

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

David Parra Camacho*, Amal Elasri Ejjaberi, Xavier María Triadó Ivern** y Pilar Aparicio Chueca****

ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN BENEFITS AND PERCEIVED COSTS AND RESIDENT SATISFACTION WITH HOLDING A SPORTING EVENT: MEDIATING EFFECT OF PERCEIVED VALUE

KEYWORDS: Perceptions, Residents, Benefits, Costs, Perceived value, Satisfaction, Sporting event

ABSTRACT: The aim of this study was to determine the relationship between the perceived benefits and costs by residents with the perceived value and overall satisfaction with holding the Barcelona World Race (BWR) event, as well as to contrast the mediating effect of perceived value between the benefits and costs and satisfaction. The research study includes a sample of 297 residents. The measuring instrument comprises 27 items that reflect the potential benefits and costs associated with the event, the perceived value and satisfaction with the event. A positive relationship between socioeconomic and sociocultural benefits and perceived value of BWR and a negative relationship between perceived costs and perceived value was observed, whereas this one is related positively with the overall satisfaction. The mediating effect of the perceived value was verified between the sociocultural perceived benefits and the general satisfaction with the host of the event, meanwhile it has a partial role between the perceived costs and the satisfaction.

Los eventos deportivos son actividades que suelen generar valor económico y contribuyen al desarrollo de las ciudades de acogida. A su vez, también pueden causar molestias e inconvenientes a los residentes de la ciudad que los alberga. Los estudios sobre los efectos económicos de estos acontecimientos han predominado en la investigación en esta área, aunque en los últimos años se han realizado aportaciones desde la perspectiva del impacto social (Añó, Calabuig, Ayora, Parra y Duclos, 2014; Parra, Añó, Calabuig y Ayora, 2016; Parra, Calabuig, Añó, Ayora y Núñez, 2014).

Algunos trabajos han demostrado la relación entre la percepción de los residentes sobre los impactos y la predisposición a apoyar la celebración de los eventos (e.g., Balduck, Maes y Buelens, 2011). Sin embargo, son escasas las aportaciones que analizan el efecto mediador que pueden ejercer algunas variables entre los impactos percibidos y la satisfacción general y el respaldo a los eventos. En este sentido, Prayag, Hosany, Nunkoo y Alders (2013) analizaron el efecto mediador de la actitud general de los residentes de Londres hacia los Juegos Olímpicos entre los impactos percibidos y el apoyo al evento. También, Kaplanidou et al. (2013) comprueba el efecto mediador de la satisfacción con la calidad de vida entre los impactos y el apoyo al Mundial de Fútbol en 2010. En el contexto español cabe destacar la aportación de Llopis y Gil (2011) que analiza el efecto mediador del valor percibido entre

los impactos percibidos sobre la Copa del América y la satisfacción de los residentes con la celebración del evento. No obstante, estos autores utilizaron regresiones lineales múltiples como método para comprobar el efecto de mediación.

En este estudio se analizó el impacto social de la Barcelona World Race (BWR) celebrada en 2015. La BWR es un evento deportivo de vela organizado por la Fundación de Navegación Oceánica de Barcelona que se celebra cada cuatro años, cuya primera edición se celebró en 2007/2008. El objetivo de este trabajo fue, por un lado, comprobar mediante modelos de ecuaciones estructurales las relaciones entre los beneficios y costes percibidos por los residentes, el valor percibido y la satisfacción general con la BWR; y, por otro lado, contrastar el efecto mediador del valor percibido entre los beneficios y los costes percibidos y la satisfacción.

Así pues, se comprobó la validación de nueve hipótesis (H): H1 - La percepción de los residentes sobre los beneficios socioeconómicos está relacionada positivamente con el valor percibido sobre la BWR; H2 - La percepción de los residentes sobre los beneficios en la imagen y el reconocimiento está relacionada positivamente con el valor percibido sobre la BWR; H3 - La percepción de los residentes sobre los beneficios socioculturales está relacionada positivamente con el valor percibido sobre la BWR; H4 - La percepción de los residentes sobre los costes está relacionada negativamente con el valor

Correspondencia: David Parra Camacho. Departamento de Educación Física y Deportiva. Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Universidad de Valencia. C/ Gascó Oliag, 3. 46010 Valencia (España). E-mail: David.parra-camacho@uv.es

* Departamento de Educación Física y Deportiva. Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte Universitat de València.

** Departamento de Empresa. Facultad de Economía y Empresa. Universitat de Barcelona.

Artículo invitado con revisión.

percibido sobre la BWR; H5 – El valor percibido está relacionado positivamente con la satisfacción general con la BWR; H6 - El valor percibido ejerce un efecto mediador entre los beneficios socioeconómicos y la satisfacción general con la BWR; H7 - El valor percibido ejerce un efecto mediador entre los beneficios en la imagen y el reconocimiento y la satisfacción general con la BWR.; H8 - El valor percibido ejerce un efecto mediador entre los beneficios socioculturales y la satisfacción general; e H9 - El valor percibido ejerce un efecto mediador entre los costes y la satisfacción general con la BWR.

Método

Participantes

En este estudio participaron 297 residentes de la ciudad de Barcelona con una edad media de 44.89 ($DE = 16.87$). El error muestral fue del 5% con un nivel de confianza del 95%, para residentes en Barcelona mayores de 18 años. Se utilizó un muestreo por conveniencia consistente con el llevado a cabo en otros trabajos en esta área, intentando lograr una muestra suficiente para que las principales variables sociodemográficas estuviesen representadas.

Instrumento

Se elaboró un cuestionario *ad hoc* compuesto por una escala de 23 ítems que recogían posibles beneficios y costes asociados a la celebración de la BWR. Los ítems fueron adaptados de estudios previos (Añó, Calabuig y Parra, 2012; Calabuig, Parra, Añó y Ayora, 2014; Parra et al., 2014; Parra y Duclos, 2013). También se incorporaron dos escalas de dos ítems cada una para conocer el valor percibido y la satisfacción con la celebración BWR adaptados de Llopis y Gil (2011). Todas las escalas fueron medidas en una escala de tipo Likert de cinco puntos.

Procedimiento

La muestra se recogió de forma aleatoria durante los meses que tuvo lugar la competición (enero-marzo de 2015) en las modalidades presencial y on-line. Antes de realizar la encuesta se preguntaba si eran residentes en Barcelona con la finalidad de descartar a los turistas o residentes temporales (menos de 6 meses). Finalmente en la modalidad presencial se recogieron 197 encuestas válidas y 100 a través de una plataforma online.

Análisis de datos

Se efectuó un análisis factorial confirmatorio (AFC) de la escala de beneficios, costes, valor percibido y satisfacción con la BWR mediante el programa para modelos de ecuaciones estructurales EQS 6.2. Para comprobar el ajuste global del modelo se utilizaron diversos índices de bondad de ajuste recomendados (Kline, 2005): el chi-cuadrado normalizado (χ^2/df ; < 5), el Error de Aproximación Cuadrático Medio (RMSEA; $< .80$), el Índice de Ajuste No Normalizado (NNFI; $> .90$), el Índice de Ajuste Comparado (CFI; $> .90$) y el Índice de Ajuste Incremental (IFI; $> .90$). Se comprobó la fiabilidad de la escala a través del alfa de Cronbach, la fiabilidad compuesta (FC) y la varianza media extraída (AVE).

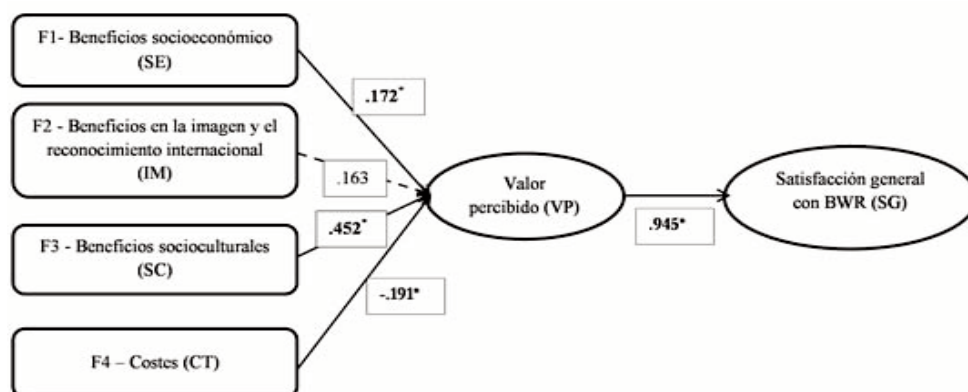
Resultados

Fiabilidad y validez de la escala de medida

En primer lugar se realizó un AFC con las tres dimensiones de beneficios percibidos, la de costes, la escala de valor percibido y la de satisfacción con la BWR. Se aplicó el método Robusto de Estimación de Máxima Verosimilitud con la finalidad de corregir la ausencia de normalidad multivariante detectada a través del coeficiente de Mardia que fue superior al valor de 5 (69.02).

El ajuste de la escala inicial no fue adecuado por lo que se realizaron diversas reespecificaciones. Se eliminaron seis ítems, reduciendo el modelo a 21 indicadores distribuidos en las siguientes dimensiones: beneficios socioeconómicos (4 ítems), beneficios en la imagen y el reconocimiento internacional (5 ítems), beneficios socioculturales (4 ítems), costes (4 ítems), valor percibido (2 ítems) y satisfacción (2 ítems). El ajuste de este modelo fue adecuado: $S-B\chi^2 = 330.87$; $gl = 174$; $\chi^2 = 383.26$; $\chi^2/gl = 2.21$; RMSEA = .061 (IC = .051-.060); NNFI = .90; CFI = .92; IFI = .92. Los indicadores de fiabilidad de la escala mostraron valores aceptables: entre .76 y .89 para el alfa de Cronbach, entre .77 y .90 para la FC y entre .46 y .74 para el AVE.

Para comprobar la validez convergente se observaron los valores de las cargas factoriales de los ítems que oscilaron entre .60 y .90, siendo significativas ($p < .05$) y superiores al punto de corte recomendado ($> .60$) por Kline (2005). También se comprobó que los valores t eran significativos, oscilando entre 6.33 y 17.64. Por último, para evaluar la validez discriminante



Nota: * $p < .05$.

Figura 1. Modelo de relaciones causales con mediación del valor percibido.

se comprobó que todas las correlaciones entre los factores fueron inferiores a .85 (Kline, 2005), cumpliéndose dicho criterio ya que oscilaron entre -.14 y .79. Asimismo, se comprobó que todas las correlaciones entre pares de factores eran inferiores a la raíz cuadrada del AVE.

Análisis del efecto mediador del valor percibido

Los índices de bondad de ajuste del modelo de relaciones causales de mediación cumplían con los requisitos mencionados en la literatura: $S-B\chi^2 = 339.02$; $\chi^2 = 393.98$; $gl = 178$; $\chi^2/gl = 2.21$; $RMSEA = .061$ (IC = .051-.071); $NNFI = .90$; $CFI = .92$; $IFI = .92$. En la Figura 1 podemos observar el modelo de mediación con la estimación de los coeficientes de los *path*. El modelo explicaba el 66% ($R^2 = .66$) del valor percibido y un 89% ($R^2 = .89$) de la satisfacción general de los residentes con la BWR. Los coeficientes estandarizados mostraron que tanto la percepción de los beneficios socioeconómicos ($\beta = .17$; $p < .05$) y socioculturales ($\beta = .45$; $p < .05$) como de los costes ($\beta = -.19$; $p < .05$) predecían significativamente el valor percibido del evento por los residentes. A su vez, el valor percibido ($\beta = .94$; $p < .05$) predecía de forma significativa la satisfacción general con la BWR.

Para comprobar el efecto mediador del valor percibido se siguieron los cuatro pasos expuestos por Baron y Kenny (1986) y la aplicación del Test de Sobel (1982). En la Tabla 1 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 las variables mediadora (valor percibido) y dependiente (satisfacción) deben estar relacionadas significativamente (paso 1 y 2); y cuando se introduce la variable mediadora la relación entre las variable independientes y la dependiente deben ser significativamente más reducidas (pasos 3 y 4).

La aplicación del test de Sobel permitió comprobar la existencia de un efecto de mediación completa del valor percibido entre la percepción sobre los beneficios socioculturales y la satisfacción con la BWR ($z = 3.29$; $p < .05$), mientras que se observó un efecto de mediación parcial del valor entre los costes percibidos y la satisfacción, aunque la aplicación del test de Sobel mostró que dicho efecto no era significativo ($z = 1.93$; $p > .05$).

Hipótesis	Efectos directos		Test mediación	
	Beta	t-valor	Beta	t-valor
H1	.17	2.04*		
H2	.18	1.75		
H3	.44	3.87**		
H4	-.20	-2.83**		
H5	.95	13.23**		
H6: Paso 1. Variables independientes – Variable dependiente				
Beneficios socioeconómicos(SE) – Satisfacción general(SG)			.09	.94
Beneficios en la imagen y el reconocimiento internacional (IM) – SG			.08	.72
Beneficios socioculturales(SC) – SG			.52	3.71**
Costes(C) – SG			-.27	-3.97**
H6: Paso 2. Variables independientes – Variable mediadora				
SE – Valor percibido (VP)			.21	2.39*
IM – VP			.19	1.78
SC – VP			.42	3.71**
C – VP			-.15	-2.00*
H6: Pasos 3 y 4. Variables independientes y variable mediadora – Variable dependiente				
SE – SG			-.11	-1.27
IM – SG			-.06	-.67
SC – SG			.12	1.05
C – SG			-.14	-2.25*
VP – SG			.92	7.02**

Nota: * $p < .05$.

Tabla 1. Resultados del modelo planteado y los test de mediación

Discusión y conclusiones

Los resultados permitieron confirmar la relación positiva entre los beneficios socioeconómicos y socioculturales percibidos por los residentes y el valor percibido de la BWR (H1 y H3), mientras que se observó una relación negativa entre los costes percibidos y el valor percibido del evento (H4). Asimismo, el valor percibido estaba relacionado positivamente con la satisfacción general de los residentes por la celebración de la BWR (H5). Por último, el valor percibido por los ciudadanos sobre la BWR ejerció un efecto mediador completo entre los beneficios socioculturales percibidos y la satisfacción general con la acogida del evento (H8), mientras que fue de carácter parcial entre los costes percibidos y la satisfacción (H9).

Los resultados de este estudio permiten constatar que los cambios en las percepciones de los residentes sobre los beneficios socioeconómicos y socioculturales y en los costes experimentados por la acogida de la BWR producen cambios significativos en el valor percibido del evento. Tal y como destacan Gallarza y Gil (2007), el valor percibido se caracteriza, entre otros aspectos, por ser analítico y sistemático, siendo dos componentes que están asociados con la teoría de intercambio social. Según esta teoría los

residentes evalúan de forma positiva o negativa la acogida de un evento deportivo en función del equilibrio o desequilibrio entre los beneficios y costes asociados al mismo.

Por otro lado, se comprobó que los constructos de valor percibido y satisfacción general con la celebración del evento estaban fuertemente relacionados, coincidiendo con lo destacado en algunos estudios previos en la gestión de servicios (Calabuig, Burillo, Crespo, Mundina y Gallardo, 2010; Gil, Berenguer, Gallarza y Moliner, 2004; Llopis y Gil, 2011).

También, en estudios previos se observó que determinadas variables (actitud hacia el evento o satisfacción con la calidad de vida) ejercían un efecto mediador entre la percepción de los residentes sobre los impactos y el apoyo a la celebración del evento (Kaplanidou et al., 2013; Prayag et al., 2013). En la línea con lo detectado mediante regresiones por Llopis y Gil (2011), en este estudio comprobamos que los cambios en la percepción de los residentes sobre los beneficios socioculturales y los costes derivados de la BWR influyen en el valor percibido y en la satisfacción del residente, estando en este último caso mediados por el valor. Los resultados permiten conocer a los organizadores cuáles son los aspectos en los que deben incidir para mejorar el valor percibido y la satisfacción del ciudadano con el evento.

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

PALABRAS CLAVE: Percepciones, Residentes, Beneficios, Costes, Valor percibido, Satisfacción, Evento deportivo.

RESUMEN: El objetivo de este estudio fue comprobar las relaciones entre los beneficios y los costes percibidos por los residentes con el valor percibido y la satisfacción general sobre la celebración de la Barcelona World Race, así como contrastar el efecto mediador del valor percibido entre los beneficios y los costes y la satisfacción. La muestra recogida para el estudio fue de 297 residentes. El instrumento de medida lo componen 27 ítems que recogen los posibles beneficios y costes asociados al evento, el valor percibido y la satisfacción con la celebración del evento. Se observó una relación positiva entre los beneficios socioeconómicos y socioculturales y el valor percibido de la BWR y una relación negativa entre los costes percibidos y el valor percibido, mientras que éste está relacionado positivamente con la satisfacción general. Se comprobó el efecto mediador del valor percibido entre los beneficios socioculturales percibidos y la satisfacción general con la acogida del evento, mientras que es de carácter parcial entre los costes percibidos y la satisfacción.

Referencias

- Añó, V., Calabuig, F., Ayora, D., Parra, D. y 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., Calabuig, F. y 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.
- Baldock, A. L., Maes, M. y Buelens, M. (2011). The social impact of the Tour de France: Comparisons of residents' pre-and post-event perceptions. *European Sport Management Quarterly*, 11(2), 91-113.
- Baron, R. M. y 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, 1173-1182.
- Calabuig, F., Burillo, P., Crespo, J., Mundina, J. J. y Gallardo, L. (2010). Satisfacción, calidad y valor percibido en espectadores de atletismo. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 10(40), 557-593.
- Calabuig, F., Parra, D., Añó, V. y Ayora, D. (2014). Análisis de la percepción de los residentes sobre el impacto cultural y deportivo de un gran premio de Fórmula 1. *Movimiento*, 20(1), 261-280.
- Gallarza, M. y Gil, I. (2007). La investigación conceptual sobre valor percibido en la experiencia turística. Propuesta de un modelo verbal gráfico. *Estudios Turísticos*, 174, 7-32.
- Gil, I. Berenguer, G., Gallarza, M. y Moliner, B. (2004). Calidad, satisfacción y valor de servicio. Una revisión. *Quaderns de treball*, 152, Universidad de Valencia.

- Kaplanidou, K., Karadakis, K., Gibson, H., Thapa, B., Walker, M., Geldenhuys, S. et al. (2013). Quality of Life, Event Impacts, and Mega-Event Support amongst South African Residents before and after the 2010 FIFA World Cup. *Journal of Travel Research*, 52(5), 631-645.
- Kline, R.B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling (2nd ed.)*. Nueva York: The Guilford Press.
- Llopis, M.P. y Gil, I. (2011). Un gran evento deportivo: perspectiva de los residentes de la ciudad de acogida. *Gran Tour*, 4, 32-61.
- Parra, D., Añó, V., Calabuig, F. y Ayora, D. (2016). Percepción de los residentes sobre el legado de la America's Cup. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 16(1), 309-322.
- Parra, D., Calabuig, F., Añó, V., Ayora, D. y Núñez, J.M. (2014). El impacto de un evento deportivo mediano: percepción de los residentes de la comunidad de acogida. *Retos. Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 26, 88-93.
- Parra, D. y Duclos, D. (2013). Percepción de los residentes sobre el impacto socioeconómico de un evento deportivo: análisis de segmentos y perfil del residente. *Journal of Sports Economics and Management*, 3(1), 4-32.
- Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R. y Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, 36, 629-640.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. En S. Leinhardt (Ed.), *Sociological Methodology*, pp. 290-312. Washington, DC: American Sociological Association.