde el exterior										
2009 (a)	9	3,9	98	42,8	80	34,9	42	18,3 ^b	36,764	,000***
2010 (b)	12	4,7	135	53,4 ^a	101	39,9	5	2,0		
Grado de preparación en la que se encuentra Tarragona en alojamientos										
2009	0	0	81	35,4	93	40,6	55	24,0	No se puede aplicar	
2010	1	0,4	49	19,4	120	47,4	83	32,8		
Grado de preparación en la que se encuentra Tarragona en transporte público urbano										
2009	0	0	123	53,7	55	24,0	51	22,3	No se puede aplicar	
2010	3	1,2	139	55,6	102	40,8	6	2,4		
Grado de preparación en la que se encuentra Tarragona en seguridad										
2009 (a)	7	3,1	93	40,6	83	36,2	46	20,1 ^b	45,093	,000***
2010 (b)	11	4,4	159	63,9 ^a	71	28,5	8	3,2		
Grado de preparación en la que se encuentra Tarragona en sanidad										
2009	0	0	80	35,1	93	40,8	55	24,1	No se puede aplicar	
2010	1	0,4	67	26,8	159	63,6	23	9,2		
Grado de preparación en la que se encuentra Tarragona en restauración										
2009	0	0	56	24,5	106	46,3	67	29,3	No se puede aplicar	
2010	0	0	27	10,8	117	46,6	107	42,6		
Nota: En algunas variables no se puede aplicar la prueba de independencia Chi-Cuadrado debido a que las frecuencias en alguna de las opciones de respuesta es inferior a una, por lo que los resultados de la prueba no serían válidos.										

Tabla 5

Percepción sobre la dificultad y el grado de preparación de la organización de la candidatura a los JJMM de Tarragona 2017

observándose un incremento en los porcentajes en la muestra de 2010. Por otro lado, se detectaron diferencias estadísticamente significativas entre las dos muestras para la percepción sobre el grado de preparación en instalaciones deportivas [$\chi^2(3) = 31,736$; $p \leq 0,001$; IC 95 %], en servicios de limpieza [$\chi^2(3) = 46,556$; $p \leq 0,001$; IC 95 %], en accesos desde el exterior [$\chi^2(3) = 36,764$; $p \leq 0,001$; IC 95 %] y en seguridad [$\chi^2(3) = 45,093$; $p \leq 0,001$; IC 95 %]. La mayor parte de los ciudadanos consideran que la ciudad se encuentra bastante o muy preparada en aspectos relacionados con los alojamientos, sanidad y restauración. Para estos servicios se observan incrementos en las frecuencias entre los ciudadanos encuestados en 2009 y los encuestados en 2010. Sin embargo, en el caso de la preparación en instalaciones deportivas y transporte público la mayor parte de los tarraconeses perciben que la ciudad todavía está poco preparada, obteniendo frecuencias próximas en las dos muestras. Después, los aspectos relacionados con la preparación en los servicios de limpieza, los accesos desde el exterior y la seguridad, obtienen frecuencias superiores de ciudadanos para la segunda muestra que consideran que la ciudad está poco preparada, mientras que en la muestra de 2009 estas frecuencias son inferiores y la mayor parte de los ciudadanos opinan que la ciudad está bastante o muy preparada en estos aspectos (considerando la suma de los porcentajes de bastante y mucho).

Por último, al observar la *tabla 6* comprobamos como al aplicar la prueba T-student se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre las dos muestras tanto para el grado de coordinación percibido [$t(321) = 2,948$; $p \leq 0,001$] como para la percepción sobre el trabajo realizado por la candidatura

[$t(330) = 1,453$; $p \leq 0,001$]. La gran mayoría de ciudadanos considera que la coordinación entre las administraciones públicas de cara a conseguir los JJMM es buena o muy buena en los dos años, observándose un importante incremento en la media de la segunda muestra (3,50 en 2009 y 4,25 en 2010). De forma similar ocurre con los resultados obtenidos para la percepción sobre el trabajo realizado por la candidatura de Tarragona 2017, en los que se observa un importante crecimiento de la primera muestra con respecto a la segunda en la media (3,75 en 2009 y 4,27 en 2010), así como, en las frecuencias de ciudadanos que consideran bueno o muy bueno el trabajo realizado por el comité organizador.

Discusión y conclusiones

La acogida de grandes eventos deportivos reporta importantes beneficios socioeconómicos a las localidades que los acogen. Por esta razón, los países y las ciudades compiten entre sí para poder organizar estos acontecimientos deportivos y adoptan políticas deportivas nacionales en las que la acogida de grandes eventos deportivos es el principal objetivo (Gratton, Shibli, & Coleman, 2005). Sin embargo, para lograr el éxito en la organización de estos grandes eventos deportivos es esencial que los residentes de las ciudades en las que se acogen conozcan, apoyen y se sientan identificados con el evento deportivo en todas sus fases de organización, es decir, desde la presentación de la candidatura, planificación y ejecución, pasando por su celebración y su legado. En la actualidad este tipo de investigaciones sociales se están incorporando en las candidaturas a los eventos, ya que permiten complementar la información de la misma y conocer el respaldo de los ciudadanos para acoger la celebración del acontecimiento, algo que

Muestra	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Media (DT)	F	Sig.
Grado de coordinación de las administraciones públicas de cara a conseguir los JJMM								
2009	,6	3,5	45,0	46,8	4,1	3,50 (,663)	2,948	,000***
2010	0	1,3	7,2	56,6	34,9	4,25 (,643)		
Percepción sobre el trabajo realizado por la candidatura de Tarragona 2017								
2009	0	3,0	34,9	46,4	15,7	3,75 (,752)	1,453	,000***
2010	1,8	1,2	4,2	54,2	38,6	4,27 (,756)		
1 = Ninguno; 2 = Poco; 3 = Algo; 4 = Bastante; 5 = Mucho. *** $p \leq 0,001$.								

Tabla 6

Percepción sobre el grado de coordinación de las administraciones públicas y el trabajo realizado por la candidatura de Tarragona 2017 para conseguir los JJMM

está siendo exigido y valorado por las entidades que deben concederlos (Añó, Pablos, & Calabuig, 2009).

A partir de los resultados obtenidos en este estudio hay que destacar la evolución, con una clara tendencia positiva, que se observa en los datos de la segunda encuesta (2010) con respecto a los de la primera (2009), ya que en la segunda encuesta los ciudadanos mostraron un mayor grado de conocimiento y de identificación con la candidatura a los JJMM que en la primera encuesta. Esto podría estar asociado a la labor desempeñada por la candidatura, durante el período transcurrido entre las dos muestras, en su difusión en los medios de comunicación locales que, tal y como se observa en los resultados, son los que los ciudadanos destacan como los más relevantes respecto a la información recibida. Esta tendencia positiva coincide con lo detectado en el estudio de Casimiro y Añó (2006) en el que también se observó una evolución favorable en la población almeriense, aunque este estudio se realizó en los tres años previos al evento y después de su celebración por lo que la proximidad temporal del mismo facilita que los ciudadanos tengan un mayor conocimiento sobre el mismo. No obstante, aunque la evolución es positiva entre las dos muestras para la mayoría de aspectos, en algunos como el conocimiento sobre los países que pueden participar en este evento se observa cómo esta tendencia es menos favorable.

En cuanto al grado de conocimiento e información recibida sobre la presentación de este proyecto observamos como bastantes ciudadanos tienen poco o algún conocimiento sobre el mismo, detectándose un mayor grado de información y conocimiento sobre la candidatura en la muestra de 2010. Así, según los tarraconenses los medios de los que más información recibieron durante los años previos a la concesión del evento fueron la prensa y la televisión local, mientras de los que menos información recibieron fueron internet o los medios de ámbito autonómico y estatal.

Por otro lado, la gran mayoría de la población se mostraba bastante ilusionada con el proyecto para su ciudad, coincidiendo con una mayoría de ciudadanos que se identificaban bastante con la candidatura. Aunque en el grado de ilusión percibido por los ciudadanos las frecuencias son similares y con una tendencia positiva para las dos muestras (mayores frecuencias de bastante y mucha ilusión), en el caso del grado de identificación esta tendencia no es tan positiva aunque se observa una evolución favorable de un año a otro. Estos dos aspectos son bastante importantes porque resumen en gran

medida la predisposición de la población a participar y respaldar la candidatura. Estos resultados coinciden con los encontrados en el estudio de Casimiro y Añó (2006), ya que la población almeriense se mostró más ilusionada que identificada con los JJMM.

Tal y como observamos en los resultados los ciudadanos opinan que la ciudad se encuentra bastante o muy preparada para los aspectos relacionados con los alojamientos, la sanidad o la restauración. Sin embargo, no consideran que esta preparación sea óptima (ninguna/poca preparación) para aspectos relacionados con las instalaciones deportivas o el transporte público. En otros aspectos, como los accesos desde el exterior o los servicios de limpieza y seguridad, se observa una evolución negativa entre las dos encuestas, ya que los ciudadanos consideran que la ciudad se encontraba más preparada en el año 2009 que en el año 2010 en estas áreas.

Por otra parte, los ciudadanos mostraron su confianza y respaldo a la candidatura al considerar que la coordinación entre las administraciones públicas y el trabajo realizado de cara a conseguir los JJMM es bueno o muy bueno en los dos años, observándose una evolución positiva entre las dos encuestas. Este aspecto es importante porque es imprescindible una buena coordinación entre los organismos públicos y privados que deben financiar y defender el proyecto en todos los ámbitos. Estos resultados son similares a los proporcionados por Casimiro y Añó (2006) en los que también la mayoría de los almerienses consideraban como bueno o muy bueno este aspecto.

Este estudio nos muestra una tendencia positiva en la evolución, de un año a otro, de la mayoría de aspectos consultados sobre el grado de conocimiento e identificación de los tarraconenses con la candidatura a los JJMM, al mismo tiempo, que revela un importante nivel de conocimiento e identificación de la población con el proyecto. No obstante, hay que tener presente que las encuestas se han realizado en una de las primeras fases en la organización de un evento, en la que algunas de las tareas fundamentales consisten en recabar apoyos institucionales, promocionar y presentar la candidatura, sin olvidar el respaldo y el apoyo de la población, que está asociado al grado de conocimiento e identificación con el evento. Así, teniendo en cuenta que el evento ya ha sido concedido a Tarragona para la edición de 2017, sería conveniente seguir trabajando en los próximos años en la implicación y participación de la ciudadanía en la organización del mismo para lograr el máximo respaldo de la población de cara a ofrecer una buena imagen de la ciudad a nivel autonómico, nacional e internacional, aspectos que

redundarán a largo plazo en el beneficio social y económico para los residentes. Por este motivo, continuar con este tipo de estudios de carácter longitudinal permitiría conocer la evolución de las percepciones de la población sobre la identificación con el evento, y, así, tomar decisiones dirigidas a mejorar el respaldo social.

Referencias

- Añó, V. (2011). *La Organización de eventos y competiciones deportivas*. Valencia: Universitat de València.
- 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.
- Añó, V., Duclos, D., & Pablos, C. (2010). Percepción social del Gran Premio de Europa de Fórmula 1 entre los ciudadanos de Valencia. *Motricidad: Revista de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte* (25), 143-164.
- Añó, V., Pablos, C., & Calabuig, F. (2009). *Opinión de los tarraconenses sobre la candidatura a los Juegos Mediterráneos de 2017*. Valencia: Universitat de València.
- Baldock, A. L., Maes, M., & Buelens, M. (2011). The social impact of the Tour de France: Comparisons of residents' pre-and post-event perceptions. *European Sport Management Quarterly*, 11(2), 91-113. doi:10.1080/16184742.2011.559134
- 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), 229-248. doi:10.1080/14775080701736973
- Casimiro, A. J. & Añó, V. (2006). *Incidencia social de los Juegos Mediterráneos Almería 2005: estudio longitudinal desde el año 2002 hasta después del evento*. Almería: Universidad de Almería.
- 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., Deery, M., & Jago, L. (2005). *Host community perception of the impacts of the Australian Formula One Grand Prix in Melbourne: A comparison of resident reactions in 1999 with 2002*. Gold Coast, Australia: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428. doi:10.1016/j.tourman.2007.07.017
- Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2005). Sport and economic regeneration in cities. *Urban Studies*, 42(5-6), 985. doi:10.1080/00420980500107045
- Guala, A., & Turco, D. M. (2009). Resident perceptions of the 2006 Torino Olympic Games, 2002-2007. *Sport Management International Journal*, 5(2), 21-42.
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623. http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005
- Gursoy, D., Chi, C. G., Ai, J., & Chen, B. T. (2011). Temporal change in resident perceptions of a mega-event: The Beijing 2008 Olympic Games. *Tourism Geographies*, 13(2), 299-324. doi:10.1080/14616688.2010.529935
- 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, 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.org/10.1016/j.tourman.2003.09.013
- Lorde, T., Greenidge, D., & Devonish, D. (2011). Local resident's 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. doi:10.1016/j.tourman.2010.03.004
- Mihalik, J. B., & Simonetta, L. (1999). A midterm assessment of the host population's perceptions of the 1996 summer olympics: Support, attendance, benefits, and liabilities. *Journal of Travel Research*, 37(3), 244-248. doi:10.1177/004728759903700305
- Mules, T., & Dwyer, L. (2005). Public sector support for sport tourism events: The role of cost-benefit analysis. *Sport in Society*, 8(2), 338-355. doi:10.1080/17430430500087864
- Ohmann, S., Jones, I. & Wilkes, K. (2006). The perceived social impacts of the 2006 Football Cup on Munich residents. *Journal of Sports & Tourism*, 11(2), 129-152. doi:10.1080/14775080601155167
- 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, 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. doi:10.1080/14775080902965108
- Ritchie, J. R. B., & Aitken, C. E. (1984). Assessing the impacts of the 1988 Olympic Winter Games: The research program and initial results. *Journal of Travel Research*, 22(3), 17-25.
- Ritchie, J. R. B., & Aitken, C. E. (1985). Olympulse II-Evolving resident attitudes towards the 1988 Olympic Winter Games. *Journal of Travel Research*, 23(3), 28-33. doi:10.1177/004728758502300306
- Ritchie, J. R. B., & Lyons, M. (1990). Olympulse VI: A post-event assessment of resident reaction to the XV Olympic Winter Games. *Journal of Travel Research*, 28(3), 14-23. doi:10.1177/004728759002800303
- Soutar, G. N., & McLeod, P. B. (1993). Residents' perceptions on impact of the America's Cup. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 571-582. doi:10.1016/0160-7383(93)90010-Z
- 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
- 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
- Zhou, J. Y. (2010). Resident perceptions toward the impacts of the Macao Grand Prix. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 138-153. doi:10.1080/15470148.2010.485179
- 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. doi:10.1177/0047287508328792