

VNIVERSITAT Đ VALÈNCIA

() **Facultat de Ciències de l'Activitat Física i l'Esport**

**Programa de Doctorado 987-122 de Educación Física y
Deportiva**



**Impacto social del Gran Premio de Europa de
Fórmula Uno entre los residentes del municipio
de Valencia**

TESIS DOCTORAL

Presentada por: D. Daniel Duclos Bastías

Dirigida por: Dr. D. Vicente Año Sanz

VALENCIA, 2012

Dr. D. Vicente Añó Sanz, Profesor titular de la Universitat de València, adscrito al Departamento de Educación Física y Deportiva.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo, titulado “Impacto social del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno entre los residentes del municipio de Valencia”, ha sido realizado bajo su dirección en el Departamento de Educación Física y Deportiva de la Universitat de València, por Daniel Duclos Bastías, para optar al grado de Doctor en Ciencias de la Actividad Física y Deporte.

Habiéndose concluido, y reuniendo a su juicio las condiciones de originalidad y rigor científico necesarias, autorizan su presentación a fin de que pueda ser defendido ante el tribunal correspondiente.

Y para que así conste, expide y firma la presente certificación en Valencia el 24 de Julio de 2012.

Fdo: Vicente Añó Sanz

Para mis padres, Ximena y Cristián,
sin cuyo apoyo y empuje constante
nunca hubiese conseguido este objetivo.
Por ser dos personas fundamentales
en mi formación personal.

Para mi abuela Olga, una de las personas más importantes en mi vida, por todo lo que significas para mí y toda la familia.

Para Marta, mi compañera, a quien siento haber robado tiempo de nuestra relación, en este proceso formativo.

A Vicente, por su crítica, sabiduría y sobretodo por el tiempo dedicado a este pupilo, sin tu ayuda este trabajo nunca hubiera visto luz.

A todos quienes me acompañaron en esta experiencia en España, en especial a Paula y Jon por su apoyo y compañía en los momentos complicados.

ÍNDICE

Índice

1.- INTRODUCCIÓN _____	25
2.- EL ESTUDIO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS. ORIGEN Y CONCEPTUALIZACIÓN _____	33
2.1.- Aproximación al origen de la organización de los eventos y manifestaciones deportivas _____	33
2.1.1.- Conceptualización _____	33
2.1.2.- Grecia y Roma: primeras manifestaciones organizativas _	35
2.1.3.- El precedente medieval del deporte moderno _____	41
2.1.4.- La organización del deporte moderno _____	46
2.1.5.- La Fórmula Uno. De los grandes premios a los grandes circuitos urbanos _____	55
2.2.- Los Eventos Deportivos en la actualidad _____	61
2.3.- Modelos de organización de eventos deportivos _____	67
2.4- Áreas de organización de un evento deportivo _____	78
3.- EL IMPACTO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS _____	83
3.1.- El Impacto mediático de los grandes eventos _____	83
3.2.- El impacto socioeconómico los eventos deportivos _____	98
3.3.- La percepción social de los eventos deportivos _____	104
3.3.1.- Experiencia directa _____	106
3.3.2.- Interacción Social _____	107
3.3.3.- Medios de comunicación _____	108
3.4.- Estado actual sobre las investigaciones realizadas sobre el impacto y la percepción social de los grandes eventos deportivos	109
3.4.1.- Experiencias e investigaciones en el ámbito internacional _____	110
3.4.2.- Experiencias e investigaciones en el ámbito nacional ____	117

Índice

4. - METODOLOGÍA _____	123
4.1.- Objetivos de la investigación _____	124
4.2.- Muestreo _____	126
4.2.1.- Población objeto de estudio _____	127
4.2.2.- Muestra _____	128
4.2.3.- Características Sociodemográficas _____	130
4.3.- Instrumentos _____	133
4.3.1.- Características del Instrumento para la recogida de información _____	133
4.3.2.- Cuestionario _____	135
4.3.3.- Adaptación del cuestionario _____	136
4.3.4.-Estructura del cuestionario utilizado _____	141
4.4.-Procedimientos _____	144
4.4.1.-Trabajo de campo _____	144
4.4.2.- Cronología de trabajo _____	149
5. - RESULTADOS _____	155
5.1.- Análisis descriptivo de los datos _____	155
5.1.1.- Conocimiento e identificación con la Fórmula Uno _____	156
5.1.2.- Importancia e impacto del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia _____	158
5.1.3.- Beneficios de la celebración del Gran Premio de Fórmula Uno en Valencia _____	166
5.1.4.- Gestión y organización del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia _____	169
5.1.5.- Hábitos deportivos de los valencianos _____	172
5.2.- Análisis de las diferencias en función del sexo _____	179
5.2.1.- Conocimiento e identificación con la Fórmula Uno _____	180

5.2.2.- Importancia e impacto del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia _____	182
5.2.3.- Beneficios de la celebración del Gran Premio de Fórmula Uno en Valencia _____	188
5.2.4.- Gestión y organización del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia _____	190
5.2.5.- Hábitos deportivos de los habitantes de Valencia _____	193
5.3.- Análisis de diferencias en función de la edad _____	198
5.3.1.-Conocimiento e identificación con la Fórmula Uno _____	198
5.3.2.- Importancia e impacto del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia _____	201
5.3.3.- Beneficios de la celebración del Gran Premio de Fórmula Uno en Valencia _____	207
5.3.4.- Gestión y organización del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia _____	209
5.3.5.- Hábitos deportivos de los habitantes de Valencia _____	212
6.- DISCUSIÓN _____	221
6.1.- Los instrumentos utilizados en el estudio _____	222
6.2.- Conocimiento e identificación con la Fórmula Uno en relación con otros eventos deportivo _____	224
6.3.- Importancia e impacto del evento _____	227
6.4.- Implicación de los ciudadanos y beneficios que aporta la celebración del evento _____	231
6.5.- La Gestión y organización del evento _____	238
6.6- Los hábitos deportivos de los ciudadanos _____	240
6.7.- Resumen de los resultados generales _____	249
7.- CONCLUSIONES _____	259
7.1.- Grado de conocimiento que los ciudadanos tienen respecto al GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia _____	259

Índice

7.2.- Grado de satisfacción e identificación personal con la celebración del GP de Europa de Fórmula Uno en la ciudad_____	260
7.3.- Percepción los beneficios y beneficiarios de la celebración del GP de Europa de Fórmula Uno en Valencia _____	261
7.4.- Expectativas de los ciudadanos en diferentes ámbitos relacionados con el desarrollo del evento_____	262
7.5.- Aportaciones y contribuciones que puede hacer el GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia al deporte _____	263
7.6.- Información recibida de la Fórmula Uno _____	264
7.7.- Hábitos de práctica y consumo de deporte de la población _	264
7.8.- Futuras líneas de investigación _____	266
8.- REFERENCIAS_____	271
9. ANEXO _____	293

Índice de tablas

Tabla 2.1.- Áreas de Organización (Año 2011) _____	78
Tabla 4.1.- Distribución de la población de Valencia según edad y sexo _____	128
Tabla 4.2.- Distribución de la muestra por grupos de edad _____	129
Tabla 4.3.- Ficha técnica de la investigación _____	129
Tabla 4.4.- Distribución porcentual de los estudios completados por los encuestados _____	131
Tabla 4.5.- Distribución de la muestra según actividad principal ____	132
Tabla 4.6.- Número y porcentaje de personas en la categoría de Clase Social _____	132
Tabla 4.7.- Lista de ítems del cuestionario de Almería 2003 (UAL-COJMA 2004) y estado en relación con el cuestionario de Valencia 2009 (UIRFIDE 2009) _____	139
Tabla 4.8.- Continuación tabla 4.7 _____	140
Tabla 4.9.- Puntos de muestreo (Distritos) y rutas realizadas _____	147
Tabla 4.10.- Cronología del trabajo _____	151
Tabla 5.1.- Identificación del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como evento _____	156
Tabla 5.2.- Conocimiento sobre quienes participan en la Fórmula Uno _____	157
Tabla 5.3.- Conocimiento sobre países donde se celebran Grandes Premios de Fórmula Uno _____	158
Tabla 5.4.- Importancia social, deportiva y económica de la Fórmula Uno _____	159
Tabla 5.5.- Impacto local, autonómico, estatal e internacional de la Fórmula Uno _____	160

Índice de tablas y figuras

Tabla 5.6.- Grado de conocimiento y/o información del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia _____	161
Tabla 5.7.- Frecuencia con la que recibe noticias relacionadas con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia _____	162
Tabla 5.8.- Fuente y Cantidad de información recibida relacionada con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia _____	163
Tabla 5.9.- Ilusión personal por la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en Valencia _____	164
Tabla 5.10.- Grado de identificación de la sociedad valenciana con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno _____	165
Tabla 5.11. Grado en que puede beneficiar la Fórmula Uno a Valencia en distintos aspectos _____	167
Tabla 5.12.- Grado de beneficio con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de los principales grupos y colectivos de personas ____	168
Tabla 5.13.- Grado de dificultad que tiene la organización la Fórmula Uno en Valencia _____	169
Tabla 5.14.- Grado de preparación de la ciudad ante la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en distintos ámbitos _____	170
Tabla 5.15.- Grado de responsabilidad de grupos e instituciones en el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia ____	171
Tabla 5.16.- Grado de utilización del circuito después de la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia _____	172
Tabla 5.17.- Grado de interés personal por el deporte _____	173
Tabla 5.18.- Deportes y Actividad Física realizada por los habitantes de Valencia _____	174
Tabla 5.19.- Frecuencia de la práctica Deportiva y Actividad Física de los habitantes de Valencia _____	175
Tabla 5.20.- Tipo de instalación deportiva utilizada habitualmente por los habitantes de Valencia _____	176
Tabla 5.21.- Opinión sobre el pago por la práctica del deporte _____	177

Tabla 5.22.- Hábitos como espectador de deporte en directo y por televisión _____	178
Tabla 5.23.- Opinión sobre si es adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo _____	179
Tabla 5.24.- Opinión sobre si piensa asistir al Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia _____	179
Tabla 5.25.- Identificación del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como evento, según el sexo _____	180
Tabla 5.26.- Conocimiento sobre quienes participan en la Fórmula Uno según el sexo _____	181
Tabla 5.28.- Importancia social, deportiva y económica de la Fórmula Uno según sexo _____	183
Tabla 5.29.- Impacto local, autonómico, estatal e internacional de la Fórmula Uno según el sexo _____	183
Tabla 5.30.- Grado de conocimiento y/o información del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el sexo _____	184
Tabla 5.31.- Frecuencia con la que recibe noticias relacionadas con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el sexo _	185
Tabla 5.32.- Fuente y Cantidad de información recibida relacionada con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el sexo	186
Tabla 5.33.- Ilusión personal por la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en Valencia según el sexo _____	187
Tabla 5.34.- Grado de identificación de la sociedad Valenciana con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno según el sexo _____	187
Tabla 5.35.- Grado en que puede beneficiar la Fórmula Uno a Valencia en distintos aspectos según el sexo _____	188
Tabla 5.36.- Grado de beneficio con el Gran Premio de Fórmula Uno de los principales grupos y colectivos de personas según el sexo _____	189
Tabla 5.37.- Grado de dificultad que tiene la organización la Fórmula Uno en Valencia según el sexo _____	190

Índice de tablas y figuras

Tabla 5.38.- Grado de preparación de la ciudad ante la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en distintos ámbitos según el sexo _____	191
Tabla 5.39.- Grado de responsabilidad de grupos e instituciones en el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el sexo _____	192
Tabla 5.40.- Grado de utilización del circuito después de la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el sexo _____	193
Tabla 5.41.- Grado de interés personal por deporte de los habitantes de Valencia según el sexo _____	193
Tabla 5.42.- Deportes y Actividad Física realizada por los habitantes de Valencia según sexo _____	194
Tabla 5.43.- Frecuencia de la práctica Deportiva y Actividad Física de los habitantes de Valencia según el sexo _____	195
Tabla 5.44.- Tipo de instalación deportiva utilizada habitualmente por los habitantes de Valencia según el sexo _____	195
Tabla 5.45.- Opinión sobre el pago por la práctica del deporte según el sexo _____	196
Tabla 5.46.- Hábitos como espectador de deporte en directo y por televisión según el sexo _____	197
Tabla 5.47.- Opinión sobre de si es adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo según el sexo _____	197
Tabla 5.48.- Opinión sobre si piensa asistir al Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia según el sexo _____	198
Tabla 5.49.- Identificación del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como evento según el grupo de edad _____	199
Tabla 5.50.- Conocimiento sobre quienes participan en la Fórmula Uno según el grupo de edad _____	199
Tabla 5.51.- Conocimiento sobre países donde se celebran Grandes Premios de Fórmula Uno según el grupo de edad _____	200

Tabla 5.52.- Importancia social, deportiva y económica de la Fórmula Uno según el grupo de edad _____	201
Tabla 5.53.- Impacto local, autonómico, estatal e internacional de la Fórmula Uno según el grupo de edad _____	202
Tabla 5.54.- Grado de conocimiento y/o información del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad ____	203
Tabla 5.55.- Frecuencia con la que recibe noticias relacionadas con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad _____	204
Tabla 5.56.- Fuente y Cantidad de información recibida relacionada con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad _____	205
Tabla 5.57.- Ilusión personal por la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en Valencia según el grupo de edad _____	206
Tabla 5.58.- Grado de identificación de la sociedad Valenciana con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno según el grupo de edad ____	206
Tabla 5.59.- Grado en que puede beneficiar la Fórmula Uno a Valencia en distintos aspectos según el grupo de edad _____	207
Tabla 5.60.- Grado de beneficio con el Gran Premio de Fórmula Uno de los principales grupos y colectivos de personas según el grupo de edad _____	208
Tabla 5.61.- Grado de dificultad que tiene la organización de la Fórmula Uno en Valencia según el grupo de edad _____	209
Tabla 5.62.- Grado de preparación de la ciudad ante la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en distintos ámbitos según el grupo de edad _____	210
Tabla 5.63.- Grado de responsabilidad de grupos e instituciones en el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad _____	211
Tabla 5.64.- Grado de utilización del circuito después de la celebración del Gran Premio de Europa Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad _____	212

Índice de tablas y figuras

Tabla 5.65.- Grado de interés personal por el deporte según el grupo de edad _____	212
Tabla 5.66.- Deportes y Actividad Física realizada por los habitantes de Valencia según el grupo de edad _____	213
Tabla 5.67.- Frecuencia de la práctica Deportiva y Actividad Física de los habitantes de Valencia según el grupo de edad _____	214
Tabla 5.68.- Tipo de instalación deportiva que utiliza habitualmente los habitantes de Valencia según el grupo de edad _____	215
Tabla 5.69.- Opinión sobre el pago por la práctica del deporte según el grupo de edad _____	216
Tabla 5.70.- Hábitos como espectador de deporte en directo y por televisión según el grupo de edad _____	216
Tabla 5.71.- Opinión sobre si es adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo según el grupo de edad _____	217
Tabla 5.72.- Opinión sobre si piensa asistir al Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad _____	217
Tabla 6.1.- Resumen de los resultados de la muestra encuestada _____	249
Tabla 6.2.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de hombres _____	250
Tabla 6.3.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de mujeres _____	251
Tabla 6.4.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de edad comprendida entre 15 y 24 años _____	252
Tabla 6.5.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de edad comprendida entre 25 y 34 años _____	253
Tabla 6.6.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de edad comprendida entre 35 y 49 años _____	254
Tabla 6.7.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de edad comprendida entre 50 y 65 años _____	255

Índice de figuras

Figura 2.1.- Fases de organización de un evento deportivo. (Boquera 2007) _____	68
Figura 2.2.- Organigrama basado en Konntz, O`Donnell y Weihrich (1985) _____	70
Figura 2.3.- Organigrama del Comité Organizador Campeonato del Mundo de Atletismo Sevilla 1999 _____	74
Figura 2.4.- Organigrama del Comité Olímpico Organizador Barcelona del año 1987 (Fuente: COOB 92) _____	75
Figura 2.5.- Organigrama del Comité Organizador Juegos Mediterráneos de Almería 2005 (Fuente: COJMA 2005) _____	76
Figura 2.6.- Organigrama del Comité Organizador de la Copa del Mundo de Fútbol FIFA de Alemania 2006 (Fuente: FIFA) _____	76
Figura 2.7.- Organigrama del Comité Organizador de los JJ.OO de Río de Janeiro 2016 (Fuente: rio2016.org) _____	77
Figura 3.1.- Gráfico comparativo. Evolución de la penetración de Medios (Fuente: EGM 2011) _____	85
Figura 3.2.- Gráfico del ranking de lectores de los principales Medios impresos deportivos (Fuente: EGM 2011) _____	93
Figura 4.1.- Gráfico de la distribución porcentual del estado civil de la muestra analizada _____	130
Figura 4.2.- Mapa ilustrativo de la organización por distritos del municipio de Valencia. (Fuente: Ayto. de Valencia) _____	145
Figura 4.3.- Plano que ilustra la ruta realizada en el Distrito número 14 Benimaclet (Fuente: Googlemaps) _____	149

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

1.- INTRODUCCIÓN

“...supongamos que en la cima de la montaña de que acabo de hablar, en el centro del poblado, se instala un espectáculo fijo y poco costoso, so pretexto, por ejemplo, de ofrecer un esparcimiento decente a un vecindario siempre activo y en condiciones de soportar ese pequeño gasto; supongamos también que ellos toman el gusto al referido espectáculo, y veamos las inevitables consecuencias de su instalación... relajación en el trabajo: Primer perjuicio...Aumento del gasto: Segundo perjuicio...Disminución en las ventas: Tercer perjuicio...Institución de impuestos: Cuarto perjuicio...Introducción del lujo: Quinto perjuicio...”

Jean Jaques Rousseau (1712-1778)

El deporte en su vertiente espectacular se ha ofrecido como medio de entretenimiento en el tiempo de ocio a lo largo de la historia. Hoy en las sociedades contemporáneas se ha consolidado como fenómeno cultural característico. En cinco décadas el posicionamiento global del deporte espectáculo ha sido inminente, lo cual ha sido posibilitado en gran medida por la irrupción de la televisión en directo. Además el creciente atractivo por parte de las ciudades de acoger grandes eventos deportivos a menudo se convierte en una feroz competencia entre estas por hacerse con los derechos de organización de este

tipo de acontecimientos de una edición, como los Juegos Olímpicos o la Copa del Mundo de Fútbol, y en menor medida otros eventos con concesiones por un determinado número de años, tal y como sucede con los masters de tenis o los grandes premios de Motociclismo o de Automovilismo. Este interés, evidentemente pasa en general por una cuestión económica y en particular por la promoción del turismo y oportunidades de empleo.

En este sentido, es vital la consideración todos los impactos, tanto positivos y negativos, y los efectos que los eventos deportivos tiene sobre los residentes de las comunidades que los albergan. Hay dos razones principales para ello. En primer lugar, es una obligación moral para los gobiernos locales y autonómicos garantizar que sus decisiones no afecten negativamente a la comunidades que representan, la segunda tiene relación con la percepción de los impactos negativos de los residentes locales, los cuales puede tener consecuencias negativas para el éxito comercial del evento y su contribución al atractivo de la ciudad como destino turístico. Si los residentes locales perciben que su calidad de la vida tiende a ser menor debido a los impactos de un evento, esto puede afectar las interacciones con los turistas, reducir el apoyo a los promotores turísticos (del evento), aminorar el apoyo favorable del “boca a boca”, e incluso tal vez dar lugar manifestaciones de protesta y acciones legales (Pearce, Moscardó y Ross, 1996).

La medición objetiva de la percepción del impacto de los eventos deportivos, es un área de investigación importante, que contribuye significativamente a la mejora de la planificación y la gestión de eventos en el futuro.

En el contexto local, la ciudad de Valencia en los últimos años, ha albergado la 32ª y 33ª edición de la Copa América de Vela, además del Campeonato del Mundo IAAF de Atletismo en Pista Cubierta en 2008. Desde 1999 (hasta 2016) en el circuito Ricardo Tormo (Cheste) se organiza el Gran Premio del Mundial de Motociclismo y desde el año 2008 hasta el 2015 se lleva a cabo el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en el circuito urbano emplazado en la zona de la marina de la ciudad, como también cabe señalar la celebración de dos Copas del Rey de Fútbol y el Open 500 de Tenis que este año alberga su cuarta edición. Incluso se planteó la idea de organizar unos inéditos Juegos Europeos, proyecto que nunca llegó a realizarse.

El presente trabajo tiene como fin analizar la percepción que los ciudadanos de Valencia tienen sobre la realización del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en la ciudad: conocimientos, intereses, actitudes, comportamientos y expectativa de dicha población, con respecto a este evento deportivo. Y ha seguido las directrices fijadas por el estudio titulado «Conocimiento e identificación con los Juegos Mediterráneos por parte de la población de Almería y provincia. Evolución durante los 4 años

anteriores al evento», llevado a cabo en Almería por un equipo de investigadores de la Universidad de Almería y el Comité Organizador de los XV Juegos Mediterráneos Almería 2005, dirigido por los doctores Antonio Casimiro (UAL) y Vicente Añó (UVEG y Consejero Delegados de los Juegos).

La estructura de la tesis doctoral se compone de un marco teórico formado por dos capítulos. En el primero de estos, se realiza una presentación sobre los eventos deportivos, abordando el tema desde una panorámica general. Iniciándose con una revisión de la conceptualización del tema, siguiendo con un breve repaso de las primeras manifestaciones de características deportivas que se registran en las sociedades antiguas, y que luego se suceden en el Medievo, y acaba con la revisión de los elementos que dan origen al nacimiento del deporte contemporáneo. A continuación, el marco teórico concluye con un segundo capítulo en el cual se realiza una revisión de los diferentes modelos, niveles y áreas de la organización de eventos deportivos que hoy conocemos. Luego, se realiza un análisis del impacto de los eventos deportivos en los Medios de comunicación, posteriormente acometemos la repercusión socioeconómica que tiene este tipo de acontecimientos, continuando con la revisión de los aspectos relevantes de la teoría de representación social, la cual explica cómo se forma la percepción en las personas, y para finalizar realizaremos un repaso de la literatura actual referida a la percepción e impacto

social de los eventos deportivos, para conocer el estado en que se encuentra hoy esta línea investigativa.

En el cuarto capítulo se describe el enfoque metodológico utilizado en la investigación, donde se detalla el muestreo, los instrumentos, procedimientos y por último el tratamiento y análisis de los datos obtenidos.

En el quinto capítulo se presentan los resultados. En primer lugar se ofrece el análisis descriptivo de los datos obtenidos, para luego profundizar en el análisis de las diferencias entre grupos por el sexo y la edad.

En el sexto capítulo se realiza una discusión de los resultados obtenidos, para analizarlos y compararlos con otros estudios e investigaciones llevadas a cabo.

En el séptimo capítulo, se ofrecen las conclusiones del estudio respondiendo a los objetivos específicos planteados en el cuarto capítulo y por último se proponen las futuras líneas de investigación.

CAPÍTULO II

EL ESTUDIO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS. ORIGEN Y CONCEPTUALIZACIÓN

2.- EL ESTUDIO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS. ORIGEN Y CONCEPTUALIZACIÓN

Este capítulo ofrece una panorámica general sobre los eventos deportivos en la sociedad actual. Se inicia con un breve repaso de las primeras manifestaciones de características deportivas que se registran en las sociedades antiguas, y que luego se suceden en el Medievo, transformándose en precedente del nacimiento del deporte contemporáneo a partir de la revolución industrial (Ullman, 1977; Mandell, 2006). Finalizaremos con una completa revisión de los diferentes modelos, niveles y áreas de la organización de eventos deportivos que hoy se conocen.

2.1.- Aproximación al origen de la organización de los eventos y manifestaciones deportivas

El siguiente apartado revisaremos algunas conceptualizaciones entorno a los eventos o acontecimientos deportivos, y a continuación una revisión de los precedentes históricos de lo que hoy conocemos como la organización de eventos deportivos.

2.1.1.- Conceptualización

Aunque no es nuestra intención hacer una revisión exhaustiva del concepto deporte, es necesario intentar aproximarnos al

2. Los eventos deportivos

significado que en la actualidad tiene en nuestra sociedad, así como su visión como bien que debe ser disfrutado por todos y aporta valores. Piernavieja (1967) en su libro «De puerto, Deportare. Protohistoria de una palabra» parte del significado etimológico divertirse o regocijarse del latín *deportare*. Mientras que la Real Academia de la Lengua Española (RAE) además de incluir esta acepción sugiere las siguientes:

- Deporte:
 1. m. Actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas.
 2. m. Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre.

Otros dos conceptos que nos atañen en esta investigación: acontecimiento y evento, la RAE sugiere las siguientes definiciones.

- Acontecimiento:
 1. m. Hecho o suceso, especialmente cuando reviste cierta importancia.
- Evento (del latín *evento*):
 1. m. acaecimiento.
 2. m. Eventualidad, hecho imprevisto, o que puede acaecer.

3. m. Cuba, El Salv., Méx., Perú, Ur. y Ven. Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva.

Una vez revisadas estas conceptualizaciones, las cuales se repetirán en varias ocasiones a lo largo de este marco teórico, también resulta interesante indicar que Diem (1966) señala que en las culturas primitivas el ejercicio corporal pasó a formar parte del culto, ya que a través de este entraban en comunicación con poderes superiores. En esta misma línea el autor Huizinga (1954) en su obra «Homo Ludens» describe la presencia de manifestaciones socioculturales existentes en las primeras civilizaciones que se caracterizaban por tener un marcado matiz religioso, a las cuales denominó como juegos sacros.

El apogeo de estas manifestaciones se produce en la cultura romana y, especialmente, en la cultura helénica, cuna de los Juegos Olímpicos, que se establecen con el objetivo de homenajear a sus Dioses.

2.1.2.- Grecia y Roma: primeras manifestaciones organizativas

A diferencia de los antiguos griegos, los romanos motivados por una vida más terrenal y escasa de valores simbólico-religiosos, establecen como forma de vida el denominado en latín como *“panem et circenses”* (pan y circo), el espectáculo era lo que el

2. Los eventos deportivos

público espectador pedía al Estado. Estos elementos constituían un fundamento de existencia en esta sociedad antigua.

Del sistema organizativo empleado en aquella época, destaca el de los juegos gladiadores, de los cuales se sabe que tenían escasa regulación y que contaban con gran expansión geográfica. Además, según lo señalado por Año (2003), la entrada era libre sin siquiera contar con algún tipo de control, además contaban con escaso personal en tareas de organización, y los costes eran asumidos por el “Editor”, un noble romano que cumplía el rol de organizador de estos juegos. Estas primeras manifestaciones llegaron a ser establecidas como oficiales por el Senado romano hacia el año 105 a.C. a las que llamaron “munera” o “munus”, que significa función (Rodríguez, 2003). La categoría, el nivel de los gladiadores y número de participantes variaban en función del presupuesto que el Editor dispusiera.

Otra figura destacada, era el “Lanista”, que era el representante y dueño de los gladiadores que participaban en los combates.

Además de los juegos gladiadores, la otra modalidad de juegos que se celebraban, eran las carreras de carros, que también eran gratuitos, y se sostenían gracias a las “facciones”, que vendrían siendo los clubes de la época, los cuales se identificaban con colores y eran poseedores de las cuadras de caballos, lo cual era un privilegio que pocos se podían dar en aquella época dada su costosa mantención.

La organización de las carreras contaba, a diferencia de los juegos gladiadores, con mayor número de personas, principalmente por la cantidad de vuelcos y la necesidad de la limpieza de las extensas pistas (de rectas de 400 metros). Lo cual da a entender que contaban con un mayor nivel organizativo dadas las características particulares de esta actividad.

En Roma al final de la república, los “ludis”, ya se habían convertido en un fenómeno político y social de primera magnitud, llegando a constituirse en un derecho popular asumido por el Estado. Dos factores lo posibilitan, a saber: la abundante indigencia existente en la ciudad y la importancia que los gobernantes otorgaban al apoyo popular.

Los espectáculos contribuyeron a la distracción y contento de la plebe, motivada por el obsequio de substanciosos regalos y de raciones de comida. Consecuentemente, sus promotores alcanzaban tan alto prestigio social que se valían de ello para la obtención del voto popular y acceso a las más altas magistraturas del Estado.

El auge de este tipo actividades era tal, que llevó a Roma a organizar “naumaquias” o luchas navales que se desarrollaban en el anfiteatro, sin embargo, la dificultad de organización que implicaban y a sus elevados costes, eran celebrados en pocas ocasiones (Añó, 2003).

2. Los eventos deportivos

En Roma, podemos destacar elementos inherentes a los eventos deportivos modernos como son: espectáculo, espectadores y la competición.

En tanto, en Grecia, la educación física y la práctica deportiva tuvieron una arraigada implantación en el sistema educativo y, en general, en toda la vida de los ciudadanos, a partir de la creencia de que se concebía la práctica de ejercicios corporales como un medio de adquirir y mantener no sólo la salud física sino también el equilibrio mental, incluso de desarrollar y pulir las cualidades morales de las personas.

En esta sociedad por encima de otros valores está el agón, la competición. El ideal, que se extiende a todos los órdenes de la vida, es ser el mejor y distinguirse de los demás. La recompensa es la “aristeia”, la excelencia física e intelectual, y, sobretodo, la gloria, el reconocimiento público, la fama imperecedera que concede la inmortalidad. Estos ideales sirvieron de enseñanza a generaciones de hombres que se educaron en este espíritu agonal. La competición se extendió desde el campo de batalla al ámbito social, político, intelectual y deportivo.

El mito construye modelos de comportamiento socialmente aprobados, dioses y héroes encarnan la perfección física e intelectual y sus acciones están siempre regidas por el espíritu agonal, en cuyo honor se celebran las competiciones deportivas, que representan los ideales atléticos y deportivos.

Los juegos atléticos griegos, se distinguen por contar con gran cantidad de personas a cargo de tareas determinadas en la organización. A diferencia de los romanos, los griegos en su época clásica contaban con la celebración de gran variedad de pruebas como: lanzamientos, carreras y lucha. La participación estaba limitada exclusivamente a los ciudadanos griegos libres de cualquier carga judicial y que previamente se habían inscrito al gimnasio de Eli, donde entrenaban durante un mes para ser seleccionados por los Helladonics (jueces), donde además de sus características atléticas, su belleza física era fundamental en el caso de los Juegos olímpicos (Rodríguez, 2003). Según describe Durántez (2008), entre el público asistente a los Juegos de Olimpia, se podían encontrar personajes de la talla de Platón, Tales de Mileto, Diógenes, Píndaro, Simónides, Demóstenes, Pitágoras y Anaxágoras entre otros. Agrega que estos Juegos contaban con una fuerte carga ceremonial.

Durántez (2008) agrega, que la escenificación del complejo ceremonial olímpico participa en su apariencia externa de todo el profundo significado y la vistosa solemnidad de un rito religioso. Por ello una serie de aspectos en la organización son la existencia de: símbolos, emblemas, lista de participantes, el Juramento Olímpico, la clasificación de deportistas, el anuncio de vencedores el día después de su victoria mediante una ceremonia, y el reglamento de sanciones que podían ser deportivas, económicas y políticas.

2. Los eventos deportivos

Desde una perspectiva jerárquica la cúpula de la organización estaba compuesta por: Senado Olímpico, Teócoles (sacerdotes) y Helladónicas, de los cuales dependían los cargos inferiores que a continuación revisaremos.

Tal y como mencionamos anteriormente, los Juegos disponían de un numeroso personal a cargo de tareas específicas durante los 5 ó 6 días en que se desarrollaban. De algunas de estas funciones destacan los guardianes cumplidores de normas, ejecutores de castigos físicos, Heraldos que comunicaban el acontecimiento, incluso disponían de personal exclusivo para cortar ramas de olivo y confeccionar las coronas de los vencedores.

Además de este personal de organización directa, Añó (2003), añade la existencia de personal de servicio donde se incluyen arquitectos, escultores, pintores, carpinteros, médicos, cocineros y personal de seguridad. Como también personas encargadas de realizar funciones religiosas, musicales, rituales, informativas y protocolarias.

Para Añó (2003), la conjunción de los cuatro factores antes mencionados: las instalaciones, el presupuesto, la normativa y el personal, nos llevan a la afirmación de que los Juegos Atléticos griegos o al menos los Juegos Olímpicos fueron precedentes del sistema organizativo actual de eventos deportivos, de hecho, Pierre de Coubertin recogió buena parte de sus planteamientos adaptándolos al siglo XX.

Tras la edad de oro en Grecia y Roma, los espectáculos precedentes al deporte prácticamente desaparecieron, producto de la instauración de un periodo marcado por las guerras y las invasiones bárbaras lo cual relegó al deporte a un escaso valor social. Junto con esto, el pensamiento propio del cristianismo se encarnó en la figura del caballero y el santo, surgen los torneos, justas, partidos de pelota, cacerías y otro tipo de juegos competitivos y belicosos.

2.1.3.- El precedente medieval del deporte moderno

Durante la Edad Media la inestabilidad política viene acompañada por una economía precaria, lo cual provoca la desaparición del comercio y la artesanía. En lo social, las condiciones de vida eran muy miserables para muchos, y sólo unos pocos son la clase dominante y dueña de la tierra, además de esto la iglesia como institución rectora, se opone a la práctica deportiva. Estas características repercutieron de forma negativa en la sociedad medieval lo cual se tradujo en la escases de actividades de ocio y esparcimiento, la desaparición del deporte atlético y el regreso del entrenamiento físico para la guerra. Con esto, las actividades deportivas perdieron el valor espiritual y formador que se caracterizaba en la cultura helénica, sólo la Aristocracia tenía la posibilidad de participar o asistir a determinados actos donde se ponía a prueba la destreza y la habilidad física, como los torneos, la caza y la pesca.

2. Los eventos deportivos

Entre los juegos más populares podemos destacar el de la “palma”, que tenía un modo de juego variable según el lugar donde se practicara (carecía de reglas establecidas), lo mismo ocurría con las características del terreno donde se jugara, el cual se dividía en dos campos de dimensiones o dificultades diferentes, por lo que siempre había un campo más ventajoso que el otro. Los campos estaban limitados por líneas. El juego consistía en mantener el campo ventajoso el mayor tiempo posible o intentar pasar a este campo, consiguiendo una o dos “cazas” o puntos, los cuales se obtenían golpeando la pelota con la mano, o con algo parecido a una raqueta, lanzándola a un sitio determinado del campo contrario o fallar en la recepción de esta. La palma contaba con gran arraigo social, tanto así que su práctica estaba prohibida por decreto a los clérigos. Se puede considerar este juego como antecesor del actual tenis o de la pelota valenciana o vasca.

Por otra parte cabe mencionar un juego llamado en Francia “la soule” o en Italia “calcio”, que como el juego de la “palma”, se jugaba de distintas maneras. Básicamente se trataba de la confrontación entre dos equipos conformados por un número determinado de jugadores, donde cada equipo tiene como objetivo llevar la pelota un punto a otro del terreno de juego (variable) con o sin la ayuda de palos o mazos. Algunos historiadores como Gillet (1971) y Mandell (2006) sugieren que haya precedido al hockey o incluso al rugby y al fútbol.

Los torneos son acontecimientos deportivos destacados en la Edad Media que van a tener un marcado matiz aristócrata y elitista. El Torneo consiste en la realización de batallas bélicas reales (Baja Edad Media), o posteriormente, simuladas como consecuencia de la reglamentación y deportivización de la actividad (Alta Edad Media), y se llevaba a cabo en un espacio y tiempo determinado. Tal y como describe Flori (2001), el público que frecuentaba estos acontecimientos debía pasar por un filtro de linaje, a tal punto que se sabe que en la Alemania del siglo XIII, sólo podían entrar en ella quienes tienen cuatro parientes nobles en cada linaje (paterno y materno). Sin embargo, según señala Salvador (2004) dentro de sus promotores no se encontraban ningún rey, ya que no parecía decente que los representantes de Dios, tomarán parte en estas diversiones condenadas por la Iglesia. Desde un ámbito organizativo, agrega este autor, como promotor delegado podía haber algún príncipe (autorizado por su padre), representando el papel de la juventud o también algún duque o conde. Duby (1973) se aventura a verlos como componentes de un club o asociación de fomento del torneo, en quienes recaían funciones de mantenimiento y preparación. A su vez, actuaban como mecenas de las caballerías que participaban portando sus símbolos como pendones y banderas. Las caballerías estaban constituidas principalmente por jóvenes en busca de fama y reconocimiento. También dentro de los participantes, en menor medida, se podían encontrar a

2. Los eventos deportivos

barones, que eran los únicos que estaban casados (instalados) y actuaban por simple diversión. Según afirma Salvador (2004), en sus orígenes la finalidad de los torneos estaba dirigida al control de una peligrosa juventud armada y con pretensiones. Otro aspecto destacable es la figura del “Heraldo”, que realizaban funciones de publicidad y de presentación de los caballeros que combatían, así como también de anunciar las diferentes fases del combate, estos mismo personajes a veces se transformaban en jueces y árbitros, antes de que se forme una verdadera institución profesional, de oficiales de armas, con su jerarquía a quienes se encargaban de redactar los estatutos de las órdenes de la caballería y que registrar los hechos de armas de sus miembros. De este modo contribuyen a la difusión de la ética caballeresca dentro de la sociedad aristócrata. La evolución del torneo lo transforma en un verdadero espectáculo, por algunos de los aspectos mencionados con anterioridad, esto sumado a que con el tiempo la visibilidad del público asistente iba mejorando lo cual lo hacía más comprensible y participativo. En la Alta Edad Media la mujer comienza a asistir entre el público espectador, lo que contribuye a fomentar la nueva vida social que se comienza a crear en Europa.

También, en la Edad Media se conocieron las “justas”, las cuales implicaban menor gasto económico que los torneos y donde se arriesgaban menos vidas. La justa consiste en el enfrentamiento de dos caballeros armados y montados a caballo que se ubican

sobre los extremos de una larga tela tendida en el suelo y que al sonido de trompeta inician una carrera para encontrarse y embestirse uno con otro con una lanza. A diferencia de los torneos, en las justas los caballeros podían demostrar sus capacidades de forma individual y su afán por el valor. Tenía derecho a premio el caballero que realizase el mejor golpe con la lanza, quien rompiera más lanzas en un día o quien permaneciese más tiempo montado a caballo. Al igual que los torneos la justa evoluciona reglamentariamente haciéndose más deportiva y vistosa para el público, tanto es así que en la Alta Edad Media, se utilizó un sistema de puntuación precisa similar al del boxeo actual. Desde un punto de vista organizativo, como resalta Salvador (2004), un aspecto muy destacable de esta actividad es que las justas fueron motivo de cierto agrupamiento de justadores, en lo que podríamos ver un precedente de lo que serían hoy en día los clubes deportivos.

Como hemos constatado en este apartado, las manifestaciones “deportivas” presentes en la Edad Media, gozaban de gran popularidad. Podemos distinguir varios elementos, entre los que destacamos, la existencia de una práctica masiva y otra más elitista. En ambos casos y como consecuencia de la gran relevancia alcanzada, se ve la necesidad de unificar criterios de juego, lo cual queda de manifiesto en la continua evolución de sus reglamentos, los cuales, como hemos podido constatar en la literatura consultada, son orientados a la protección la integridad

física y la vistosidad del juego (espectáculo). Además de esto, el interés social, representado en la gran afluencia de público espectador, lo que permite el surgimiento de agrupaciones de jugadores o de caballeros, sumado al interés que las autoridades rectoras de la época asumen sobre la actividad, podemos decir que estamos en el preámbulo del nacimiento del deporte moderno como organización.

2.1.4.- La organización del deporte moderno

Para analizar el nacimiento del deporte moderno como organización, debemos hacer una detención obligada en la Inglaterra del siglo XVIII y XIX, repasando las claves históricas que favorecieron el salto organizativo de lo que denominamos antes como deporte medieval, a las formas y estructuras que dan soporte al deporte en la actualidad.

Hacia la primera mitad del siglo XIX, en Inglaterra, un profesor llamado Thomas Arnold, quien dirigía el colegio principal del municipio de Rugby (1828 a 1842), introduce el deporte en la escuela, lo cual repercutiría positivamente en el alumnado. Con esto estableció, para su entender, una relación funcional entre la práctica del deporte y la entereza del carácter del ser humano. Él creía, y quizá tenía toda la razón, que la práctica de un deporte, ayudaba a formar el carácter, y que la adquisición de conocimientos en un colegio era muy importante, pero que más lo era formar el carácter de los alumnos; y para formarlo, el

mejor método era la práctica del deporte: un deporte en el que tuvieran que comportarse de un modo compatible a un marco de referencia ético, moral, bastante claro. El deporte practicado era una mezcla entre el fútbol y el rugby, el cual se comenzó a multiplicar entre los colegios públicos y municipios vecinos. Los cronistas de la época comentan que en cada colegio existían sus propias reglas, unos jugaban con las manos, otros con los pies, con o sin tacles, fuera de juego, ...

No tardó en haber discrepancias entre los alumnos de los colegios que jugaban de una u otra forma, tal hecho resultó determinante, ya que gatilló el establecimiento de dos reglamentos independientes y por consecuencia el nacimiento del fútbol y el rugby. Este último adopta ese nombre en referencia a la localidad de Rugby próxima Oxford. Con esto, nacieron los primeros clubes y aprovechando el contexto histórico de la revolución industrial, y en especial el hecho de que Inglaterra se encontraba en expansión de su red de ferrocarriles, lo que posibilitó difundir el deporte por todo el territorio inglés fomentando la competición y la convivencia (Mandell 2006). En 1863 se funda la Football Association y en 1871 la Rugby Union marcando un hito para el asociacionismo deportivo. Apoyándonos en Diem (1966), Gillet (1971), Añó (2003), Salvador (2004) y Mandell (2006) la consecución de todos estos hechos históricos establecen el nacimiento del deporte moderno. Esto hace posible que se inicie un proceso de expansión del deporte, primero hacía

2. Los eventos deportivos

las colonias británicas repartidas por todo el mapa, y luego por los trabajadores de firmas inglesas, asentadas en diversos países. Esto facilitó que además del fútbol y el rugby, otros deportes como el atletismo, hockey, remo, boxeo y el tenis lograran ser introducidos en otras esferas sociales y popularizarse.

La evolución del deporte desde Europa hacia el resto del mundo, a raíz de lo acontecido en Inglaterra, es liderada por la figura de Pierre de Fredy, Barón de Coubertin. Un apasionado por el olimpismo, a quien Salvador (2004) define como un noble, con recursos económicos, cultivado desde una cierta filantropía pedagógica, erudito en unas “ciencias humanas” muy clasistas y dotado de una fe ciega en sí mismo. Su gran legado es ser el precursor del Movimiento Olímpico, lo cual lo lleva a liderar la restauración de la celebración de los Juegos Olímpicos, que tuvieron lugar en Atenas en 1896 tras el primer congreso Olímpico celebrado en la Universidad de la Sorbona de París en 1894, instancia donde además se constituye el Comité Olímpico Internacional (COI). Aunque ya existía un precedente a los Juegos Olímpicos como los celebrados en Coswold desde 1660, o Atenas en 1858 que a pesar de contar con apoyo de los gobiernos no tuvieron la continuidad deseada.

En consecuencia, se puede establecer que el deporte olímpico como organización tiene alrededor de dos siglos de existencia, si se consideran los primeros intentos de restauración de los Juegos Olímpicos, o poco más de un siglo como organización

internacional bajo el alero del COI, con sus estatutos, sus normas y reglamentos, la Carta Olímpica, y con su estatus jurídico reconocido.

La evolución del Movimiento Olímpico se puede analizar desde un punto de vista organizativo a través de cinco etapas que propone Añó (2003);

- Primera etapa (1896-1908) El inicio de los Juegos Olímpicos modernos: Atenas, París, San Louis y Londres.

Esta etapa se caracterizó por la escasa participación, pocos países y pocos deportistas; la elaboración de las primeras reglamentaciones y normativas, la instauración de los rituales durante los Juegos y la organización del evento junto a las exposiciones universales que ya se realizaban entonces.

- Segunda etapa (1912-1932) La consolidación de los Juegos: Estocolmo, Berlín (de 1916 no celebrados), Amberes, París, Ámsterdam y Los Ángeles.

En esta segunda etapa continua Pierre de Coubertin como presidente del COI (en la primera fue el mecenas griego Dimitrios Vikelas) quien supo mantener el carácter independiente de la organización del COI ajeno a la contingencia política y sus influencias. En 1916 la sede es trasladada a Suiza donde sigue hasta la actualidad, esta decisión sirvió para consolidar y construir las bases para el futuro. Ese mismo año como consecuencia de la primera Guerra Mundial, Berlín no celebra sus

2. Los eventos deportivos

Juegos. Una vez finalizado este conflicto se reanudan y se decide no invitar a los países que habían estado en conflicto.

Desde un punto de vista más destacado, durante este periodo fue el afianzamiento de la reglamentación y la normativa olímpica, se introdujeron rituales como la entrega de medallas, los carteles, el desfile, el símbolo de la bandera con los cinco anillos, el traslado de la antorcha y el juramento olímpico (Añó, 2003).

En este periodo, aumentó la participación de países y por lo tanto de deportistas, se construyeron instalaciones independientes para la práctica deportiva, los Juegos se celebran de manera independiente a las exposiciones universales. Fue una época en la que se crearon buena parte de las federaciones internacionales deportivas y los comités olímpicos nacionales.

- Tercera parte (1936-1964) La expansión de los Juegos Olímpicos: Berlín, Londres, Helsinki, Melbourne, Roma y Tokio.

Esta etapa se ve marcada por los Juegos celebrados en Berlín el año 1936, en los cuales se obtuvo gran éxito deportivo gracias a las marcas registradas, además de contar con instalaciones monumentales que intentaban engrandecer el régimen nazi, el cual utilizó el evento políticamente como propaganda. Un año después fallece Pierre de Coubertin sin habersele podido conceder el Premio Nobel de la Paz (Rodríguez, 2003).

En la década de los años cuarenta del siglo pasado los continuos conflictos entre países, hacen de esta, una época muy dura de guerras y reconstrucción de Europa provocando la ausencia de Juegos durante más de diez años. (De 1936 a 1948)

Después de este oscuro periodo, en 1948 bajo la presidencia del COI del ex atleta sueco Sigfrid Edström, se celebran los Juegos de Londres, los cuales estuvieron marcados por la austeridad propia de la posguerra.

Otros aspectos que se pueden destacar de esta etapa, es que sigue en aumento la participación de países, se construyen grandes estadios y mejora la tecnología al servicio del evento. Además por primera la filmación de los Juegos se hace a color, se consigue el plurilingüismo informativo y comienzan a realizarse grandes inversiones económicas para la realización de los Juegos. Como último hecho, se produce una rigidez normativa en el mantenimiento de la regla de amateurismo.

- Cuarta etapa (1968-1980) La universalización de los Juegos Olímpicos: México, Munich, Montreal y Moscú.

En esta etapa se puede establecer que el Movimiento Olímpico se consolida, debido al aumento económico de los años sesenta, la generalización de la práctica deportiva y la ausencia de grandes conflictos bélicos.

En México 1968, por primera vez los Juegos son retransmitidos por televisión vía satélite. Se compitió a una altura de más de

2. Los eventos deportivos

2000 metros sobre el nivel del mar, lo cual influyó en la mejora de marcas en algunas especialidades atléticas. También hubo modificaciones de material y pistas.

Las celebraciones de los Juegos durante esta etapa van a estar marcadas por reivindicaciones sociopolíticas, actos de terrorismo, boicots y la ausencia de participación de países.

En México (1968) se produjo una fuerte represión por parte de fuerzas militares y paramilitares a estudiantes, profesores y obreros reunidos en la Plaza de Las Tres Culturas, donde murieron más de veinte manifestantes. En los Juegos de Munich (1972) un comando terrorista, exigiendo la liberación de presos palestinos, secuestra y asesina en la villa olímpica a 11 representantes de la delegación israelita, entre los que se encontraban deportistas y técnicos. En Montreal (1976) si bien es cierto no se produjeron hechos de sangre, la celebración recibió un golpe bajo por la ausencia de 24 países miembros de la Organización por África Unida (OAU) por un conflicto con Nueva Zelanda. También hubo problemas de participación entre las dos chinas comunista y nacionalista. Finalmente en los Juegos Olímpicos de Moscú (1980), en pleno contexto geopolítico de la guerra fría, Estados Unidos seis meses antes decide no asistir a los Juegos, a quien se le sumó un séquito de 58 países boicoteando la cita olímpica, lo cual supuso prácticamente la ausencia de la mitad de los países miembros del COI en ese momento.

Para Año (2003), todos estos hechos marcaron un antes y un después en el planteamiento organizativo en torno a la seguridad de los Juegos Olímpicos. Este periodo será bautizado para la historia como el de las cuatro “M” en referencia a México, Munich, Montreal y Moscú (Rodríguez, 2003).

- Quinta etapa (1984-....) La comercialización de los Juegos Olímpicos: Los Ángeles, Seúl, Barcelona, Atlanta y siguientes.

En los Juegos Olímpicos de Los Ángeles (1984), es ahora la Unión Soviética que decide no asistir junto con 8 países más del bloque socialista, argumentando que no existían las garantías suficientes para sus atletas. Luego en los Juegos de Seúl de 1988, como gran atractivo el tenis vuela después de 60 años a ser deporte olímpico. Mientras que en Barcelona 1992 se batieron 32 records mundiales y 73 olímpicos, otro dato de interés es que al desaparecer la Unión Soviética, 12 de los 15 países que la formaban deciden participar con la denominación de Equipo Unificado. Los Juegos de Barcelona (1992), fueron exitosos, sobre todo para el medallero español que vio frutos gracias al Plan ADO, además estos Juegos se caracterizaron por tener un marcado matiz cultural, que según Salvador (2004) devolvió al olimpismo, aquel espíritu de la Grecia clásica.

Al mismo tiempo hay que constatar la participación de profesionales del deporte en estos Juegos, al intervenir los

2. Los eventos deportivos

jugadores de la NBA de Estados Unidos. Los siguientes Juegos Olímpicos realizados en Atlanta (1996), además de ser recordados por haber despojado a Atenas la celebración del centenario de la reinstauración de los Juegos Olímpicos modernos, serán recordados por una organización fuertemente criticada (Rodríguez, 2003) y una mala copia de los Juegos de Barcelona (Salvador, 2004).

En este difícil periodo de efervescencia social y política es elegido como presidente del COI (1980-2001) Juan Antonio Samaranch, quien asumió la responsabilidad en este momento delicado sobre todo en los aspectos del área de seguridad. El nuevo presidente provocó un cambio radical en la reglamentación y las normas de los Juegos. Eliminó la regla del amateurismo, lo cual trajo consigo la profesionalización de los deportistas, también fue promotor de la participación de deportes que estaban excluidos como es el caso del Tenis (Añó, 2003). Además, promulgó y promovió el patrocinio de las empresas privadas a un máximo nivel y vendió los derechos de retransmisión de los Juegos Olímpicos a las grandes cadenas de televisión con cifras elevadas, convirtiéndolo en un gran espectáculo.

Esta época estuvo marcada por la utilización de las últimas tecnologías en servicio del deporte, lo cual tuvo una repercusión económica muy importante, lo cual significa al día de hoy que muchas ciudades quieran albergar la organización de unos Juegos.

Para concluir, al referirnos a los diez últimos años, donde se han celebrado tres ediciones olímpicas (Sydney, Atenas y Pekín) y están en puerta los de Londres 2012.

Los primeros Juegos de la década en Sydney (2000), estuvieron marcados por una gran lucha contra el dopaje. Posteriormente Atenas (2004) logró una gran participación de delegaciones alcanzando los 202 países. También aspectos del área seguridad se vieron reforzados (motivado principalmente por los atentados cometidos contra las Torres Gemelas de Nueva York en 2001). La última edición celebrada en Pekín (2008), se convirtió en el evento más caro de la historia y su presupuesto ascendió a más de 10.000 millones de USD sumando todos los conceptos, casi duplicó el presupuesto de su antecesor (10.252 millones de dólares frente a 6.966), aunque el presupuesto de organización de los Juegos fuera más bajo que el de Atenas: 1.435 millones frente a 2.230 millones de dólares (El País, 18.2, 2012) triplicando el presupuesto de su antecesor.

2.1.5.- La Fórmula Uno. De los grandes premios a los grandes circuitos urbanos

Transcurría el año 1906, cuando se lleva a cabo la primera carrera el nombre de “Grand Prix” o “Gran Premio” en castellano la cual fue organizada por el Club del Automóvil de Francia (CAF), y se corría durante dos días en Junio en el circuito localizado en

2. Los eventos deportivos

Le Mans, que tenía forma más o menos triangular, cubriendo cada vuelta 105 kilómetros (65 millas). Seis vueltas habían de ser recorridas cada día, y cada vuelta tomaba cerca de una hora usando los relativamente primitivos coches de la época. De los 32 participantes que representaban 12 diferentes fabricantes de automóviles, el húngaro Ferenc Szisz ganó esta carrera de 1260 km en un Renault.

Las carreras de este periodo se caracterizaron por ser un asunto altamente nacionalista, con algunos países organizando carreras propias pero sin un campeonato formal que las ligara entre sí. Las reglas variaban de país en país y de carrera en carrera, comúnmente se regulaban en base al peso máximo del coche, en un esfuerzo por limitar el poder de los motores al limitar el tamaño de los mismos de manera indirecta. Todos los coches contaban con mecánicos a bordo al igual que el piloto y a nadie se le permitía reparar o trabajar en el auto a excepción de estas dos personas.

Un factor clave para el triunfo de Renault en este primer Gran Premio fue el uso de ruedas desmontables (desarrolladas por Michelin), las cuales permitían el cambio de neumáticos sin necesidad de desmontarlo y la cámara de la rueda y volver a montar la nueva cámara y neumático, simplemente se sustituía el conjunto completo.

En 1924, tras años de discrepancia en ámbitos reglamentarios y organizativos, un grupo de clubes franceses crea la Asociación Internacional de Clubs de Automóviles Reconocidos (AICAR), de esta forma se estructura esta actividad con el fin de normalizar estas competiciones y expandirlas en otros países.

Tras las primeras décadas de hegemonía francesa, en los años treinta comienzan a tomar un papel importante el dominio de los coches alemanes. Los nazis, encabezados por su líder Adolf Hitler, empecinados por mostrar al mundo la superioridad de su raza, incluso en lo deportivo, incentivó a Mercedes y a la Auto Unión entregándoles dinero y logrando que durante el periodo 1934 a 1939 los dos equipos alemanes dominaran la competencia tanto de pilotos, como de fabricantes. Luego del receso de esta actividad (entre otras muchas competiciones deportivas como los Juegos Olímpicos), a causa la II Guerra Mundial, en el año 1946 se volvieron a realizar carreras de coches. A consecuencia de la guerra, y la debacle económica que produjo, se extinguieron muchos de los grandes premios que se celebraban hasta entonces, lo cual provocó que en el año 1947 la AICAR se reorganizara y pasase a llamarse Federación Internacional de Automovilismo (FIA) con sede central en París. Es así como en 1949, anuncia la creación de la Fórmula Uno tras la unión de varios premios nacionales organizados en un solo campeonato mundial de pilotos, con un sistema de puntuación y un total de siete carreras. Un año después, el día 13 de Mayo de 1950 una

2. Los eventos deportivos

veintena de coches se disputan el primer Gran Premio de Fórmula Uno en Silverston, Reino Unido, ante más de 100.000 espectadores, en una carrera de gran relevancia histórica. Esta primera carrera fue ganada por el italiano Giuseppe Farina, a bordo de un Alfa 158 con una velocidad media de 147.37 Km./h, quien ganó el campeonato ese mismo año tras vencer a su compañero de equipo, el argentino Juan Manuel Fangio. Sin embargo, este último, ganó los títulos en 1951, 1954, 1955, 1956 y 1957. Su racha fue interrumpida en los años 1952 y 1953, tras una lesión, por el bicampeón de Ferrari Alberto Ascari. Para la temporada de 1958 Fangio se retiró de la Fórmula Uno y el joven Mike Hawhtorn logró el título con un Ferrari 246.

El periodo estuvo dominado por los equipos dirigidos por fabricantes de automóviles como: Alfa Romeo, Ferrari, Maserati y Mercedes Benz todos los cuales habían competido antes de la guerra.

Los siguientes dos años, 1959 y 1960, el australiano Jack Brabham se llevó los campeonatos con un Cooper Climax (único coche con motor trasero hasta ese momento), y en el año 1966 consiguió lo que nadie ha podido repetir, ganó el título con un coche de su propia construcción, el Brabham BT 19/20 Repco.

La temporada del 1961 fue dominada por Phil Hill a bordo de un Ferrari 156 y al siguiente año el inglés Graham Hill le dio el primer título a BRM con chasis y motor propio.

En 1967 es considerado por muchos el año de inflexión en la Fórmula Uno ya que fue el último año con los colores nacionales impresos en los monoplazas de competición antes de la llegada en masa de los patrocinadores.

La habilidad innata de los pilotos y su aureola de romanticismo con la que se habían unido a sus máquinas allá por 1906, tendría en 1967 su suspiro final.

Mientras las escuderías intentaban llegar preparadas para la primera prueba en Sudáfrica, algunos pilotos destacados abandonaban sus equipos en busca de otras oportunidades. Graham Hill dejó que Stewart fuera la estrella de BRM retornando a Lotus ocho años después, para hacer equipo nada menos que con Jim Clark.

Surtees se apuntó al proyecto de Honda mientras que su puesto en Ferrari lo ocupaba definitivamente el neozelandés Chris Amon al lado de Lorenzo Bandini.

En Cooper, que esperaban grandes cosas después del tercer puesto en 1966, trajeron al mexicano Pedro Rodríguez junto a Jochen Rindt.

En 1968, se puede observar una característica que permanecerá inalterable hasta el día de hoy en esta y muchas otras actividades deportivas, aparecen los primeros patrocinios, el fabricante Lotus incluye el logotipo de Imperial Tobacco en sus automóviles, introduciendo las marcas de tabaco en este deporte. La

2. Los eventos deportivos

aerodinámica adquirió lentamente importancia en el diseño de los coches a partir de la aparición de perfiles aerodinámicos a finales de los años 1960.

En el año 1974 fue fundada la Asociación de constructores de Fórmula Uno (FOCA), que a la vista de la mercantilización de la actividad, busca incrementar los beneficios comerciales de los equipos participantes en la categoría.

En 1978 Bernie Ecclestone, quien tuvo un frustrado paso como piloto de fórmula uno en el Gran Premio de Mónaco de 1958, llegó a ser el máximo ejecutivo de la FOCA y luchó con la Federación Internacional de Automovilismo (*Fédération Internationale du Sport Automobile*, FISA) por el control de los derechos comerciales de la Fórmula Uno. Las disputas finalizaron en marzo de 1981, con el Acuerdo de la Concordia que dio a la FOCA los derechos de televisión de los equipos (estos primeros contratos no eran muy lucrativos y sí eran arriesgados). Cuando el primer acuerdo de la Concordia finalizó en 1987, Bernie Ecclestone dejó de ser propietario de equipo y creó la Formula One Promotions and Administration (FOPA), para gestionar los derechos televisivos cedidos por los equipos. La FOPA más adelante pasaría a denominarse Formula One Management (FOM). La FOPA se quedó un 49% de los beneficios televisivos. El 51% restante se lo repartieron en un 1% los equipos participantes, y un 50% la FIA. La FOPA, sin embargo, recibió todos los honorarios

pagados por los promotores. Como contrapartida por ello la FOPA pagó a los equipos con el dinero obtenido.

En la última década se ha venido observando un auge en la construcción de nuevos trazados en zonas urbanas. La mayoría de los nuevos circuitos se emplazan en ciudades que buscan hacer una apuesta turística a través del efecto comunicacional que genera la Fórmula Uno. En efecto, 4 de los últimos 7 circuitos construidos cumplen con esta característica: el Thompson Road de Singapur (2008), el Circuito Urbano de Valencia de España (2008), el Islas Yas en Emiratos Árabes (2009) y el Circuito Internacional de Yeongam de Corea del Sur inaugurado en 2010. Y es que, la Fórmula Uno se ha convertido en una de las competiciones deportivas más lucrativas, exceptuándola quizá de la Copa del Mundo de Fútbol y los JJ.OO, que con la masificación de los Medios de comunicación, y en especial de la televisión, han montado un poderoso imperio económico.

2.2.- Los Eventos Deportivos en la actualidad

Después de haber realizado la revisión de una serie de antecedentes históricos que dan fe del origen de los primeros eventos deportivos en la Grecia y Roma antigua, hasta el nacimiento del deporte moderno en Inglaterra y la reinstauración de los Juegos Olímpicos modernos, es momento de introducirnos en el conocimiento de la organización de los eventos deportivos

2. Los eventos deportivos

contemporáneos y prestar atención a la especificidad que esta actividad social ha alcanzado en los últimos años.

En la última década, teóricos como Desbordes y Falgoux (2006) sugieren que el evento deportivo favorece la reunión de espectadores para ver como se realiza la actuación, animarla y valorarla públicamente mediante aplausos y gritos.

Martín (1996) distingue en lo que denomina “deporte contemplación” a aquellas personas que no practican deporte, pero se sienten vinculados a él y partícipes de sus avatares. Unos son ex deportistas amateurs y una gran mayoría probablemente jamás haya practicado deporte alguno. En todo caso lo que les gusta es vivirlo desde fuera, viendo retransmisiones, asistiendo a eventos, leyendo la prensa especializada, ... pero se implican con pasión en cuanto suceda en tan singular mundillo, al que no pueden pertenecer más que como meros espectadores. En el caso del fútbol, esto se asocia fuertemente a la participación en peñas, cofradías de clara identificación local, regional o nacional, siendo el seguimiento de tales actividades, una cuestión de identidad cultural.

Ambas conceptualizaciones de esta actividad identifican la reunión de público o espectadores como un elemento esencial en torno a una celebración de carácter deportivo. En esta línea Ferrand, Camps y Torrigiani (2007) concluyen que el evento es un hecho social poderosamente mediatizado, cuyo impacto en los

diferentes públicos va asociado a la incertidumbre del resultado obtenido por los distintos agentes al realizar una hazaña, una actuación o una competición.

Los eventos deportivos son una consecuencia de las actividades deportivas, lo cual supone un nivel organizativo superior. Este nuevo nivel más complejo debe cumplir, como explica Añó (2000, 2001, 2003, 2011), con el siguiente conjunto de características:

- 1) repercusión social
- 2) nivel amplio de asistencia de público
- 3) presencia en Medios de comunicación
- 4) audiencia televisiva

Además de estos cuatro elementos, se incorporan un par de características más específicas que contribuyen a elevar el nivel de un evento deportivo o a reducirlo:

- 5) tipo de deporte
- 6) dificultad de práctica

Las cuatro primeras condicionan ya la calificación como posible acontecimiento en función de su nivel de espectacularidad o la capacidad para realizarse públicamente, y son interdependientes unas de otras, puesto que si hay público tiene repercusión social, si interesa a los Medios de comunicación y tiene audiencia. Sirven, además, para distinguir una actividad deportiva de un evento deportivo (Añó, 2011).

No obstante, ocurre con frecuencia que deportes con cierta repercusión social y presencia en medios de comunicación, por

2. Los eventos deportivos

ser el equipo representativo de una ciudad, jugando, incluso, ligas europeas de nivel, no cuentan con un nivel importante de asistencia de espectadores.

De hecho se sabe que el fútbol o el baloncesto arrastran de entrada determinados niveles de audiencia, mientras las actividades subacuáticas o la escalada difícilmente se realizan ante espectadores, siquiera sean unos pocos.

Y es que cuanto más difícil sea un deporte más difícil será contar con una masa de practicantes, y por tanto, de seguidores.

A estas características previas hay que sumar otros dos elementos fundamentales que darán realce a la actividad y permitirán que un simple evento deportivo pase a convertirse en un gran acontecimiento deportivo:

- 7) Patrocinadores
- 8) Ingresos propios (taquillas, merchandising,...)

Estos dos últimos factores son una consecuencia de las otras características, pero demuestran el nivel del acontecimiento. Todos los grandes eventos deportivos cuentan en la actualidad con importantes compañías comerciales multinacionales que les patrocinan y en muchas de ellas se obtienen buenos ingresos por taquilla o por venta de merchandising.

En tanto, Gresser y Bessy (1999) proponen la siguiente tipología para los acontecimientos deportivos:

- Grandes eventos deportivos internacionales (JJ.OO, Copa del Mundo de Fútbol, Grand Slams de Tenis, GP Fórmula Uno...)
- Eventos deportivos nacionales (Campeonatos de cada país por disciplina)
- Eventos tipo espectáculo y “shows” (Red Bull Air race World series, Rip Curl pro search surf, Nike 3x3 Cup,...)
- Las nuevas manifestaciones deportivas de masas (La Volta a Peu, Media Maratón o Maratón de País, Madrid, Londres,...)
- Raids o retos de aventura (Raid Corsica, Volvo Ocean Race, París-Dakar,...)

Para entrar en cada una de estas cinco tipologías estos autores se basan en diez criterios, los cuales definen a los Grande Eventos Deportivos (GED) Internacionales como aquellos que cumplen las siguientes normas:

- 1 Fecha de creación: Antigüedad.
- 2 Origen y temporalidad: Institucional, u olímpica de las federaciones, y temporalidad que responde tanto a un calendario Internacional, como a uno nacional.
- 3 Participantes / objetivos espectadores organización: Enfrentamientos con otros. Con objetivos como de ser el mejor, deporte espectáculo, deporte de competición o la promoción de una Federación.
- 4 Medio: Estandarizado y normalizado, principalmente con equipamiento deportivo clásico.

2. Los eventos deportivos

5 Modo de funcionamiento: Reglamentación y codificación estrictas.

6 Motricidad: Muy codificada con relación al rendimiento máximo.

7 Innovación: En GED Internacionales, en el ámbito de la medición y gestión nueva (informática).

8 Público: Jugadores seleccionados y más espectadores que deportistas.

9 Colaboradores: Presencia de instituciones públicas y privadas.

10 Mediatización: Por televisión, radio, prensa e internet.

El Comité Olímpico Internacional (COI) también realiza aportaciones teóricas y define una Organización Deportiva Olímpica (ODO) como un grupo de personas que trabaja conjuntamente para conseguir fines relacionados con el deporte olímpico (Robinson et al., 2008).

El libro publicado por Solidaridad Olímpica coordinado por Robinson y otros autores en 2008, recoge los tres elementos centrales que caracterizan a una organización:

- Personas
- Normas
- Fines, metas y objetivos

Además, se incluyen medios y recursos, sin los cuales sería sumamente difícil el funcionamiento de la organización y como

consecuencia el fracaso en la consecución de sus objetivos. Estos recursos disponibles son de distintos tipos:

- Ingresos: cuotas miembros, patrocinios, subvenciones, derechos de retransmisión...
- Personas: voluntarios, asalariad, técnicos, árbitros, jueces.
- Servicios: asesoría legal, control de doping.
- Tiempo: principalmente el de los voluntarios.

La caracterización y tipología que la bibliografía aporta, permite dimensionar que el nivel organizativo demandados por este tipo de acontecimientos es elevado y con una alta especificidad.

Con el objetivo de conocer algunos de estos modelos de organización, en el siguiente apartado se presentaran algunos de los más citados en el área de la organización de eventos deportivos en España.

2.3.- Modelos de organización de eventos deportivos

Organizar es el proceso mediante el que se distribuyen las tareas o actividades agrupándolas en una estructura formal a la que se dota de los adecuados recursos humanos y materiales. Consiste en disponer y preparar a un conjunto de personas con los medios apropiados, para lograr un fin determinado.

2. Los eventos deportivos

En la organización de un evento deportivo puede considerarse dos partes: la competición deportiva en sí y la no deportiva. Generalmente la organización de la parte no deportiva es más compleja que la competición deportiva. Cuanto más grande es el evento deportivo nos encontramos con más unidades operativas, como por ejemplo: instalaciones deportivas de competición, entrenamiento, hoteles, centros para medios de comunicación, para acreditaciones u hospitales.

Comúnmente, la celebración de un gran evento deportivo precisa de la colaboración de numerosas personas: remuneradas (empleados del comité organizador), de empresas o instituciones colaboradoras, no remuneradas (voluntarios). Y de la coordinación de numerosas personas: del comité organizador y de otras empresas o instituciones.

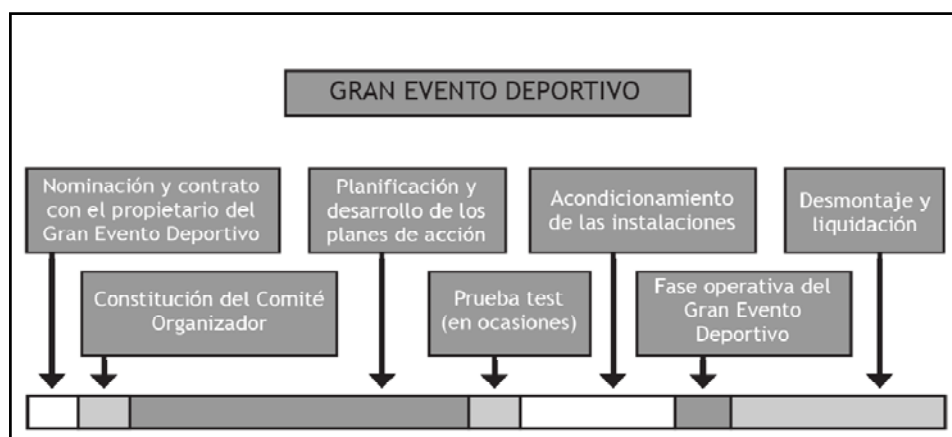


Figura 2.1.- Fases de organización de un evento deportivo. (Boquera 2007)

La nominación para celebrar un Gran Evento Deportivo exige un trabajo de candidatura, específico para cada evento en particular. En la consecución de la nominación intervienen diferentes factores, tales como:

- Capacidad de organización del candidato
- Financiación del evento deportivo
- Económicos y oferta del candidato
- Políticos y sociales

Cuando se ha conseguido la nominación, se firma un contrato con el propietario del evento deportivo y el primer trabajo a realizar es la creación del Comité Organizador. La estructura organizativa a montar puede ser muy distinta en función del tipo de evento, de las instituciones que obtienen la concesión o de los propios objetivos que persiga la candidatura.

Así, básicamente el evento se organizará desde un comité preparado para tal efecto, desde una federación deportiva directamente, desde entidades o empresas subsidiarias del mismo.

Para amparar la estructura organizativa del evento, se debe crear antes que nada, un organigrama al que Ayora y García (2004) han definido como un esquema organizativo que refleja la estructura jerárquica y funcional de una empresa o de una actividad concreta. Es el primer instrumento de trabajo a nivel de recursos humanos que, establece los siguientes puntos:

2. Los eventos deportivos

- Estructura la Organización
- Define puestos de trabajo
- Define categorías
- Clarifica jerarquías
- Delimita funciones
- Delimita responsabilidades

Para complementar la estructura organizativa, en la figura 2.2 se ilustra el modelo de organigrama que proponen Konntz, O`Donnell y Weihrich (1985) donde se identifican tres niveles dentro de la organización: los directivos, los mandos medios y los técnicos. También establece unas competencias o aptitudes para cada uno de estos niveles del organigrama: políticas, relaciones humanas y técnicas deportivas (respectivamente).

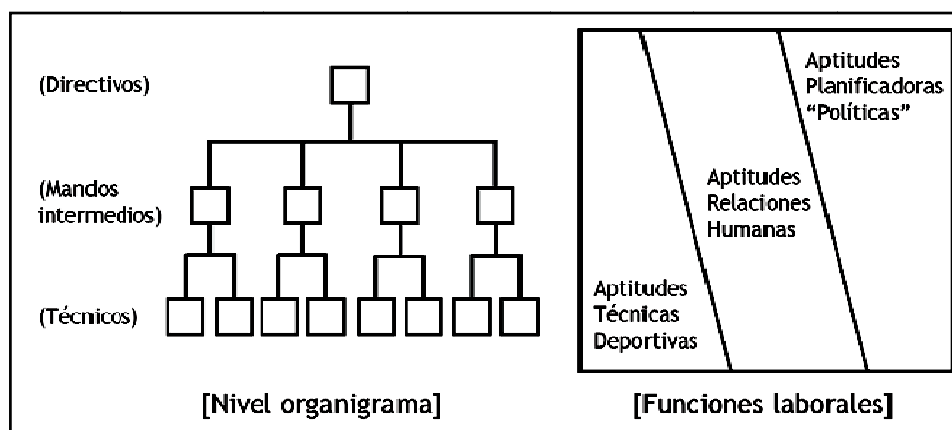


Figura 2.2.- Organigrama basado en Konntz, O`Donnell y Weihrich (1985)

Por lo tanto para poder acometer la organización de cualquier acto, es preciso establecer y organizar, inicialmente, el equipo de trabajo capaz de llevarlo a cabo.

Según plantea Añó (2004, 2011), existen 4 tipos de estructuras o figuras organizativas de eventos deportivos:

- Gestión directa
- Empresas adjudicatarias
- Gimnasios o clubes
- Gestión mixta

En el primer caso, el organismo u organismos a quienes se concede el acontecimiento lo organizan de forma directa, esto es montando un Comité específico o una empresa para llevar a cabo el mismo (Juegos Olímpicos de Barcelona 92, Atlanta 96 y Sydney 2000, o el Campeonato del Mundo de Atletismo Sevilla 1999 y el Eurobasket de 2007).

Es lo más habitual, y en el mismo se integran todas las partes que tienen responsabilidad, como las distintas administraciones públicas, la federación correspondiente o el Comité Olímpico Español, además de algunas personalidades independientes o entidades ciudadanas y altos ejecutivos contratados.

En la modalidad de empresas adjudicatarias o también denominadas empresas de gestión, estas se encargan de toda la organización. Algunos ejemplos de este caso son las tres grandes vueltas ciclistas (Vuelta ciclista de España, Tour o Giro) o el

2. Los eventos deportivos

Campeonato del Mundo de Motociclismo o automovilismo donde empresas de publicidad (Unipublic, ASO, Dorna, FOM,...) se encargan de todo el montaje.

El tercer caso es típico de las competiciones de liga o cuando se celebra una competición de deportes colectivos con varias subse-des, como pasó en España con la Copa del Mundo de Fútbol de 1982, el Mundobasket de 1986 o en los JJ.OO de Barcelona 1992.

Tanto en la organización de eventos polideportivos, o como en el caso del fútbol y deportes similares, la organización específica y técnica del deporte en cuestión suele recaer en los clubes o gimnasios que, en general, suele ser del propietario de la instalación donde se disputa (Añó, 2003).

Por último, la gestión mixta queda para casos en los que se monta un Comité Organizador, pero cede algunas parcelas a empresas privadas o instituciones al margen. Suele pasar con la captación de publicidad del evento o del merchandising, el alojamiento, el transporte o la informática, que se suelen adjudicar a empresas privadas externas.

En realidad estos comités suelen contar con alrededor de 30 personas, o incluso hasta medio centenar, representando a las diferentes instituciones públicas, en España: estatal, autonómica, provincial (Diputaciones en el caso que existan) y local, cada una de ellas con varios representantes y junto a ellos los

representantes deportivos, bien de las federaciones, bien del Comité Olímpico Español.

Las instituciones públicas pactan entre ellas el número de miembros de los comités, tal y como, ha ocurrido en la mayoría de los eventos celebrados en España donde se observa una representación dispar de una u otra de estas instituciones, según los eventos.

Pero, ese Comité Organizador no es un ente ejecutivo, por debajo se suele establecer un comité más reducido y ejecutivo con presencia institucional de personas que puedan dedicar más tiempo a estas funciones. (Figura 2.3)

Generalmente se denomina Comité Ejecutivo a la instancia responsable de la administración y la coordinación de actividades, el logro de objetivos fijados en la constitución y la aplicación de las decisiones de la Asamblea General (Acosta, 2005) o en este caso el Comité Organizador.

El objetivo de este comité consiste en elaboración de estrategias con miras a alcanzar los objetivos, además de establecer la estructura operativa y mantener el contacto necesario con los diversos grupos gubernamentales.

Las reuniones del Comité Ejecutivo se llevan a cabo de forma periódica o sistemática. Al Presidente del Comité, se le delega el poder de decidir si una reunión del Comité Ejecutivo es necesaria o no. Las reuniones regulares del Comité Ejecutivo sólo serán

2. Los eventos deportivos

efectivas si contribuyen al logro de los objetivos fijados. No deberá llevarse a cabo ninguna reunión que pueda resultar una pérdida de tiempo.

Los participantes en cualquier reunión del Comité Ejecutivo deben ser miembros de esa instancia, aunque el Presidente puede invitar a cualquier otra persona indicada para que proporcione información sobre asuntos específicos. El Comité Ejecutivo puede ser convocado a una reunión extraordinaria o fuera del período habitual (Acosta, 2005).

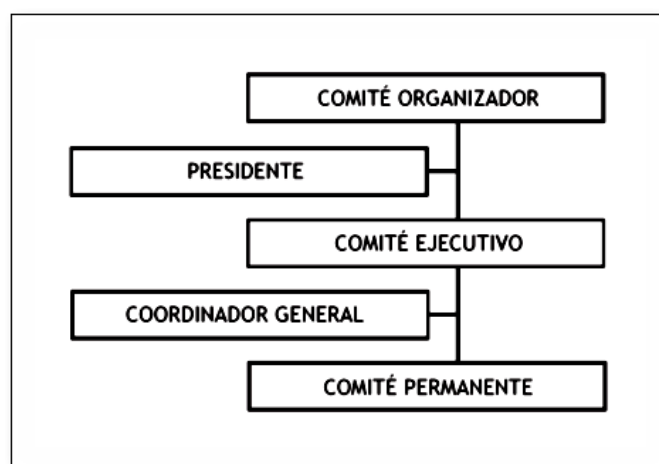


Figura 2.3.- Organigrama del Comité Organizador Campeonato del Mundo de Atletismo Sevilla 1999

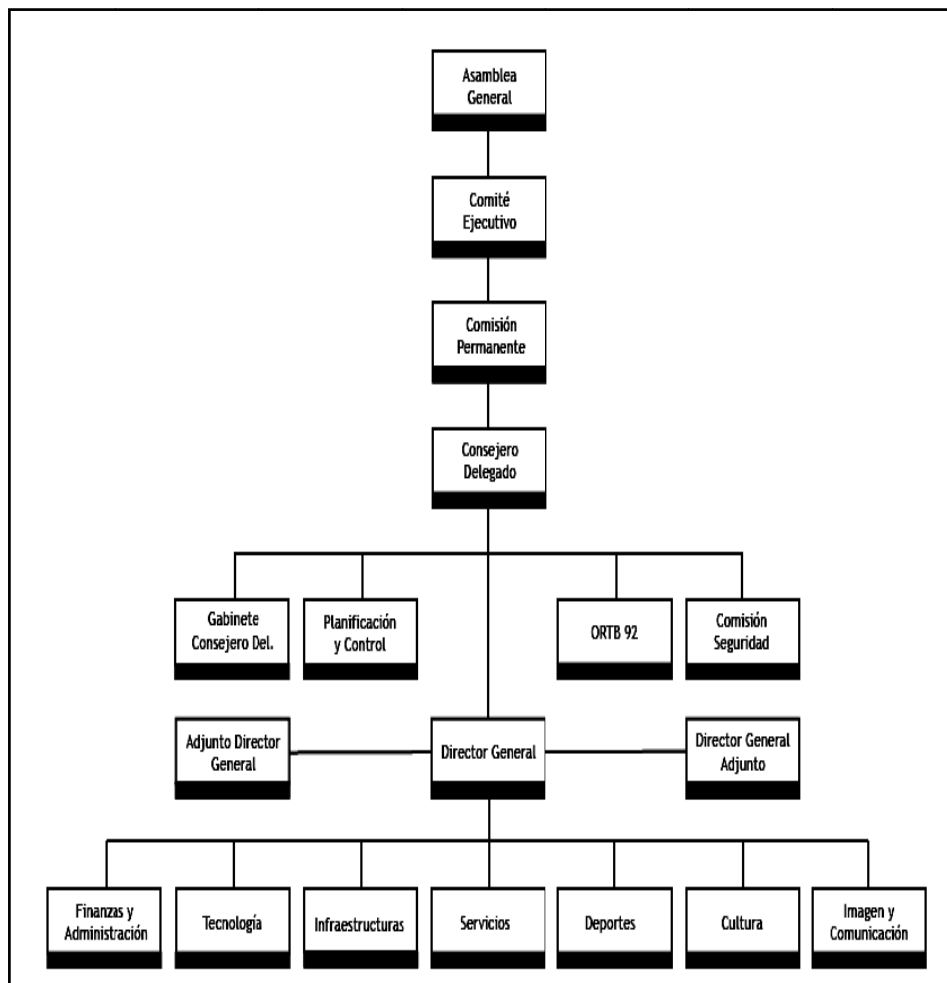


Figura 2.4.- Organigrama del Comité Olímpico Organizador Barcelona 92 del año 1987 (Fuente: COOB 92)

2. Los eventos deportivos

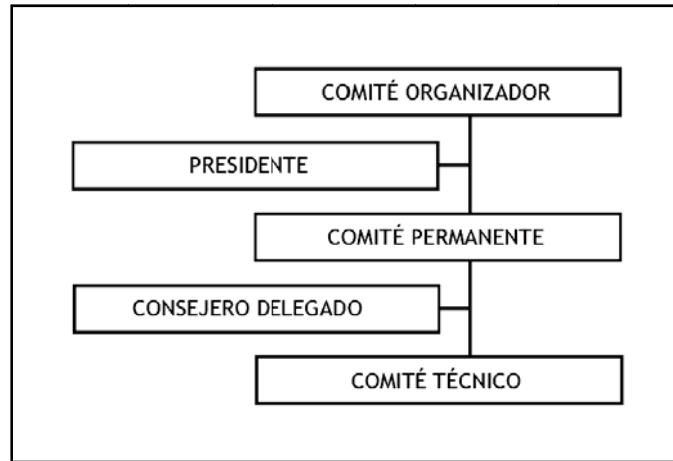


Figura 2.5.- Organigrama del Comité Organizador Juegos Mediterráneos de Almería 2005 (Fuente: COJMA 2005)

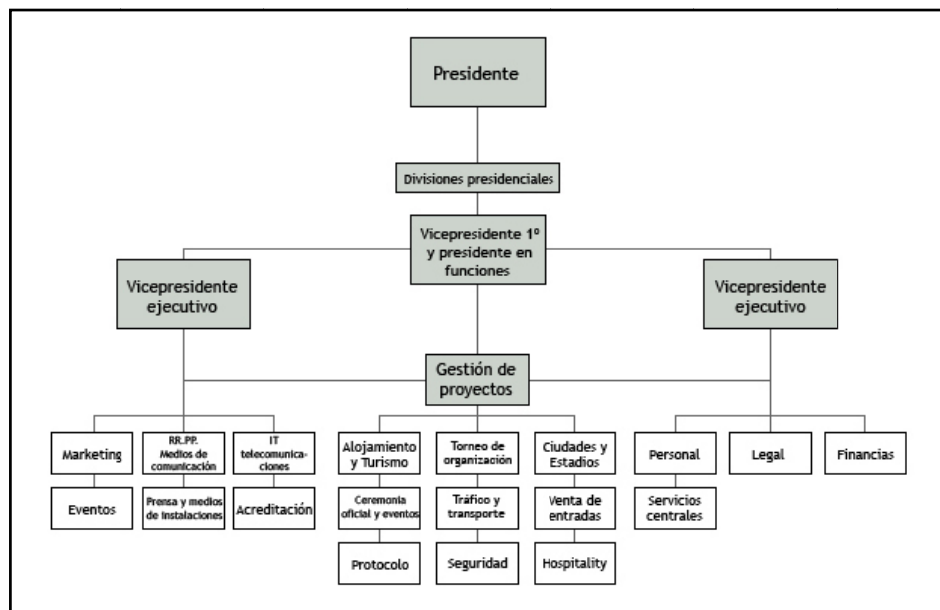


Figura 2.6.- Organigrama del Comité Organizador de la Copa del Mundo de Fútbol FIFA de Alemania 2006 (Fuente: FIFA)

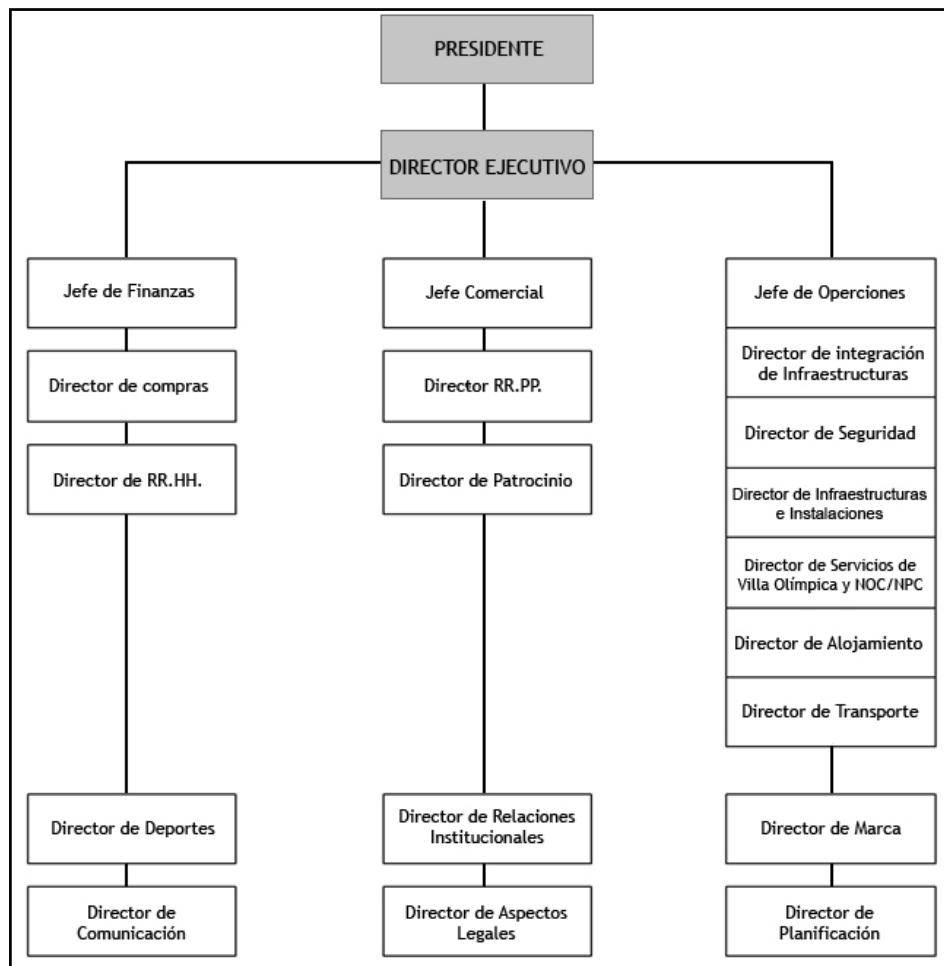


Figura 2.7.- Organigrama del Comité Organizador de los JJ.OO de Río de Janeiro 2016 (Fuente: rio2016.org)

2.4- Áreas de organización de un evento deportivo

La magnitud que alcanza la organización de eventos deportivos abarca una serie de elementos que se deben tener bajo control y bien asumidos por los organizadores. Por lo cual es importante que exista un responsable o persona a cargo de cada uno de estos aspectos, a los cuales se les denomina áreas de organización.

Estas áreas van a ser aquellas unidades que por un principio de eficiencia y eficacia, deben agruparse siguiendo criterios lógicos, asumiendo una serie de responsabilidades específicas y en concordancia con su ámbito de acción.

Año (2011) identifica 17 áreas de organización: ocho áreas económicas y de proyección del evento (parte izquierda de la tabla 2.1) y otras nueve referidas a infraestructuras y aspectos técnicos (parte derecha tabla 2.1).

Tabla 2.1.- Áreas de Organización (Año 2011)

Áreas	Áreas
1. Marketing	10. Técnica - Deportiva
2. Economía y administración	11. Seguridad
3. Recursos Humanos	12. Médica
4. Ceremonias	13. Alojamiento
5. Promoción	14. Transportes
6. Medios de Comunicación	15. Acreditaciones
7. Publicaciones	16. Asesoría Jurídica
8. Protocolo	17. Tecnología (2009)
9. Instalaciones	

La última área en ser incluida en esta lista por el autor ha sido el área de Tecnología, que ha adquirido una fuerza importante con el desarrollo de las ciencias informáticas y tecnológicas, con puntos de experimentación en: páginas webs, acreditaciones y gestión de resultados.

Dependiendo de la estructura jerarquizada con que cuente el evento deportivo, estas áreas se pueden agrupar en macro áreas o funciones como las que denominan Desbordes y Falgoux (2003):

- a) Función administrativa y financiera
- b) Función legislativa y de seguridad
- c) Función de comunicación y Medios de comunicación
- d) Función comercial y de patrocinio
- e) Logística
- f) El aspecto deportivo

Como se señala con anterioridad, Año (2003) fija que entre las características para que una actividad deportiva se convierta en evento deportivo debe tener: repercusión social, presencia de medios de comunicación y audiencia televisiva. Esto es confirmado por Desbordes y Falgoux (2003), que añaden que la organización de eventos deportivos pertenece a la gran familia de la comunicación “independiente de los Medios”. Es por ello que una vez revisados los aspectos organizativos de los eventos deportivos pasaremos a revisar en el siguiente capítulo los diferentes impactos de los eventos deportivos.

CAPITULO III
EL IMPACTO DE LOS
EVENTOS DEPORTIVOS

3.- EL IMPACTO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS

En el capítulo que se presenta a continuación abordamos el tema que nos aboca en esta investigación. Analizaremos el impacto que tienen los eventos deportivos.

En primer lugar revisaremos el impacto de los eventos deportivos en los Medios de comunicación, posteriormente la repercusión socioeconómica que tiene este tipo de acontecimientos en la sociedad. Luego haremos una revisión sobre la teoría de representación social, la cual explica cómo se forma percepción en las personas, y para finalizar realizaremos un repaso de la literatura actual referida a la percepción e impacto social de los eventos deportivos, para conocer el estado en que se encuentra hoy esta línea investigativa.

3.1.- El Impacto mediático de los grandes eventos

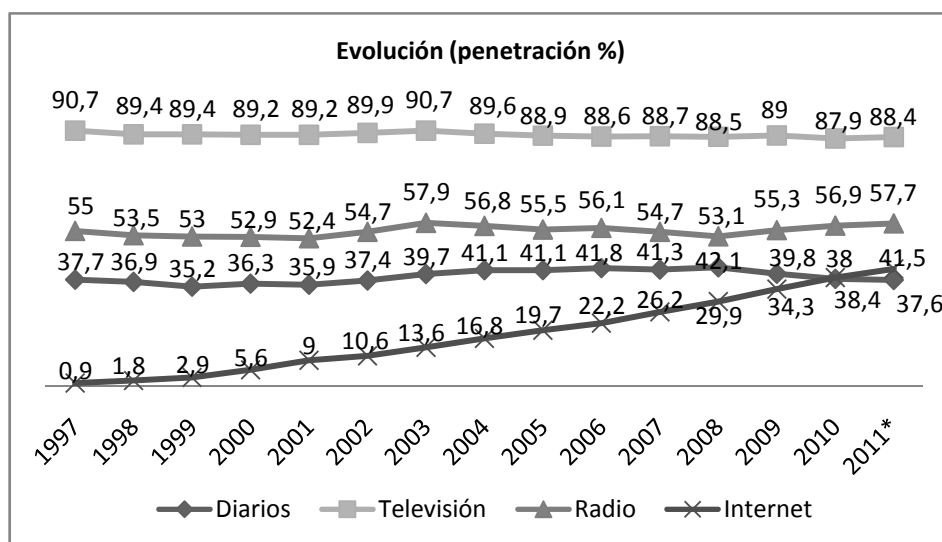
Los diferentes medios de comunicación de masas y en especial la televisión, es el que aparte de construir un medio poderoso de información, también tiene la capacidad de entretenimiento, ha contribuido a la difusión, popularización y desarrollo del deporte contemporáneo. De la literatura consultada hay gran consenso en definir al fenómeno deportivo como el mayor hecho social de

3. El impacto de los eventos

final del siglo XX y principios de este siglo XXI (Cagigal, 1979; García Ferrando, 1990; Hernández Moreno, 1994; Carragio, 1996; Caillat, 1997; Watrin, 1998, Desbordes, Ohl y Tribou, 2001; Añó, 2003, 2010, 2011; Vilanou, 2001. Ello se puede medir a través de la asistencia directa a recintos deportivos y también mediante la audiencia en televisión.

Y se viene ratificando, con el impacto de penetración de medios que la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, en su Estudio General de Medios (EGM) de 2011, informa que la televisión continua siendo el Medio de comunicación con mayor penetración en los hogares españoles (88,4%). Además otro dato a destacar, es el aumento de la penetración de internet (41,5%), que en el último año supera a los periódicos, lo cual lo ubica como el tercer medio con más penetración en España (Figura 3.1), detrás de la radio.

3. El impacto de los eventos



* Octubre de 2010 a Mayo de 2011.

Figura 3.1.- Gráfico comparativo. Evolución de la penetración de Medios (Fuente: EGM 2011)

Las audiencias de televisión obtenidas en los Juegos Olímpicos o en diversos campeonatos del mundo, especialmente el de fútbol, vienen a corroborar lo señalado en el párrafo anterior. El deporte y la televisión han llegado con el transcurso del tiempo a depender estrechamente entre sí, ya que si bien es cierto que el deporte se ha popularizado gracias a la televisión, no es menos cierto que la televisión ha encontrado en el deporte uno de los medios más sencillos y asequibles para incrementar la audiencia. Y esto es lo que en realidad importa a la televisión, lograr una gran audiencia ya que cuanto más crece, más elevados son los ingresos por publicidad. Es de este modo como el deporte ha

alcanzado un papel estelar en la programación televisiva (García Ferrando, Mestre y Llopis, 2007).

En el año 2006 la Copa del Mundo de Fútbol de Alemania tuvo una audiencia acumulada superior a 26 mil millones de espectadores. En la última Copa del Mundo, celebrada en Sudáfrica, fue la primera que se transmitió con la tecnología de televisión de alta definición (High Definition o HD), lo cual se traduce en una mejor la calidad de imagen y de sonido, y dota de mayor realismo al espectáculo. La audiencia acumulada total de los 64 partidos de la Copa del Mundo de Sudáfrica fue de 32 mil millones de telespectadores (un 8% más que en la edición anterior) en 214 países y 376 canales de televisión, 144 más que en la última edición, y solamente la final tuvo 909,6 millones de teleaudiencia en todo el mundo (un 4% más que en la edición anterior), según los datos aportados por la FIFA en su informe de audiencia de televisión en 2010.

Mientras que en 2008 los Juegos Olímpicos de Pekín fueron seguidos por más de 47 mil millones telespectadores de audiencia acumulada, varias veces la población mundial lo cual lo convierte en los más vistos de la historia del olimpismo (COI).

En España, los datos confirman la gran repercusión de las actividades deportivas organizadas. Así lo refleja, la final de la Copa del Rey, disputada por el Real Madrid-Barcelona de la temporada 2010/2011, la cual fue seguida por una media de

12.849.000 telespectadores sumando las audiencias de las cadenas TVE1 y TV3. Igualmente la final europea entre el Barcelona y el Manchester United del año 2009 obtuvo 11.310.000 telespectadores, lo que la convirtió en la final de Champions League más vista de los últimos 11 años tras la disputada por el Real Madrid y el Valencia en el año 2000, la cual marcó una audiencia punta de 13.744.000 de personas frente al televisor, datos algo similares que en el año 2001 con la final entre el Bayer Munich y el Valencia que tuvo 13.630.000 televidentes de audiencia punta en la tanda de penaltis y una media de 10.586.000 durante el partido.

En cuanto a la Selección Española de Fútbol que tenía establecido su máxima audiencia durante la Copa del Mundo de Francia de 1998 en el partido contra Nigeria que alcanzó 12.002.000 telespectadores con una cuota de pantalla del 31,3%. (Año 2003), en la Eurocopa del 2000 alcanzó un nivel de audiencia máximo durante el partido contra Francia de 9.368.000 telespectadores con una cuota de pantalla media, no obstante, de 71,1%. La audiencia total acumulada fue de 27.940.00 personas con un cuota media del 63%. Esta cifras fueron batidas sólo parcialmente en la Copa del Mundo de Corea y Japón, al verse afectado por los horarios de retransmisión, matutinos. Así, en cifras absolutas se quedaron muy cerca del record, pues el partido España-Irlanda tuvo 10.150.000 telespectadores de media durante el partido, 12.184.000 durante la prórroga y 12.907.000

3. El impacto de los eventos

en los penaltis. El España-Corea, jugado a las 8:30 de la mañana hora española lo vieron 8.719.000 personas de media durante el partido, de manera, que se batieron las cotas de pantalla que llegaron a alcanzar el 89,8%, con una punta máxima de 13.223.000 espectadores. El record se batió en la Eurocopa del año 2008, en la final entre España y Alemania, seguida por 14.482.000 telespectadores y un 80,9% de cuota de pantalla. El minuto más visto de la final fue a las 22:36 horas, cuando España se proclamaba campeona, 17.690.000 telespectadores, el 88,6% de cuota de pantalla, lo que supone la práctica totalidad de la audiencia televisiva. Los últimos datos correspondientes a la participación de la selección española en la pasada edición de la Copa del Mundo celebrada en Sudáfrica el año 2010, donde se proclama campeona se detallan a continuación. El primer partido entre España y Suiza registra una audiencia de 10.337.000 telespectadores, y una cuota de 62,1%. El siguiente partido entre España y Honduras lo vieron 13.509.000 telespectadores (73,3% de cuota). El tercer y último partido de la fase de grupos que enfrentó a España y Chile mantuvo una audiencia de 11.531.000 televidentes y una cuota de pantalla de 74,2%. En octavos de final, el España-Portugal tuvo una audiencia similar a la obtenida en el segundo partido de la fase de grupos, cayendo en cuartos de final en el partido entre España y Paraguay, (10.900.000 telespectadores), aunque mantuvo una cuota alta de pantalla de 78,1%. En semifinales España se vuelve a medir con Alemania

(Ambos jugaron la Final de la Eurocopa de 2008) partido que fue seguido por 14.007.000 telespectadores con una cuota de 81,5%. Ya en la final, donde España se proclama campeona, registró una audiencia media de 15.605.000 de telespectadores durante la prórroga, lo cual supuso un 82% de cuota de pantalla. Mientras que el gol marcado por el jugador Iniesta lo vieron 16.675.000 telespectadores con un 90,3% de cuota de pantalla y el minuto de oro (minuto con la audiencia más alta) fue registrado a las 22:56 horas con 16.815.000 telespectadores y una cuota de pantalla de 91%.

En el resto de las audiencias obtenidas por otros deportes están muy por debajo de las señaladas antes y difícilmente algún otro deporte logra situarse entre los 50 programas más vistos. Sólo en ciclismo en el Tour de Francia, en la época de Induráin, se podía acercar. El de 1995 arrojó unas cifras de 4.447.300 televidentes de media, con una cuota de pantalla del 47,3%, alcanzando en los días más importantes una cifra de 6.175.000 personas y una cuota de pantalla de 61,1%. Mientras la Vuelta Ciclista a España tenía entorno al 30% de cuota con 2,5 millones de telespectadores de audiencia media durante la edición del 2001, sin embargo ha bajado mucho en los últimos años y ahora se sitúa en torno al millón de telespectadores.

En la actualidad, los fenómenos de la Selección de Baloncesto masculino, de Rafael Nadal en el Tenis y de Fernando Alonso en el Automovilismo, pueden colocarse en lugares punteros. Aún así,

3. El impacto de los eventos

Nadal suele situarse en torneos como Wimbledon o Roland Garros entre 3 y 4 millones de telespectadores de media. El Baloncesto está claramente por encima, gracias a sus últimos éxitos con la Selección absoluta y a la aparición de formidables jugadores como Navarro, Calderón, Rubio o los hermanos Gasol que actualmente militan en la NBA (menos Navarro que juega por el Regal Barcelona) de Estados Unidos. El Eurobasket celebrado en España en el 2007, al que acudió después de proclamarse campeón del mundo, alcanzó una audiencia record en la final de 5.300.000 televidentes, estas cifras se mantuvieron para la edición del Eurobasket de Polonia 2009 en la final ante Serbia, donde se obtuvo el primer Oro continental. Mientras que los datos correspondientes a la final de la última edición celebrada en Lituania el pasado 2011, que enfrentó a España y Francia, donde la selección ibérica revalidó su título de campeona, marcó una audiencia de 4.728.000 telespectadores y una cuota de pantalla de 31,4%.

Para los Juegos Olímpicos de Pekín, y por causa de la diferencia horaria se obtuvieron audiencias más bajas, por ejemplo la semifinal la siguieron 3.650.000 personas, mientras la final con Estados Unidos fue menos vista con 2.627.000, pero con un 68% de cuota de pantalla.

Otros deportes como el Atletismo, por ejemplo sólo consigue de forma esporádica, cuotas importantes de audiencia, como sucedió en el Mundial de Sevilla de 1999, 27.559.000

telespectadores de audiencia acumulada, 5.289.000 durante el momento final de la maratón con una cuota de pantalla del 65,2%, obteniendo la prueba de 1500 metros una audiencia media de 3.541.000 telespectadores con un 44,3% de cuota de pantalla. Las sesiones completas, por su gran duración, obtienen resultados más bajos. (Añó, 2003)

Fernando Alonso, doble Campeón del Mundo de Fórmula Uno en los años 2005 y 2006, nos muestra el impacto de los campeones en las audiencias televisivas. Es el único que ha podido competir con el fútbol en estos años, logrando medias anuales entorno a 4,5 millones de telespectadores, con cifras record más de 9 millones en el Gran Premio de Brasil de 2005, donde se proclamó por primera vez Campeón. Las cifras se mantuvieron en ese entorno en 2007, pero la racha se rompió a partir de 2008, y en la actualidad las audiencias han bajado y están en torno a los 3,5 millones.

Finalmente, respecto al impacto televisivo del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno que se celebró en Valencia durante el mes de Agosto, en su primera edición del 2008, obtuvo una audiencia de 2.736.000 telespectadores y un 27,4% de cuota de pantalla. Mientras que el año 2009 esta aumentó a 2.784.000, como también lo hizo su cuota alcanzando un 30,2%. En el año 2010 la audiencia aumento considerablemente situándose en 4.478.000 telespectadores y una cuota de 37,9% de pantalla. En su última edición de 2011, los indicadores de audiencia se

3. El impacto de los eventos

mantienen con 4.273.000 telespectadores y una cuota de pantalla de 36,4%. Hay que matizar que para las dos últimas ediciones la organización ha adelantado la fecha de realización de la carrera para el último domingo del mes de Junio.

En cuanto a otros Medios de comunicación, los programas de radio de mayor audiencia han alcanzado en el pasado cotas absolutamente insólitas superiores a 3 millones de personas por la noche cuando estaban en antena los programas de El Larguero de la cadena Ser y Super-García de radio Cope. Una vez retirado éste, aquel mantiene cifras que en torno al millón y medio de radioyentes, pero el resto ha bajado mucho.

Por su parte, como podemos observar en la figura 3.2, la prensa tiene como líder al diario Marca con más de 2.900.000 de lectores diarios y el diario As supera el millón trescientos. El diario Marca tiene su record de ventas en 1997, 495.415 ejemplares. Según los datos del Estudio General de Medios (EGM) el diario Marca supera en la actualidad los 264.786 ejemplares de venta diaria media (más 4 millones de visitas mensuales a través internet), el diario As tiene 1.443.000 lectores diarios y un nivel de ventas de 206.477 ejemplares (más de 2.432.000 visitas último/mes por internet); el diario Sport tiene un nivel de lectura de 718.000, y una venta diaria de alrededor de 100 mil ejemplares (más 1.283.000 visitas mensuales por internet), y el Mundo Deportivo cuenta con 711.000 y un nivel de ventas diario cercano a los 100.000 ejemplares (1.204.000 visitas mensuales por internet).

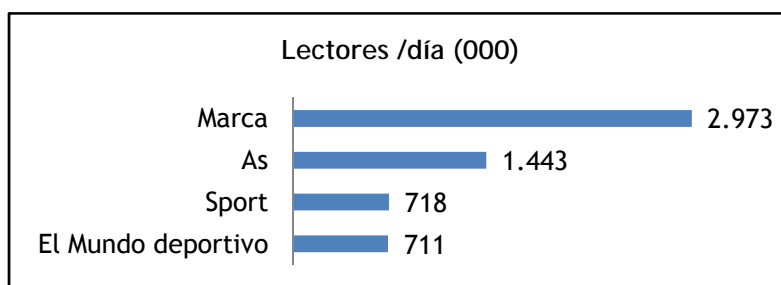


Figura 3.2.- Gráfico del ranking de lectores de los principales Medios impresos deportivos (Fuente: EGM 2011)

El gran interés que han despertado los eventos deportivos entre la sociedad, ha obligado a crear una legislación que regule el ámbito de las comunicaciones. En este sentido, los derechos de transmisión o emisión son una figura legal establecidos en la Ley 21/1997, de 3 de Julio, Reguladora de las emisiones y retransmisiones de competiciones y acontecimientos deportivos que se aplica a competiciones oficiales, profesionales y de ámbito estatal, que correspondan a las selecciones nacionales de España y a todas aquellas que tengan “especial relevancia y trascendencia social”.

La Ley protege los derechos de los consumidores en servicios de uso común, ordinario y generalizado (los de esparcimiento y deportes), y garantizar el derecho a comunicar y recibir información deportiva (art. 20.1.d de la Constitución):

- Consagra la libertad de acceso de los Medios de comunicación social a estadios y recintos deportivos.

3. El impacto de los eventos

- Establece la gratuidad de la emisión de noticias o imágenes en telediarios, diarios radiofónicos o espacios informativos generalistas (en televisión, extractos de menos de 3 minutos libremente elegidos; en prensa y radio no hay duración máxima).
- Los titulares de los derechos audiovisuales podrán autorizar la emisión de programas deportivos especializados por radio y televisión, realizados sobre la base de las imágenes o noticias obtenidas en recintos donde se celebren acontecimientos deportivos y darán derecho a una contraprestación económica en favor de los titulares.
- Las imágenes o el derecho de meter material audiovisual al estadio, serán cedidas por los titulares a cambio de una contraprestación económica, que se fijará en función del tiempo total emitido, de la franja horaria de emisión, de la importancia del acontecimiento deportivo, de la cobertura territorial de la emisión y, en su caso, del coste de los derechos.
- Obliga a retransmitir eventos deportivos de interés general en directo o, excepcionalmente, en diferido, en abierto y para todo el territorio español, siempre que haya algún operador o programador interesado en hacerlo.

Así mismo Real Decreto 991/1998, de 22 de mayo, crea el Consejo para las Emisiones y Retransmisiones Deportivas, órgano colegiado de participación de las administraciones públicas y de las organizaciones representativas de los sectores afectados (autoridades estatales y autonómicas, Federaciones deportivas, ligas profesionales, asociaciones de deportistas profesionales, entidades organizadoras de competiciones o acontecimientos deportivos estatales, medios de comunicación, asociaciones de consumidores y sindicatos más representativos en el ámbito de las comunicaciones y del deporte profesional).

Sus funciones principales son aprobar el catálogo de competiciones o acontecimientos deportivos de interés general y velar por el efectivo cumplimiento de los derechos establecidos en la Ley 21/1997.

Las competiciones o acontecimientos deportivos de interés general deberán retransmitirse en directo, en emisión abierta y para todo el territorio del Estado español. No obstante, por razones excepcionales y cuando así se prevea en el catálogo, podrán emitirse con cobertura diferida total o parcial.

La catalogación de interés general se realiza atendiendo a los siguientes criterios:

- Relevancia o trascendencia social de los acontecimientos deportivos.
- Periodicidad, pero no frecuencia.

3. El impacto de los eventos

- Atracción sobre la audiencia de los operadores de radio y televisión.
- Importancia en el ámbito deportivo nacional.
- Tradición de la competición o acontecimiento.

El último catálogo de acontecimientos deportivos de interés general aprobado para 2009/2010 (no se ha publicado para la temporadas de 2010/2011 y 2011/2012) ha considerado los siguientes eventos:

- Los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Invierno: Vancouver, febrero de 2010. Ceremonias de inauguración y clausura y participación española.
- Atletismo: Campeonato de Europa de Atletismo (Barcelona, 26 de julio a 1 de agosto de 2010): las finales y la participación española.
- Automovilismo: Los grandes premios del Campeonato Mundial de Fórmula Uno que se celebran en España.
- Baloncesto: Campeonato del Mundo de Baloncesto masculino (Turquía, 28 de agosto a 12 de septiembre de 2010): participación de la selección nacional española y la final, en todo caso. Los partidos oficiales de la selección española masculina absoluta.
- Balonmano: Campeonato de Europa masculino (Austria, 26 de enero a 5 de febrero de 2010): participación de la

selección nacional española y la final, en todo caso. Los partidos oficiales de la selección española masculina absoluta.

- Ciclismo: Vuelta Ciclista a España. La retransmisión de esta prueba incluirá, al menos, la última hora de cada etapa. Campeonato del Mundo de ruta masculino (Suiza, septiembre 2009), prueba en línea y contrarreloj.
- Fútbol: XIX Copa del Mundo de Fútbol FIFA. Sudáfrica 11 de junio a julio de 2010): participación de la selección nacional española. La inauguración y la final en todo caso. Los partidos de la selección española masculina absoluta en competiciones oficiales y partidos amistosos de carácter internacional.

La final de la Copa de S. M. El Rey. Un partido de la Liga de Campeones de cada jornada, a partir de octavos de final, con participación de alguno de los equipos españoles. Si la participación española quedara reducida a un único equipo, la obligatoriedad se entenderá por eliminatoria. La final en todo caso.

La final de la UEFA Europa League, si participa algún equipo español.

- Motociclismo: Los grandes premios del Campeonato del Mundo de Velocidad que se celebran en España.

- Tenis: La participación del equipo español de Copa Davis. La participación española en semifinales y final de Roland Garros.

3.2.- El impacto socioeconómico los eventos deportivos

A parte de la dimensión espectacular del deporte, por otro lado, poco nuevo se puede decir acerca de la importancia del deporte como uno de los mayores espectáculos de nuestro tiempo, y como uno de los medios más asequibles y económicos de entretenimiento de la sociedad de masas. Esta importancia ha superado el ámbito social, económico y político.

En la literatura en torno a la organización y análisis sobre los grandes eventos deportivos debemos resaltar, en primer lugar, el alcance de las aportaciones de diversos autores plasmadas en el libro publicado por Solidaridad Olímpica (2008): «Gestión de las Organizaciones Deportivas Olímpicas», en el que se analiza la gestión de una organización deportiva, los recursos humanos, la gestión económica, la gestión del marketing, y la organización de grandes eventos deportivos, y en la que han colaborado autores como Leigh Robinson, Andreu Camps, Ian Henry, Emmanuel Bayle, Jean L. Chapelet, Jean Camy, Packianathan Chelladurai, o Alain Ferrand, entre otros. Forman un grupo de investigadores y estudiosos de los eventos deportivos muy importante, junto a Año

(2001, 2003, 2011), Ferrand (2005), Desbordes y Falgoux (2006), así como París (1998) en planificación estratégica; Carragio (1996), Mestre (2004); en marketing y patrocinio; Acosta (2001) en organización de las entidades deportivas, sobre todo federaciones; Heineman (1998), Papanikos (2000), Agudo y Toyos (2003), Van der Wagen (2005) y Gallardo, García Tascón y Burillo (2008); en aspectos económicos y de marketing, siendo reseñables, también, los estudios de la Consejería de Turismo y Deportes (1998, 1999) sobre el impacto del deporte en Andalucía y el gasto por persona en la asistencia a los eventos, y los del Observatorio de Economía del Deporte con el Profesor Plácido Rodríguez al frente.

De igual modo, a la hora de plantear la presente investigación se han tenido en cuenta los trabajos y publicaciones de sobre los hábitos deportivos y las demandas de la población del profesor García Ferrando (1991, 1996, 2001, 2006, 2011) y otros autores como Pociello, (1979, 1981, 1993), Rubio (1983), Gil y Menéndez (1985), Buñuel (1986), Duran (1987), Peiró (1987), García de la Torre y Antón (1990), Trigo (1990), Ramos (1991), Vázquez (1993), Puig y Soler(2004), y Elzo et al (1994); los datos de empleo y trabajo en el deporte, y sobre todo en las organizaciones y entidades deportivas de Martínez del Castillo (1983, 1991 y 1997); Campos Izquierdo (2005) y Martínez (2007). Todos estos datos nos permiten aseverar que el panorama de organización de eventos ha cambiado sustancialmente, en los

3. El impacto de los eventos

últimos veinticinco años. En España se han celebrado la mayoría de los acontecimientos o eventos deportivos más importantes del mundo, tales como los campeonatos del mundo de Fútbol, Baloncesto, Atletismo, Ajedrez, Natación, Vela, Remo y Piragüismo, la Ryder Cup de Golf, la final de la Copa Davis de Tenis, los Juegos Olímpicos, los Juegos Mediterráneos, los Juegos Equestres o el Mundial de Esquí Alpino, entre otros, y algunos de ellos en más de una ocasión. A pesar de ello, los Ayuntamientos y las Comunidades Autónomas, continúan solicitando su celebración y presentando candidaturas, de manera que, sólo entre 2009 y 2010 se ha adjudicado a nuestro país la celebración del Mundobasket del año 2014 y los mundiales de Natación en Barcelona en 2013 y de Balonmano el mismo año y en 2011 los Juegos Mediterráneos para Tarragona en 2017, entre otros eventos. En cambio, no se ha obtenido la nominación para la organización conjunta de la Copa del Mundo de Fútbol de 2018 entre España y Portugal, ni tampoco se ha logrado para los Juegos Olímpicos de 2016 por parte de Madrid, aunque de nuevo esta ciudad lo intentará para 2020.

En consecuencia, la experiencia acumulada por la celebración de los más importantes eventos y los que se siguen organizando, nos permite disponer de abundante documentación, desde los Planes Directores o los Dossiers de Candidatura hasta las memorias de los mismos, de manera que facilitan el establecimiento de un marco teórico básico para estudiar y analizar los eventos

deportivos. Además de los grandes eventos mencionados cabe recordar que cada año se han estado celebrando tres Grandes Premios de Motociclismo (Cheste, Jerez y Montmeló); a los que se ha añadido en 2011 y 2012 el de Aragón, que ha sustituido al Gran Premio de Hungría; dos de Automovilismo (Montmeló y Valencia), el Máster 1.000 de tenis en Madrid, y dos Open 500 en Barcelona y Valencia; la Vuelta Ciclista a España y otras de menor magnitud, así como varios Open de Golf, entre otras competiciones. Igualmente durante 2010 se celebró el Campeonato de Europa de Atletismo al aire libre en Barcelona, competición que todavía no había tenido lugar en nuestro país.

Y esto sucede porque la organización de eventos deportivos es uno de los dos grandes campos de la economía del deporte (Heinemann, 2001, p. 39), ya que generan ingresos directos que permiten financiar una buena parte de los mismos, además de dejar en las ciudades sede unos recursos de infraestructura y una inversión inducida sustancial, siendo éste uno de los motivos principales para pedirlos. Todavía más, según demuestran algunos de los autores mencionados antes como Carragio (1996), Heineman (1998), Papanikos (2000), Gouguet (2001), Casimiro y Añó (2006), Otero (2009), a los presupuestos o la financiación específica de los propios eventos, y a la inversión en instalaciones deportivas o en obras públicas se suman aquellas cantidades que los visitantes dejan en los comercios. Estos estudios vienen a establecer la importancia del impacto económico de la

3. El impacto de los eventos

organización de eventos deportivos y la repercusión que suele tener para la imagen de las ciudades sedes, de manera que se suelen utilizar como una excusa para transformar la ciudad, según se ha puesto de manifiesto con las candidaturas a los Juegos Olímpicos de Madrid en 2016 o 2020, o la propia celebración de eventos como los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992 o los Mediterráneos en Almería 2005 o en Pescara 2009, o como lo será en Río de Janeiro, sin ninguna duda o en Sudáfrica, donde la inversión realizada por su Gobierno se ha visto recompensada por el excelente resultado obtenido, tanto en repercusión mediática como en imagen del país, asistencia turística e impacto económico. La contribución de los eventos deportivos a la economía se observa con datos como el que aporta la agencia norteamericana Bloomberg (2010), según la cual la celebración de la Copa del Mundo de Fútbol aumentó el gasto publicitario en 1.100 millones de euros, ya que empresas como Coca cola o Nike pagaron precios elevados por anunciarse durante su celebración. Es más, el gasto publicitario aumentó en 2010 un 2,2%, gracias, sobre todo, a la Copa del Mundo de fútbol.

En definitiva, queremos recordar las repercusiones socioeconómicas de los grandes eventos deportivos como una de las razones fundamentales para solicitarlos tal y como apunta Añó (2000, 2001, 2003 y 2011):

- Construcción o remodelación de instalaciones que luego sirven para el uso ciudadano.

- Construcción y remodelación de carreteras, vías públicas, aeropuertos, estaciones,...
- Mejoras en las redes de transporte.
- Aumento de la capacidad hotelera.
- Creación de puestos de trabajo.
- Expansión de la práctica deportiva.
- Aumento de las subvenciones a la práctica deportiva por parte de las Instituciones públicas.
- Aumento de la inversión privada en el deporte.
- Aumento del patrocinio deportivo.
- Aumento del turismo, que mediante estos eventos posibilitan el conocimiento de la localidad en cuestión y sus visitas posteriores.

Y junto a estas razones se encuentra la que, quizás, es más poderosa, la transformación de imagen de las ciudades. Esto es, aprovechar los grandes eventos para promocionar la ciudad. y nada mejor que hacerlo a través de un evento deportivo, un excelente medio de marketing de bajo coste, comparado con la que supondría la de la publicidad directa a través de campañas específicas, muy costosas y de dudosa rentabilidad.

Estas afirmaciones han sido corroboradas por algunos estudios, como el realizado por la Cámara de Comercio de Almería en el año 2000, o por los estudios llevados a cabo por la Universidad de Almería, junto al Comité Organizador de los Juegos

Mediterráneos, dirigidos por Casimiro y Año en 2002, 2003, 2004 y 2005.

No cabe duda de que los grandes eventos continúan teniendo un gran nivel de aceptación popular y audiencias muy notorias en la televisión y otros medios de comunicación, como se demostró en la Copa del Mundo de Fútbol de 2010, celebrada en Sudáfrica, con llenos espectaculares en todos los partidos celebrados, lo que ha supuesto, según datos de la FIFA, una asistencia superior a 3 millones de espectadores y, un nivel de ocupación del 93% de la capacidad total de los estadios.

3.3.- La percepción social de los eventos deportivos

Para una mejor comprensión de concepto de percepción social, en este apartado queremos aportar desde la dimensión de la psicológica social, algunos elementos que sustentan la percepción sobre los eventos deportivos que tiene la población que reside en el lugar que se celebran los mismos.

Así, podemos empezar indicando que el concepto de representaciones sociales, originalmente utilizado por Durkheim (1998), fue y ampliado por Moscovici (1981, 1982, 1984, 1988), quien lo definió como un sistema de prejuicios, imágenes y valores que tienen significado en la propia cultura y persisten independientemente de la experiencia individual.

Las representaciones son los mecanismos que utilizan las personas para tratar de entender los objetos y acontecimientos en el mundo que les rodea. Que tienden a familiarizar lo desconocido, como objetos y acontecimientos reconocidos sobre la base de experiencias pasadas, y como este conocimiento previo sirve como punto de referencia para nuevos encuentros.

Moscovici (1981) hace hincapié en que este proceso no es una simple analogía, pero socialmente se fusiona significativamente, en un cambio de valores y de sentimientos. Estos prejuicios se refuerzan a menudo, incluso cuando existe una disparidad entre la representación y el fenómeno real que existe (Moscovici, 1981).

Los elementos sociales se refieren al hecho de que estas representaciones son compartidas por los grupos en la sociedad, lo cual facilita la comunicación y que los procesos sociales ayuden a formar constelaciones de las representaciones. Sin embargo, no todos los grupos son uniformemente coherentes, y por ello Moscovici (1988) ha propuesto tres niveles de consenso de las representaciones sociales. Las representaciones hegemónicas que se describen como las más estables y son aceptadas homogéneamente por toda la comunidad.

Existen subgrupos de representación cuando tienen opiniones algo diferenciadas, ideas y representaciones polémicas en contextos de conflicto en el grupo o subgrupos con perspectivas opuestas.

Las representaciones sociales gozan de un grado de estabilidad debido a su poder normativo, y del hecho de ser reforzadas socialmente. Sin embargo, sería un error sugerir que estos son los únicos determinantes de las percepciones de las personas. Las representaciones sociales determinan cómo la gente ve el mundo, pero al mismo tiempo son determinadas por las interacciones y las comunicaciones dentro de la sociedad (Purkhardt, 1993).

Existen tres fuentes principales de representaciones sociales: la experiencia directa con el fenómeno real, la interacción social y las fuentes externas como los Medios de comunicación.

3.3.1.- Experiencia directa

A las ya existentes tienen fuertes poderes prescriptivos, pero la experiencia directa de un evento ofrece a los residentes más información sobre la cual basar sus percepciones, y esta información directa está más bajo el control de la persona que otras fuentes. Por lo tanto, puede ser un catalizador para el cambio, ya que la gente se pregunta sobre las inconsistencias entre las representaciones sociales predominantes y las observaciones reales (Pearce, Moscardo y Ross, 1996). Cuando la experiencia directa de un fenómeno es una fuente limitada, otras representaciones sociales se vuelven más importantes.

3.3.2.- Interacción Social

La interacción social con la familia, amigos, conocidos y en ocasiones con extraños es un poderoso medio de transmisión de las representaciones sociales, y está probablemente relacionado estrechamente con la pertenencia al grupo. La gente tiende a estar unido a un grupo por tener una identidad social similar, y están dispuestos a adoptar las representaciones comparables con otros miembros del grupo (Breakwell, 1993). Por tanto, existe un factor de refuerzo que aumenta la estabilidad de las representaciones sociales. Sin embargo, la gente tiende a ser miembro de más de un grupo de referencia, y es aquí cuando estos grupos tienen diferentes representaciones, donde las personas pueden verse obligadas a conciliar posiciones contradictorias (Dougherty, Eisenhart y Webley, 1992).

No todos los miembros de una comunidad tienen la misma exposición o contacto con el objeto o evento que es la base de la representación. Por ello, se ha sugerido la experiencia directa es limitada, y que los grupos sociales toman prestada una representación de alguna otra fuente. En este sentido los Medios de comunicación, los políticos y otras personas importantes para los grupos tienden a ser referencias importantes.

3.3.3.- Medios de comunicación

Los Medios de comunicación tiene el potencial de influir en las percepciones a través del contenido real de historias, así como a través de su decisión, ya sea para informar o no informar de problemas en particular. Además, es común que los Medios de comunicación presenten algunos problemas en el contexto de un conflicto entre diferentes subgrupos, y esto a su vez permite a los observadores identificarse con un grupo con perspectiva particular (Gamson, Croteau, Hoynes y Sasson, 1992). Es lo que ocurre habitualmente con la percepción social del deporte femenino en España, con un nivel informativo en los Medios de comunicación muy bajos, lo que influye en una valoración negativa respecto a las prácticas del deporte de la mujer (Puig y Soler 2004). La teoría de las representaciones sociales puede contribuir a una mayor comprensión de cómo diferentes sistemas de valores influyen en las percepciones de los residentes sobre los impactos de eventos o acontecimientos. Sin embargo, esto no significa que las variables más tradicionales que abordan el nivel real de impacto pueden ser ignoradas. Como sugiere la teoría, un catalizador importante para el cambio de representaciones es el contacto directo con el fenómeno, y esto está claramente relacionado con el nivel real de impacto. El uso de la teoría de la representación social como un marco para el estudio de las percepciones de los residentes también tiene algunas importantes implicaciones para la metodología.

3.4.- Estado actual sobre las investigaciones realizadas sobre el impacto y la percepción social de los grandes eventos deportivos

Se han realizado numerosos estudios que abordan el tema de la repercusión mediática que tienen los grandes acontecimientos deportivos, sin embargo, son escasos los estudios y experiencias existentes sobre la repercusión o el impacto económico y social. En este apartado nos corresponde focalizarnos fundamentalmente en los estudios nacionales e internacionales, que hacen referencia al impacto y percepción social de los grandes eventos deportivos, por el valor que le otorga esta tesis al contexto social al que afectan este tipo de eventos.

Las fuentes utilizadas para la recolección de la información referente al tema de estudio de esta tesis, en primer lugar, han sido la biblioteca de psicología-deportes de la Universidad de Valencia y la Biblioteca Deportiva de la Fundación Deportiva Municipal de Valencia, en segundo orden, se ha utilizado las bases de datos a las que tiene acceso la Universidad, principalmente “Scopus” y “Web of Knowledge”, que han aportado la mayor parte de artículos científicos que se han tenido como marco de referencia para la realización de esta investigación.

3.4.1.- Experiencias e investigaciones en el ámbito internacional

En la última década encontramos un grupo de investigadores que han comenzado a profundizar en el campo social de la gestión y organización de eventos deportivos de gran envergadura. Entre ellos son reseñables Fredline y Faulkner (2000) que efectuaron una investigación donde analizaron los grupos en la comunidad de residentes locales de la ciudad de Gold Coast, en Australia, la cual acogió una edición de la Indy Car. El enfoque de análisis de grupos aplicado tuvo utilidad como una herramienta para la investigación de la estructura subyacente de la comunidad, las reacciones frente al turismo de eventos deportivos, además permitió la exploración de los perfiles de los distintos grupos. Entre los aportes de esta investigación, destacamos la utilización de un enfoque “ético” con el cual determinar los grupos de afinidad que pertenecen los participantes de la muestra, a través de una pregunta sobre pertenencia a grupos pre-determinados. Entre los hallazgos, se evidencia la dificultad de comparación de los resultados con otras investigaciones realizadas en la misma línea con cuestionarios diferentes, aunque los ítems cuenten con patrones comunes, por ello los autores proponen aplicar el mismo instrumento en diferentes poblaciones que acogen eventos deportivos, lo cual permitiría un mejor análisis comparado. Ese mismo año, Fredline (2000) lleva a cabo un nuevo trabajo de investigación donde realiza una comparación de dos comunidades

de residentes locales que acogieron grandes eventos deportivos de motor, la Indy Car en la ciudad de Gold Coast y el Gran Premio de Fórmula Uno de Australia, en la ciudad de Melbourne. En esta experiencia se utilizó el mismo cuestionario para ambas muestras. Con ello se ha logrado establecer cinco grupos de percepción, desde muy negativo a muy positivo, según afinidad al evento. Entre los hallazgos encontrados podemos destacar que se observó muy pocas diferencias entre estas dos comunidades, en cuanto a estos eventos diferentes pero similares. También concluye que los resultados no son generalizables a otros países, particularmente los de cultura no occidental o de diferente base cultural. Esta investigadora además propone a los gestores de eventos deportivos, la realización de algún tipo de consulta a los residentes durante el proceso de planificación del evento, con el objetivo de mitigar impactos que podrían ser percibidos como negativos por la comunidad. En relación a esto último, aporta que los residentes que más se identifican con el tema del evento, son más propensos a ignorar o tolerar mejor los impactos negativos provocados por la realización de acontecimientos deportivos con estas características.

Siguiendo con esta revisión, el estudio longitudinal llevado a cabo por Waitt (2003) indaga sobre el impacto social de los Juegos Olímpicos celebrados el año 2000 en Sydney, basándose en la teoría de intercambio social, analiza los cambios de entusiasmo individual y colectivo en las dos muestras obtenidas en los años

3. El impacto de los eventos

1998 y 2000. En particular estudia las variables que diferencian a los encuestados que alteran su actitud. Entre los hallazgos encontrados en este estudio se destaca que en general los encuestados demuestran mayor entusiasmo a medida que se acerca la celebración del evento. Además el perfil de los encuestados más entusiastas destaca que la mayoría tienen hijos a cargo o son de origen de habla no inglesa. Otra conclusión que llegó el autor, es que entre los grupos de mayor edad la percepción respecto al evento es negativa, ya que ven invadido el transporte público de la ciudad durante las fechas de celebración. Posteriormente Kim y Petrick (2005) llevaron a cabo un estudio que investigó empíricamente la percepción de los residentes locales de Seúl sobre los impactos de la Copa del Mundo de Fútbol de Corea y Japón en 2002 a través de un cuestionario aplicado a 220 participantes. Entre los hallazgos destaca que en general los residentes de Seúl perciben un nivel alto de impacto positivo respecto al evento, sobresale en este sentido el factor de “desarrollo de infraestructura turística”. Sin embargo, en términos de perspectiva económica lo perciben de forma negativa. Otra conclusión que han llegado los autores es que transcurridos tres meses de la finalización del acontecimiento, la percepción positiva de este fue declinando, lo cual coincide con lo planteado por Waitt (2003) en el sentido que las percepciones de los residentes sobre los impactos de grandes eventos pueden variar con el paso del tiempo.

Otro equipo de investigadores como Ohmann, Jones y Wilkes (2006), llevaron a cabo un estudio sobre la percepción social del impacto de la Copa del Mundo de Fútbol de 2006 celebrada en Alemania, donde exploran el impacto percibido por los residentes de Múnich, ciudad sede, usando una muestra compuesta por 132 participantes que respondieron a los ítems de un cuestionario. Los resultados del estudio sugieren que los efectos que perciben los residentes en gran medida son positivos, especialmente en términos de regeneración urbana y el aumento en la sensación de seguridad. Respecto a los impactos negativos como el comportamiento, la delincuencia y la prostitución no fueron identificadas como cuestiones clave en las respuestas. Además sugieren, que tal percepción no depende de factores sociodemográficos como la edad, sexo, o tiempo de residencia en la ciudad.

Por su parte, Gursoy y Kendall (2006) en su estudio titulado «Acoger un gran evento. Modelo de apoyo local» desarrollan y prueban un esquema estructural para evaluar los factores clave en la percepción de los residentes de la ciudad Salt Lake, con relación al impacto de los JJ.OO de invierno de 2002, y cómo esta percepción afecta en su apoyo. Establecen cinco factores para la percepción que afectan directa o indirectamente al apoyo: el nivel de preocupación de la comunidad, los valores ecológicos, el apego a la comunidad, los beneficios percibidos y el conocimiento de los costes. Los resultados evidencian que los residentes que

3. El impacto de los eventos

expresan un nivel alto de apego a su comunidad, tienden a ver el gran evento como algo beneficioso, los autores sugieren que las comunidades deben evaluar el nivel de preocupación que las partes interesadas tienen sobre la comunidad misma ante la posibilidad de acoger un gran evento. Otro hallazgo encontrado, es que el apoyo de la comunidad se basa en gran medida en los beneficios percibidos y no en los costes económicos del evento, sin embargo resulta interesante destacar que aquellos residentes con valores ecológicos más marcados tienden a tener mayor preocupación por los costes. Además concluyen que los residentes, a pesar de mantener un fuerte apoyo, se preocupan cada vez más por los impactos negativos que generan estos acontecimientos.

Los autores Preuss y Solberg (2006), en su estudio sobre el rol que cumplen los residentes locales en acoger grandes eventos deportivos, hacen un análisis de las relaciones existentes entre todos los actores que participan en la solicitud y adjudicación de grandes eventos deportivos. Además indagan sobre la importancia de la opinión de los residentes de las ciudades de acogida durante los periodos de pre-candidatura, candidatura y preparación del evento. Las encuestas se realizaron entre 1990 y 2006 en diversas ciudades europeas que acogieron grandes eventos deportivos durante ese periodo de tiempo. Entre los hallazgos más destacados, los autores encontraron en la muestra estudiada que cuanto mayor es el déficit público los residentes se

muestran escépticos frente a los beneficios que podría originar la celebración de un gran evento deportivo, ya que como consecuencia esto podría repercutir en un sobreendeudamiento del estado. Respecto la variable “crecimiento económico” esta tuvo un efecto positivo en que las personas estuviesen de acuerdo en acoger y organizar un evento deportivo.

Posteriormente Zhou y Ap (2008) desarrollaron un estudio sobre las percepciones de los residentes a cerca de los impactos de los JJ.OO de 2008 en Pekín. La investigación concluyó que la mayoría de los encuestados percibe el impacto de los Juegos Olímpicos de forma muy positiva, especialmente en las relacionadas con la psicología social, desarrollo urbano y los factores de desarrollo económico. Respecto a las percepciones de los residentes hacia algún impacto sobre vida social, el autor los define como “inesperados” ya que para los encuestados algunos impactos como el ruido, la delincuencia y el daño ambiental no eran percibidos como posibles impactos negativos. Las percepciones de los residentes que mostraban más apoyo al desempeño del gobierno, se mostraron más favorables hacia los impactos del evento y más apoyo al mismo.

Otro ejemplo de experiencias llevadas a cabo en países asiáticos es la efectuada por Zhou (2010) que realiza una investigación donde analiza las percepciones de los residentes de acogida de un gran evento deportivo de carreras de coches, el Gran Premio de Fórmula 3 de Macao, estudio empírico donde se aplicaron 598

3. El impacto de los eventos

encuestas a residentes locales de Macao. El cuestionario comprendía una escala de impactos de veinte ítems agrupados en cinco factores: impactos psicosociales, beneficios a la sociedad, costes económicos, costes de la vida social, y los efectos físicos con el objetivo de poder evaluar las percepciones de los residentes sobre el impacto del evento. Entre las conclusiones que aporta este estudio sobresalen aquellas que señalan que una amplia mayoría de los encuestados percibe de forma positiva la celebración de este evento. Respecto a los costos sociales del evento, a la muestra no le afectó negativamente por ejemplo el aumento de precios o de la delincuencia.

Otros aportes a la literatura del tema lo han realizado los autores Ritchie, Shipway y Cleeve (2010) que investigaron sobre la dimensión social del desarrollo del turismo olímpico, explorando las percepciones de los residentes respecto a los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos de Londres 2012 en las ciudades inglesas de Weymouth y Portlan (Sub sedes del evento). La investigación informa de los resultados obtenidos en la sección transversal de un estudio longitudinal iniciado en el año 2007. Los autores encontraron un nivel alto de apoyo inicial en los residentes respecto la celebración de la vela olímpica en el área local. Sin embargo, aquellos que vivían más cerca de los lugares de celebración del evento demostraban menos apoyo que los que vivían más lejos. Los impactos negativos que identificó la muestra con más fuerza, fueron los socio-ambientales.

En pasado año se han realizado aportaciones reseñables como la llevada a cabo por Balduck, Maes y Buellens (2011), que investigaron a cerca del impacto social del Tour de Francia de 2007 en los residentes de la localidad de Gante. Las percepciones de los impactos se midieron mediante un diseño pre y post, se generaron 396 cuestionarios (235 validos) además realizaron un análisis factorial exploratorio. Dentro de los hallazgos encontrados, destaca que los residentes identifican claramente un beneficio positivo de corto plazo en relación al comercio interno y externo, por el contrario como factores negativos percibidos son aquellos que afectan la vida diaria y el coste de la vida.

También merece mención la investigación realizada por Lorde, Greenidge y Devonish (2011) donde comparan la percepción de los residentes (pre y post) locales sobre los impactos de la Copa del Mundo de Cricket de 2007, celebrada en Barbados. Los investigadores encontraron que había un cambio significativo en la percepción de los impactos positivos y negativos por parte de los barbadenses.

3.4.2.- Experiencias e investigaciones en el ámbito nacional

En España a pesar de haber albergado un gran número de competiciones deportivas de primer orden mundial como los que

3. El impacto de los eventos

hemos citado con anterioridad, las primeras investigaciones sobre la percepción social o impacto social de grandes eventos deportivos se comienzan a realizar a principios de la última década. Uno de los primeros estudios sobre la materia lo realizan los investigadores Casimiro y Añó que dirigieron un grupo de investigación de la Universidad de Almería y el Comité organizador de los Juegos de Mediterráneos de Almería. Entre los trabajos realizados por este equipo cuenta el estudio sobre la imagen social de los Juegos Mediterráneos y hábitos deportivos de los almerienses en el año 2003. Posteriormente en el año 2004 realizan un estudio comparativo de los años 2002 y 2003, a cerca de las opiniones de los almerienses ante los Juegos Mediterráneos de Almería 2005. Finalmente en el año 2006 publicaron un estudio longitudinal sobre la incidencia social de los JJ.MM de Almería 2005, el cual recoge los datos obtenidos en los años 2002, 2003 y 2004 además de conocer la opinión de los almerienses después del evento. Por otra parte Ordaz, Ramírez y Rueda (2007) llevaron a cabo un estudio de evaluación del impacto económico y social del Campeonato de Tenis femenino de la International Tennis Federation (ITF) en Sevilla del año 2006, el cual ofrece una metodología para evaluar el impacto económico y social de la celebración de grandes reuniones deportivas a nivel local, utilizando la técnica ABC para evaluar los impactos económicos y una encuesta para espectadores y no espectadores para evaluar el impacto social. Otros estudios que

han aportado información relevante, han sido los de Añó, Calabuig y Pablos (2009 y 2010) sobre opinión, conocimiento e identificación sobre la candidatura a los Juegos Mediterráneos de 2017 por parte de la población de Tarragona, ambos utilizando la recogida de datos a través de cuestionarios. Por su parte, otros estudios han tenido en cuenta las opiniones y la satisfacción de los espectadores que asisten a los eventos deportivos. De este modo, Mundina et al, (2005) realizaron un estudio sobre la “Calidad percibida y satisfacción de los espectadores de y deportistas de los XV Juegos Mediterráneos de Almería 2005; en los Juegos Mediterráneos de Almería, Pérez, Crespo y Calabuig (2008) realizaron otro estudio sobre “La calidad percibida de los espectadores de eventos deportivos: el caso de una reunión internacional de Atletismo, y por último, en 2012 Josep Crespo presentó una tesis doctoral sobre “Los eventos deportivos: calidad de servicio , valor percibido y satisfacción de los espectadores” dirigida por los profesores Mundina, Calabuig y Aranda. Finalmente Añó, Duclos y Pablos (2010) realizaron un estudio sobre la percepción social sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno entre los ciudadanos de Valencia, estudio que ha servido como punto de partida para la presente investigación aportando datos y aspectos metodológicos necesarios para conseguir los resultados y conclusiones que se presentan en los siguientes capítulos de esta tesis.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.- METODOLOGÍA

En este capítulo se aborda el enfoque de la investigación, visto como proceso. Está estructurado en cuatro secciones: muestreo, instrumentos, procedimientos y por último el método de procesamiento, tratamiento y análisis de los datos obtenidos.

Esta investigación ha seguido una metodología cuantitativa de corte descriptivo, con procedimientos de encuesta. Los diferentes aspectos de estructura e información efectuados tales como: las preguntas, la selección de los procesos para identificar los lugares y la población, de la que es necesaria extraer la muestra para obtener la información, han sido diseñados con anterioridad.

Los estudios que han proporcionado las líneas metodológicas fundamentales de esta investigación han sido los referentes al grupo de investigación de la Universidad de Almería y Comité Organizador de los Juegos de Almería de 2005 (UAL-COJMA), titulado «Opiniones de los almerienses antes los Juegos Mediterráneos Almería 2005», dirigido por los Drs. Antonio Casimiro y Vicente Año así como las investigaciones posteriores sobre la «Opinión de los tarraconenses sobre la candidatura a los Juegos Mediterráneos de 2017» y «Conocimiento e identificación con la candidatura a los Juegos Mediterráneos de 2017 por parte

de la población de Tarragona» ambos dirigidos por el Dr. Vicente Año en 2009 y 2010 respectivamente.

4.1.- Objetivos de la investigación

El objetivo general de esta investigación es analizar la percepción que los ciudadanos de Valencia tienen sobre la realización del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en la ciudad: conocimientos, intereses, actitudes, comportamientos y expectativa de dicha población, con respecto a este evento deportivo.

De este modo, el propósito general del estudio se funda en una gama amplia de objetivos específicos, los cuales ayudarán a definir las diferentes variables del estudio. Dichos objetivos específicos pueden enumerarse de la siguiente forma:

1. Describir el grado de conocimiento que los ciudadanos tienen respecto al GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia.
2. Conocer el grado de satisfacción e identificación personal con la celebración del GP de Europa de Fórmula Uno en la ciudad.
3. Conocer la percepción sobre los beneficios que conlleva la celebración del GP de Europa de Fórmula Uno en Valencia.

4. Determinar las expectativas de los ciudadanos en diferentes ámbitos relacionados con el desarrollo del evento.
5. Identificar la aportación y contribución que puede hacer el GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia al deporte.
6. Determinar el grado de información recibida del evento deportivo.
7. Conocer el nivel de responsabilidad percibido respecto a las diferentes personas e instituciones implicadas con el GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia.
8. Conocer la frecuencia de consumo del deporte espectáculo.

De los objetivos específicos planteados extraemos las variables de la investigación, que son las siguientes.

1. Conocimiento e identificación del GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia.
2. Importancia e impacto del GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia.
3. Información recibida sobre el GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia.
4. Implicación de los ciudadanos y beneficios de la celebración del GP de Europa de Fórmula Uno.
5. Beneficiarios de la celebración del GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia.

6. Dificultad en la organización del GP de Europa de Fórmula Uno y grado de preparación de la ciudad.
7. Hábitos de práctica deportiva de los valencianos. Hábitos como espectador de eventos deportivos que tienen los valencianos.
8. Determinar si existen diferencias en la opinión entre los hombres y mujeres de la población valenciana.
9. Determinar si existen diferencias en la opinión entre los diferentes grupos de edad de la muestra de valencianos.

4.2.- Muestreo

El procedimiento de muestreo seguido ha sido de tipo intencional (no probabilístico). La muestra ha sido estratificada en primer lugar por edad y sexo, y en segundo lugar por distrito censal.

El tamaño de la muestra ha sido distribuida en 19 puntos de muestreo los cuales han sido elegidos considerando la organización distrital del municipio de Valencia. De este modo se han administrado la mitad del total de los cuestionarios en cuatro distritos: Camins al Grau, Poblats Maritims, Quatre Carreres y Algirós denominados en su conjunto como “Poblados Marítimos”, dada su cercanía geográfica al puerto de la ciudad, lugar en donde se lleva a cabo el evento deportivo que motiva esta investigación. La mitad restante de cuestionarios fueron aplicados en los otros 15 distritos, manteniendo la

proporcionalidad respecto a la densidad poblacional de cada uno de estos en relación al total de la población objeto de estudio.

4.2.1.- Población objeto de estudio

Según Gutiérrez Dávila y Oña (2005) el problema de una investigación, en términos generales, surge cuando no es posible utilizar todos los sujetos de una población. La población es el conjunto de unidades que tienen en común una serie de características sobre las que se va a obtener información y datos precisos (Corbetta, 2003). Del mismo modo, para Pereda (1987) y Sierra Bravo (1992) el concepto de población hace referencia a todos los sujetos miembros de un grupo en particular que tiene una o más características en común.

En la presente investigación, la población objeto de estudio está compuesta por las personas que cumplieren las siguientes características: hombres y mujeres, residentes del municipio de Valencia de edad comprendida entre 15 y 65 años. Esto ha supuesto una población total de 561.035 residentes según los datos registrados en el padrón municipal del año 2008.

En la tabla 4.1 podemos observar la distribución de la población de estudio por los siguientes estratos: sexo y edad (número y porcentaje).

4. Metodología

Tabla 4.1.- Distribución de la población de Valencia según edad y sexo

Grupos de Edad	Hombres (N)	Hombres (%)	Mujeres (N)	Mujeres (%)	Total (N)	Total (%)
15 - 19	19035	51,13	18195	48,87	37230	6,63
20 - 24	24636	51,12	23560	48,88	48196	8,6
25 - 29	34606	51,76	32265	48,24	66871	11,91
30 - 34	38398	51,77	35773	48,23	74171	13,22
35 - 39	35618	51,56	33464	48,44	69082	12,31
40 - 44	32730	50,03	32679	49,97	65409	11,66
45 - 49	28446	48,54	30152	51,46	58598	10,44
50 - 54	23729	46,91	26850	53,09	50579	9,02
55 - 59	22129	46,45	25509	53,55	47638	8,5
60 - 64	19715	45,57	23546	54,43	43261	7,71
Total	279042	100	281993	100	561035	100

4.2.2.- Muestra

La determinación del tamaño muestral teórico se realizó para conseguir un error de muestreo, en torno al $\pm 5\%$ para la población objetivo, esto se ha podido cumplir, y tomando todos los datos, el error muestral real se ha ubicado en un $\pm 4,9\%$ con un nivel de confianza del 95% para toda la muestra en su conjunto.

Después de realizado el trabajo de campo, se han obtenido los tamaños muestrales reales, cuyas características por grupos de edad se exponen a continuación (Tabla 4.2). El total de cuestionarios validos ha sido de 421: correspondientes a 235 hombres (55,8%) y 186 mujeres (44,2%), no habiendo contestado a esta pregunta 2 sujetos (,5%).

Tabla 4.2.- Distribución de la muestra por grupos de edad

Grupos de Edad	n	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
15 - 19	18	4,3	4,3
20 - 24	60	14,3	18,5
25 - 29	82	19,5	38
30 - 34	60	14,3	52,3
35 - 39	42	10	62,2
40 - 44	36	8,6	70,8
45 - 49	41	9,7	80,5
50 - 54	36	8,6	89,1
55 - 59	19	4,5	93,6
60 - 64	25	5,9	99,5
N.C	2	,5	100
Total	421	100	

Por otra parte, a continuación podemos observar la ficha técnica de la investigación en la tabla 4.3.

Tabla 4.3.- Ficha técnica de la investigación

Ámbito de aplicación	Municipio de Valencia
Universo	Censo de Habitantes 2008
Tamaño de la muestra	421 sujetos
Tipo de muestreo	Intencional (no probabilístico)
Error de muestreo	$\pm 4,9$ ($p=q=50$)
Nivel de confianza	95%
Instrumento recogida de datos	Cuestionario estructurado.
Trabajo de campo	Julio-Agosto de 2009/Mayo-Junio de 2010.
Realización	Autor.

4.2.3.- Características Sociodemográficas

En ésta sección del apartado se incluye la información referente a distintas variables Sociodemográficas que se consideraron relevantes.

Como se observa en la figura 4.1 que recoge la composición de muestra en la variable Estado civil, la mitad de las personas entrevistadas (53,5%) se agrupan en la categoría de solteros/as, seguido en porcentaje por la condición casado/vive en pareja (41,7%).

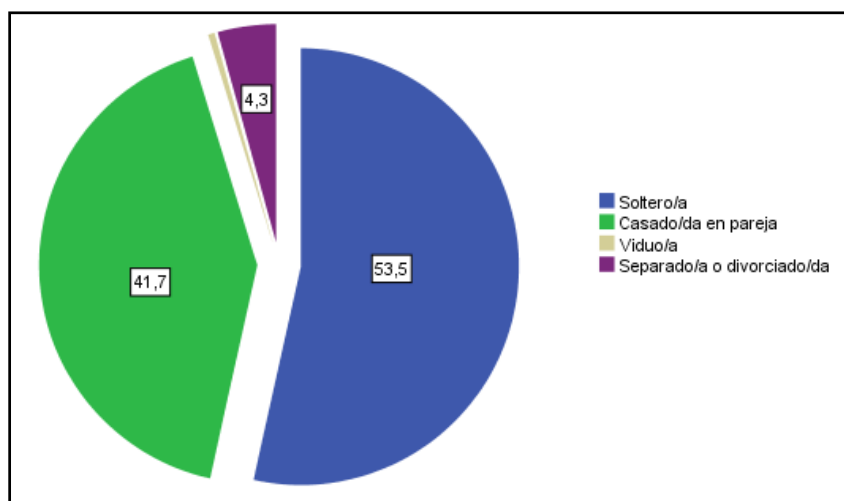


Figura 4.1.- Gráfico de la distribución porcentual del estado civil de la muestra analizada

Respecto a la variable, nivel de estudios, podemos observar en la tabla 4.4 que la categoría de estudios universitarios de grado superior, es la que recoge mayor porcentaje (30,6%). Seguido de

esta condición se ubican las siguientes categorías: Estudios secundarios, bachillerato o B.U.P y C.O.U (19,2%), estudios universitarios grado medio (18,3%), formación profesional (14,5%) y estudios primarios completos/certificado escolar (13,5%).

Tabla 4.4.-Distribución porcentual de los estudios completados por los encuestados

Nivel de estudio	n	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Sin estudios	3	,7	,7
Estudios primarios completos, certificado escolar	57	13,5	14,3
Formación Profesional	61	14,5	28,7
Estudios secundarios, bachillerato o B.U.P y C.O.U	81	19,2	48
Estudios universitarios de grado medio	77	18,3	66,3
Estudios universitarios de grado superior	129	30,6	96,9
N.C	13	3,1	100
Total	421	100	

En relación a la actividad principal de la muestra, la tabla 4.5 que se presenta a continuación contiene en detalle esta información. La categoría de mayor frecuencia en las respuestas es la referente a las personas que trabajan, (56,1%), siguiendo a están aquellos en condición de estudiantes (20%) y parado/as (8.3%).

4. Metodología

Tabla 4.5.- Distribución de la muestra según actividad principal

Actividad principal	n	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Amo/a de casa	24	5,7	5,7
Estudiante	84	20	25,7
Jubilado/Pensionista/Rentista	19	4,5	30,2
Parado/a	35	8,3	38,5
Trabaja	236	56,1	94,5
Otras actividades	10	2,4	96,9
N.C	13	3,1	100
Total	421	100	

Por último, se ha recogido también información de los encuestados respecto a la clase social subjetiva. Los valores obtenidos se reflejan en la tabla 4.6. En esta variable, un porcentaje elevado de encuestados (73,2%) indica que su familia pertenece a la clase media, mientras que el 12, 4% y el 9,5% de los participantes en este estudio responden pertenecer a la clase media Baja y media alta respectivamente.

Tabla 4.6.- Número y porcentaje de personas en la categoría de Clase Social

Clase social	n	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Alta	8	1,9	1,9
Media alta	40	9,5	11,4

Continuación Tabla 4.6			
Media	308	73,2	84,6
Media baja	52	12,4	96,9
Baja	8	1,9	98,8
N.C	5	1,2	100
Total	421	100	

4.3.- Instrumentos

En este apartado se muestran las características del cuestionario utilizado como instrumento de recogida de datos en esta investigación. También revisaremos las adaptaciones que se le han realizado al mismo, para el contexto específico de su aplicación, y finalmente se detallará la estructura de este ordenada por bloques temáticos.

4.3.1.- Características del Instrumento para la recogida de información

En esta investigación se ha utilizado como técnica de recogida de información la encuesta cara a cara estandarizada, o entrevista estructurada, mediante un cuestionario. Una definición de cuestionario es la que ofrece García Ferrando (1986) refiriéndose a este como aquel instrumento de investigación que mediante procedimientos estandarizados de interrogación permiten la comparación de respuestas y obtener mediciones cuantitativas de

4. Metodología

una gran variedad de aspectos objetivos y subjetivos de una población. A esta definición podemos agregar la de Gutiérrez et al (2005) que definen al cuestionario como un instrumento que se utiliza para la obtención de datos, formado por un conjunto de preguntas que componen un cuerpo estructurado y a partir del cual podemos conseguir los objetivos de la medida. Mientras que Ander-Eggs (2003), agrega que el cuestionario es un instrumento de recopilación datos, rigurosamente estandarizado, que traduce y operacionaliza determinados problemas que son objeto de investigación.

Sierra Bravo (2003) aporta, que este instrumento cumple una función de enlace entre los objetivos de la investigación y la realidad de la población observada. Por ello, las condiciones fundamentales que debe reunir, dependen de la investigación y de la población. Se pueden sintetizar, por una parte en traducir los objetivos de la investigación en preguntas concretas sobre dicha realidad, y por otra parte, en ser capaz de suscitar en los encuestados respuestas sinceras y claras a cada pregunta, que puedan después ser tratadas científicamente, es decir, clasificadas y analizadas.

Heinemann (2003) establece cinco ventajas de la encuesta cara a cara estandarizada:

- Ofrece la posibilidad de comparar con mucha exactitud todos los cuestionarios recogidos aunque las respuestas sean muy heterogéneas.
- Es posible realizar un gran número de encuestas en condiciones similares o controlables.
- Los resultados son de fácil cuantificación y por tanto analizables mediante procedimientos estadísticos.
- Hace posible o incluso obliga a una clara separación entre el investigador y el entrevistador, proporcionando así una neutralidad y una uniformidad de la entrevista.
- Puede repetirse de forma estandarizada muchas veces, lo que es especialmente interesante cuando se está realizando un análisis de panel o de tenencias.

4.3.2.- Cuestionario

El cuestionario utilizado en la investigación ha sido elaborado, validado y aplicado por el equipo de investigadores del proyecto «Conocimiento e identificación con los Juegos Mediterráneos por parte de la población de Almería y provincia. Evolución durante los 4 años anteriores al evento», llevado a cabo en Almería por un equipo de investigadores de la Universidad de Almería (UAL) y el Comité Organizador de los XV Juegos Mediterráneos Almería 2005, dirigido por los doctores Antonio Casimiro (UAL) y Vicente Año (UEG y Consejero Delegados de los Juegos), tal y como hemos indicado con anterioridad.

4.3.3.- Adaptación del cuestionario

El cuestionario ha seguido las pautas fundamentales del utilizado en Almería, el cual ha sido elaborado por el grupo de Investigación Universidad de Almería y Comité Organizador de los Juegos Mediterráneos de Almería 2005 “UAL-COJMA” (que podemos consultar en el apartado anexo al final de esta tesis), por tratarse del mismo objeto de estudio, población que alberga un gran evento deportivo internacional, en el caso de esta investigación, el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia. Además se ha considerado lo sugerido por Faulkner y Fredline (2000) que proponen utilizar un mismo instrumento en distintas comunidades para realizar un mejor análisis de patrones de respuesta en relación a la percepción de los residentes sobre grandes eventos deportivos.

Con el objetivo de mejorar la aplicación de la encuesta y facilitar la obtención de los resultados en función de los objetivos de la investigación, un equipo de investigadores de la Unidad de Investigación de Rendimiento Físico y Deportivo (UIRFIDE) de la Universidad de Valencia, adaptó y estableció las correspondientes modificaciones al cuestionario original considerando aquellas características propias de la población objeto de estudio y el contexto en particular en que se desarrolló esta investigación.

Respecto al cuestionario original de del equipo de investigadores UAL-COJMA (2004), se han eliminado los siguientes ítems por no contar con relación alguna con el contexto de este estudio:

- Pregunta 9 referente a la publicidad percibida sobre Almería 2005.
- Pregunta 10 que hacer referencia al logotipo de Almería 2005.
- Preguntas 11 y 12 referentes a la mascota de Almería 2005.
- Pregunta 13 sobre la captación de voluntarios.
- Pregunta 14 con relación a la página web de Almería 2005.
- Preguntas 15 y 16 de conocimiento y asistencia a eventos deportivos organizados por el COJMA.
- Pregunta 17 sobre conocimiento de empresas patrocinadores de los JJ.MM de Almería 2005.
- Pregunta 20 sobre el grado de beneficio del deporte almeriense.
- Pregunta 24 sobre importancia de factores en el éxito de Almería 2005.
- Pregunta 25 referente a la construcción de instalaciones deportivas.
- Pregunta 26 sobre los deportes a los que piensa asistir durante el evento.
- Pregunta 27 sobre la adquisición de merchandising de Almería 2005.

4. Metodología

- Pregunta 28 referente a la coordinación de las administraciones públicas de cara a la organización de los JJ.MM de Almería 2005.
- Pregunta 29, sobre la valoración del trabajo realizado por la organización de los JJ.MM.

El equipo de investigadores de la UIRFIDE decidió, igualmente, incluir en el cuestionario de Valencia 2009 siete nuevos ítems con el objetivo de medir variables relacionadas con los hábitos deportivos de la población, los cuales se indican a continuación:

- Pregunta 15 sobre el grado de interés por el deporte.
- Pregunta 16 referente al tipo de actividad física o deporte que realiza.
- Pregunta 17 sobre la frecuencia de la práctica.
- Pregunta 18 acerca del tipo de instalación deportiva utilizada.
- Pregunta 19 sobre si hay que pagar por practicar deporte.
- Pregunta 21 sobre si considera adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo.
- Pregunta 22 referente a la asistencia al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia.

Para una mejor comprensión del procedimiento de supresión y modificación de ítems, a continuación podemos observar las tabla 4.7 y 4.8, que ilustran en detalle esta cuestión.

Tabla 4.7.- Lista de ítems del cuestionario de Almería 2003 (UAL-COJMA 2004) y estado en relación con el cuestionario de Valencia 2009 (UIRFIDE 2009)

Ítems	Cuestionario Almería 2004	Cuestionario Valencia 2009
1	Conocimiento del evento deportivo	Adaptada
2	Conocimiento participantes	Adaptada
3	Países donde se ha realizado el evento	Modificada
4	Importancia: social, deportivo y económico	S/modificaciones
5	Impacto territorial	Adaptada
6	Información/frecuencia/fuentes de info.	Adaptada
7	Grado ilusión personal con el evento	Adaptada
8	Grado identificación sociedad	Adaptada
9	Conocimiento de la publicidad del evento	Eliminada
10	Conocimiento logotipo del evento	Eliminada
11	Conocimiento mascota	Eliminada
12	Conocimiento mascota en vivo	Eliminada
13	Conocimiento imagen campaña de voluntarios	Eliminada
14	Conocimiento pagina web del evento	Eliminada

4. Metodología

Tabla 4.8.- Continuación tabla 4.7

Ítems	Cuestionario Almería 2004	Cuestionario Valencia 2009
15	Conocimiento eventos deportivos del COJMA	Eliminada
16	Asistencia a eventos del COJMA	Eliminada
17	Conocimiento patrocinadores de Almería 2005	Eliminada
18	Grado de beneficios en diferentes aspectos	Adaptada
19	Beneficiarios principales del evento	Modificada
20	Grado de beneficio del deporte almeriense	Eliminada
21	Dificultad de organización del evento	Adaptada
22	Grado de preparación de la ciudad	Adaptada
23	Grado de responsabilidad personas/instituciones	Modificada
24	Grado de importancia de factores	Eliminada
25	Grado de utilización posterior de instalaciones	Modificada
26	Deportes que tienen pensado asistir del evento	Eliminada
27	Grado de interés en adquirir productos del evento	Eliminada
28	Valoración coordinación entre administraciones	Eliminada
29	Valoración trabajo de la organización	Eliminada
30	Si ve espectáculos deportivos en directo	S/modificaciones
31-38	Variables sociodemográficas	S/modificaciones

4.3.4.-Estructura del cuestionario utilizado

Teniendo en cuenta todas las premisas que hemos revisado en las secciones anteriores, se elaboró el cuestionario definitivo, (que se incluye en el anexo), el cual cuenta con 29 preguntas agrupadas en 5 bloques temáticos que se describen a continuación:

- i. Bloque I: Conocimiento e identificación con el Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia.

El primer bloque de ocho preguntas del cuestionario busca situar al entrevistado en el tema objeto de la investigación, donde se precisa determinar con qué actividad se asocia el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno, por parte de la población, reconocer que tipo de participantes toman parte en la competición y señalar en que otros países se lleva a cabo.

También exponen preguntas en relación a la importancia que se le puede atribuir al la Fórmula Uno en los niveles: social, deportivo y económico. Y el grado de identificación personal y colectiva con el acontecimiento.

Además, se busca determinar el grado de impacto en el ámbito territorial, desde el local al Internacional.

Luego, respecto a la información, es de interés conocer cuáles son los principales canales, frecuencia y cantidad de información que se recibe del acontecimiento.

ii. Bloque II: Beneficios que reportará el Gran Premio de Fórmula Uno en Valencia.

La realización de un evento como la Fórmula Uno en Valencia, implica una importante inversión desde la Administración Pública, con el fin de lograr beneficio y el desarrollo local. Con el objetivo de medir el impacto que la ciudadanía espera, este apartado de 2 preguntas, recoge las opiniones de los ciudadanos en referencia a los beneficios en diversos aspectos de la ciudad como: la infraestructura general, el turismo, instalaciones deportivas, la práctica deportiva, la economía, el empleo y el urbanismo. Como también indicar que grupos o colectivos de personas se proyectan como principales beneficiarios con la celebración de este gran evento deportivo.

iii. Bloque III: Gestión y organización del Gran Premio de Fórmula Uno en Valencia

El bloque tercero nos presenta tres preguntas relacionadas con tres elementos relacionados con la gestión y organización del evento deportivo en cuestión: dificultad de organización, preparación de la ciudad y responsabilidad en el éxito del GP de Fórmula Uno en la ciudad.

Es interesante, conocer como la población de una ciudad que alberga un acontecimiento de tal envergadura como la Fórmula Uno, otorga un nivel de esfuerzos organizativos en la consecución de esta. De igual forma diagnosticar a través de sus respuestas

cual es el grado de preparación de la ciudad respecto a diversas facetas como: el circuito, la limpieza, los accesos desde el exterior, los alojamientos, el transporte público, la seguridad, la sanidad y la restauración. Como también reconocer el grado de responsabilidad que tienen las personas e instituciones en el éxito de esta acción.

iv. Bloque IV: Hábitos deportivos.

El penúltimo bloque de ocho preguntas recoge aquellas facetas relacionadas con la práctica de actividades deportiva, como también el consumo de deporte espectáculo en directo o indirecto, a través de la televisión, por parte de los valencianos.

v. Bloque V: Variables Sociodemográficas.

En este bloque final se indaga sobre algunas características personales como edad, género, lugar de nacimiento, estado civil, nivel de estudios, actividad principal y clase social agrupadas bajo el concepto de variables sociodemográficas, con el propósito de sistematizar la información, que permita establecer de qué manera estos aspectos se relacionan con el tipo de respuesta obtenida en los otros cuatro bloques.

4.4.-Procedimientos

4.4.1.-Trabajo de campo

Partiendo de los puntos de muestreo seleccionados se aplicó un sistema de rutas aleatorias o *random route*, que esencialmente consiste en recorrer en *zig-zag* un itinerario aleatorio desde un lugar señalado como partida en el punto de muestreo establecido. En este estudio al contar con una muestra grande, las rutas fueron subdivididas considerando un punto de partida, y un trayecto realizado en cada núcleo poblacional. Se realizaron un total de 19 rutas, una por distrito seleccionado (Figura 4.2), en los meses de Julio y Agosto de 2009, donde se aplicaron 194 cuestionarios. Posteriormente con el objetivo de conseguir un error de muestreo más ajustado, se ha repetido el proceso durante los meses de Mayo y Junio 2010 obteniendo los restantes 227 cuestionarios.

Este sistema de realización de rutas permitió seleccionar aleatoriamente la muestra dentro de cada sección censal (distritos), de esta manera, siguiendo las directrices marcadas por el director de la investigación, se tuvieron que completar, en su punto de muestreo, un número determinado de cuestionarios, estableciendo con antelación el de hombres y mujeres de unas determinadas franjas de edad, los cuestionarios han sido cumplimentados por el encuestador (autor) personalmente cara a

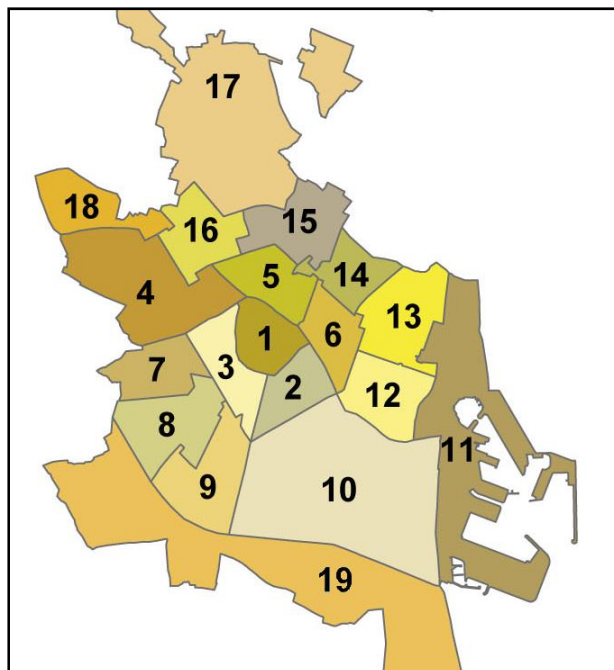


Figura 4.2.- Mapa ilustrativo de la organización por distritos del municipio de Valencia. (Fuente: Ayto. de Valencia)

cara con los entrevistados de la muestra en la calle, domicilios particulares y centros laborales, donde se nos facilitó el acceso para la obtención de parte de la muestra. Las rutas seguidas, se llevaron a cabo en aquellos núcleos urbanos de gran concentración de individuos de las diferentes franjas de edades consideradas en la investigación, lo que se traduce en el aumento de posibilidades de obtención de sujetos para la muestra. Estos núcleos considerados fueron preferentemente el comercio, estaciones de transporte público (Renfe, metro, estaciones de autobuses, paradas de estos), espacios de ocio y recreación

4. Metodología

(parques, cines, polideportivos), y las propias instalaciones universitarias valencianas. Además se dio especial atención a determinar un horario adecuado para la toma de datos, el cual se fijó en la franja horaria de 18:00 - 21:00 horas. Se evitó aplicar cuestionarios en proximidades del puerto deportivo, lugar donde se focaliza el evento con el objetivo de sesgar la muestra.

La primera etapa del trabajo de campo se llevo a cabo en meses de verano y tuvo como límite la fecha de la celebración de la carrera el día 23 de Agosto de 2009. Para la segunda etapa se cambiaron los meses de recogida de información, a causa de la decisión de la organización de la Fórmula Uno de adelantar la fecha celebración de la carrera en Valencia para el día 27 de Junio de 2010 (2 meses de adelanto respecto año anterior). Intentando mantener las mismas condiciones que en la primera recogida de información, se decidió en acuerdo con el director de la investigación adelantar la segunda etapa del trabajo de campo, lo cual repercutió de manera positiva, ya que hubo mayor disposición por parte de la población objeto de estudio a la contestación del cuestionario, así lo ratifican los 227 cuestionarios que se aplicaron (33 más que en la primera etapa). Esto se puede explicar por las por darse mejores condiciones climáticas durante los meses de Mayo y Junio versus las altas temperaturas que se registran en Julio y Agosto en Valencia. Para Sierra Bravo (2003) el lugar idóneo para la realizar la entrevista debe ser agradable y acogedor, de modo que facilite la

comunicación, en este sentido, claramente no se han dado las mejores condiciones para la aplicación del cuestionario en la primera recogida de información.

En la tabla 4.9 podemos observar en detalle los puntos de muestreo con la descripción de los itinerarios llevados a cabo. A continuación debajo, y a modo de ejemplo en la figura 4.3, se ilustra la ruta realizada en el distrito nº 14 Benimaclet.

Tabla 4.9.-Puntos de muestreo (Distritos) y rutas realizadas

Nº/Distrito	Rutas aleatorias
1.Ciutat Vella	1.- Calle Colón / 2.- Calle Játiva / 3.- Av. Marqués de Sotelo / 4.- Calle del Periodista Azzati /
2.Eixample	1.- Calle Ruzafa / 2.- Gran Vía Marqués del Turia / 3.- Calle Martí / 4.- Av. Reino de Valencia / 5.- Av. Peris y Valero /
3.Extramurs	1.- Tramo III Rio Turia / 2.- Gran Vía Fernando el Católico / 3.- Calle Ángel Gimerá / 4.- Calle Buen Orden / 6.- Calle San Francisco de Borja /
4.Campanar	1.- Av. Menendez Pidal / 2.- Av. Tirso de Molina / Av. Campanar / 4.- Av. Pio XII / 5.- Calle Joaquín Ballester 6.- / 7.- Parque de Tendetes
5.La Saldia	1.- Parque Marxalenes / 2.- Calle Reus / 3.- Calle Visitación / 4.- Calle Actor Mora / 5.- Calle Fray Pedro Vives / 6.- Calle Almazora / 7.- Estación metro Pont de Fusta
6.El Pla del Real	1.- Av Primado Reig / 2.- Calle Jaime Roig / 3.- Av. Blasco Ibañez / 4.- Av. Aragón / 5.- Calle Amadeo Saboya
7.L` Oliveret a	1.- Av. Nueve de Octubre / 2.- Av. Del Cid / 3.- Calle Burgos / 4.- Plaza Roma / 5.- Calle Brasil

4. Metodología

Continuación Tabla 4.9	
8.Patraix	1.- Plaza Enrique Granados / 2.- Calle Fontaneres / 3.- Calle Beato Nicolas Factor /
9.Jesús	1.- Calle Mora de Rubielos
10.Quatre Carreres	1.- Calle Alcalde Reig 2.- Av. Instituto Obrero de Valencia 3.- Calle Esritor Rafaell Ferreres / 4.- Av. Alcalde Gisbert Rico
11.Poblats Maritims	1.- Calle Conde de Melito / 2.- Calle Tramoyere / 3.- Calle La Marina / 4.- Plaza Iglesia de los Ángeles / 5.- Calle Pintor Ferrandis / 6.- Calle Luis Despuig / 7.- Calle Felipe de Gauna / 8.- Calle Vicente Balleste
12.Camins al Grau	1.- Parque de Ayora / 2.- Calle Jerónimo de Monsoriu / 3.- Calle Conserva / 4.- Av. Del Puerto / 5.- Calle Islas Canarias / 6.- Plaza Santa Apolonia
13.Algirós	1.- Av. Blasco Ibañez / 2.- Polideportivo Beteró / 3.- Jardines Universidad Politécnica de Valencia / 4.- Calle Serpis
14.Benimacl et	1.- Calle de Benicarló / 2.- Calle Dolores Marqués / 3.- Calle de Utiel / 4.- Calle Albocacer / 5.- Calle Emilio Baró / 6.- Calle Manuel Castellanos / 7.- Av. Valladolid / Calle Masquefá
15.Rascanya	1.- Calle Arquitecto Tolsa / 2.- Parque Orriols / 3.- Calle San Vicente de Paúl / 4.- Calle Santiago Rusiñol
16.Benicalap	1.- Av Burjassot / 2.- Calle Florista / 3.- Calle Buen Retiro / 4.- Doctor Nicasio Benlloch / 5.- Plaza Joaquín Muñoz Peirats
17.Poblats del Nord	1.- Calle del Marqués de Laconi (Borbotó).
18.Poblats del Oest	1.- Pza. Luis Cano / 2.- Calle Felipe Valls / 3.- Calle Crisostomo Martínez / 4.- Calle Elisa Tormo / 5.- Calle Ingeniero Auban / 6.- Exteriores Centro de Salud.
19.Poblats del Sud	1.- Calle Vicente Puchol / 2.- Calle José Siurana / 3.- Calle de Ador.

4. Metodología

vez obtenido el cuestionario final, se procedió al diseño y planificación de la investigación. Un mes antes del trabajo de campo se organizaron todos los aspectos referidos, material: impresión de cuestionarios, callejeros, horarios.

En la segunda fase llevó a cabo el trabajo de campo. Se levantó información en dos momentos (Julio/Agosto 2009 y Mayo/Junio 2010). Después de cada a de recogida de datos se continuó con la revisión bibliográfica, se ingresaron y se trataron los datos en una matriz informática del paquete SPSS versión 17 y se realizó un análisis estadístico de de cara a la presentación de memorias e informes de avance a solicitud el director de la investigación.

La tercera fase y final se realizó la redacción de los resultados obtenidos y la construcción del informe final en formato de tesis doctoral.

En la tabla 4.10 podemos observar de manera más ilustrativa la cronología del trabajo realizado.

Tabla 4.10.- Cronología del trabajo

Tareas	Meses																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Revisión bibliográfica																				
Adaptación del cuestionario																				
Diseño de la investigación																				
Organización Trabajo de campo																				
Trabajo de campo																				
Introducción y tratamiento de datos																				
Análisis y discusión de resultados																				
Redacción resultados e informe																				

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.- RESULTADOS

En el capítulo cinco se presentan los datos y resultados que se han obtenido como producto del proceso de recogida de la información, mediante el cuestionario que ya hemos descrito en el capítulo de metodología y que podemos consultar en el apartado de anexo, adjuntado al final de esta tesis.

En primer lugar ofrecemos los resultados del análisis descriptivo de los datos conseguidos, en segundo orden continuaremos con el análisis de los datos tratados por grupos considerando la variable sexo como determinante. En tercer lugar, y para finalizar revisaremos el análisis de los datos por grupos, esta vez determinados por la variable edad.

5.1.- Análisis descriptivo de los datos

El análisis descriptivo de los datos nos permite representar y analizar la información obtenida en la recogida de datos, calculando valores de tendencia central que nos permite interpretar como se comporta la muestra respecto a cada una de las variables que hemos medido.

5. Resultados

5.1.1.- Conocimiento e identificación con la Fórmula Uno

A la pregunta de qué cree que es el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno, el 95,5% afirma que es una competición deportiva internacional, mientras que el 1,9 % cree que es una semana cultural y el 1,4% de la muestra que es un programa de televisión (Tabla 5.1).

Tabla 5.1.- Identificación del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como evento

	Certamen musical	Semana musical	Competición deportiva int.	Programa de televisión	No lo sabe	N	Media	Desv. Típica
Qué cree que es el Gran Premio de F1	1,0	1,9	95,5	1,4	1,4	421	2,98	,284

Las respuestas que dieron los consultados en la ciudad de Valencia a la pregunta sobre quienes creen que puede participar en la Fórmula Uno se pueden observar en la tabla 5.2.

Un 76,6% de la muestra encuestada indica que las escuderías son quienes pueden participar, mientras que el 19,3% de los encuestados afirma que pueden participar selecciones de pilotos,

países europeos y países de todo el mundo. El restante 4% no lo sabe.

Tabla 5.2.- Conocimiento sobre quienes participan en la Fórmula Uno

	Escuderías	Países de todo el mundo	Selecciones de pilotos	Países europeos	No lo sabe	N	Media	D. Típica
Quién cree que puede participar en la F1	76,6	7,1	9,3	2,9	4,0	419	1,51	1,048

Respecto a la pregunta, ¿En qué países se celebran Grandes Premios de Fórmula Uno? A continuación se presenta la tabla 5.3 que resume las respuestas de los 10 países consultados.

Al consultar los datos señalados (tabla 5.3), destaca que un 95,7% de los consultados responde que en España se celebran Grandes Premios de Fórmula Uno. Lo mismo ocurre con Italia, Brasil y Estados Unidos con porcentajes de 79,3%, 73,9% y 51,1% respectivamente.

Mientras que el conocimiento por aquellos países de la lista donde se ha afirmado que no se realiza esta competición, un importante porcentaje de los encuestados ha señalado que en Marruecos, Argentina e Islandia (62,5%, 53,2% y 50,6% respectivamente) no se celebran la competición.

5. Resultados

Tabla 5.3.- Conocimiento sobre países donde se celebran Grandes Premios de Fórmula Uno

	Sí	No	No lo sabe	N	Media	D. Típica
Australia	72,0	4,3	22,6	416	1,50	,842
EE.UU	51,1	19,7	26,4	409	1,75	,857
China	55,3	17,3	24,9	411	1,69	,853
Argentina	8,3	53,2	32,1	394	2,25	,607
España	95,7	0,7	3,6	421	1,08	,379
Suiza	17,3	40,4	36,6	397	2,20	,729
Brasil	73,9	6,9	17,8	415	1,43	,780
Islandia	7,1	50,6	37,1	399	2,32	,606
Italia	79,3	4,0	15,2	415	1,35	,733
Marruecos	4,5	62,5	28,3	401	2,25	,532

5.1.2.- Importancia e impacto del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia

Otro de los aspectos de interés para este estudio ha sido la importancia que la sociedad valenciana concede al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia, desde un punto de vista social, deportivo y económico, así como el impacto o repercusión.

Según se observa en la tabla 5.4, el 43% de los ciudadanos percibe que el evento tiene poca o ninguna importancia a nivel social.

En tanto, un 62% entiende que existe bastante o mucha importancia a nivel deportivo. La importancia a nivel económico

recibe una valoración de 53% de los encuestados que le otorgan bastante o mucha importancia, un 13,8% señala algo de importancia, mientras que el 31,1% valora como ninguna y poca importancia en esta materia.

Tabla 5.4.- Importancia social, deportiva y económica de la Fórmula Uno

	Ninguno	Poco	Algo	Bastante	Mucho	No sabe	N	Media	Desv. Típica
Nivel social	25,7	17,3	20,7	23,8	10,7	1,0	417	2,79	1,389
Nivel deportivo	12,4	11,6	12,8	37,3	24,7	,2	417	3,52	1,323
Nivel económico	24,2	6,9	13,8	24,7	28,3	1,2	417	3,30	1,570

La percepción de los ciudadanos sobre el impacto o repercusión del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno se preguntó en distintos niveles territoriales: local, autonómico, estatal e internacional.

La tabla 5.5 indica que el impacto es elevado (mucho o bastante) en los niveles local y autonómico con un 60,9% y un 57,7% de consultados como “bastante o mucho” respectivamente. Para el nivel estatal esta misma tendencia baja a un 43,3%. Mientras, que la percepción del impacto que se otorga al nivel internacional es valorado por un 53,9% como “bastante o mucho”.

5. Resultados

Tabla 5.5.- Impacto local, autonómico, estatal e internacional de la Fórmula Uno

	Ninguno	Poco	Algo	Bastante	Mucho	No lo sabe	N	Media	Desv. Típica
Nivel local	8	15,3	14,3	35,2	25,7	1,5	412	3,60	1,278
Nivel autonómico	7,5	11,9	21,6	31	26,7	1,2	412	3,61	1,240
Nivel estatal	10,4	14,1	29,9	26,8	16,5	2,2	411	3,31	1,262
Nivel internacional	8,9	12,1	23,3	27,9	26	1,7	412	3,55	1,286

En este apartado también se recogen las respuestas de los ciudadanos a distintos aspectos relacionados con el conocimiento y/o información percibidos sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia, por ello en esta sección se analizarán las respuestas de los encuestados en referencia a tres materias:

Grado de conocimiento y/o información que tiene sobre la celebración del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia.

1. Frecuencia con que recibe información sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia.
2. Cantidad de información recibida y fuente o medio de comunicación desde la que recibe la información.

Respecto al grado de conocimiento y/o información sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia, los ciudadanos

indican tener ninguna y poca información expresada con un 38,1% (Tabla 5.6).

Tabla 5.6.- Grado de conocimiento y/o información del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia

	Ninguno	Poco	Algo	Bastante	Mucho	No lo sabe	N	Media	Desv. Típica
Grado de conocimiento del GPE de F1	13,5	24,6	34,3	18,1	8,9	0,5	414	2,86	1,163

Por el contrario sólo un 27% de los encuestados manifiesta tener bastante y mucho grado de conocimiento. Por otra parte el 34,3% de entrevistados que expresa tener algo de conocimiento sobre el Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia (Tabla 5.6).

En relación a la frecuencia de información que reciben los valencianos sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia, podemos observar (Tabla 5.7) como la mayoría afirma recibirla con menos frecuencia (57,5%) que la correspondiente a dos semanas. El 18,4% afirma recibirla semanalmente, y mientras que el 17,4% entre uno y tres días.

5. Resultados

Tabla 5.7.- Frecuencia con la que recibe noticias relacionadas con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia

	Diariamente	Cada 2-3 días	Semanalmente	Cada 2 semanas	Menos frecuencia	N	Media	Desv Típica
Frecuencia con que recibe información	6,6	10,8	18,2	6,9	57,5	379	3,98	1.337

Otro dato interesante para conocer el impacto mediático que tiene el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia, es la cantidad y medios por los cuales los valencianos reciben información sobre esta competencia deportiva.

Respecto a la prensa escrita, tal como se grafica en la tabla 5.8, el 20,9% de los ciudadanos de Valencia asegura recibir bastante y mucha información a través de prensa local, en tanto, un 17,3% opina recibir algo de información por este medio. Es importante constatar que un elevado 45,8% de los encuestados asegura no consultar este medio de comunicación. Respecto a la información recibida desde la prensa nacional, un discreto 16,4% de los consultados manifiesta que esta es bastante y mucha. Mientras un 51,5% declara no informarse por este medio.

En relación a los medios audiovisuales tradicionales como son la radio y televisión, se observa en la tabla 5.8 que en porcentajes considerables, los entrevistados indican no saber valorar la

cantidad de información recibida por estas fuentes de información (Prensa local 45,8%, prensa nacional 51,5%, televisión local 44,4%, televisión autonómica/nacional 31,1%, radio 51,5%, Internet 47,7%, folletos y vallas publicitarias 50,6%). De quienes consultan estos medios, los datos revelan que el 36,3% recibe bastante y mucha información a través de la televisión autonómica y/o nacional. Por debajo el 27,4% afirma recibir bastante y mucha información a través de la televisión local. Por el contrario el 21,2% afirma recibir nada y poca información a través de la radio.

Tabla 5.8.- Fuente y Cantidad de información recibida relacionada con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia

	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho	No sabe	N	Media	Desv. Típica
Prensa local	7,6	8,3	17,3	14,7	6,2	45,8	421	3,07	1,202
Prensa nac.	6,7	8,6	16,9	13,1	3,3	51,5	421	2,96	1,129
Televisión local	7,6	6,7	14,0	18,1	9,3	44,4	421	3,26	1,263
TV aut/nac	4,3	10,0	18,3	23,0	13,3	31,1	421	3,45	1,140
Radio	8,8	12,4	14,5	9,5	3,3	51,5	421	2,72	1,273
Internet	11,4	8,6	8,8	13,8	9,7	47,7	421	3,04	1,433
Folletos/vallas publ.	6,4	13,1	16,4	9,7	3,8	50,6	421	2,83	1,125
Otros medios	9,3	6,9	9,5	1,7	,5	72,2	421	2,18	1,022

5. Resultados

Respecto de otros Medios de comunicación menos tradicionales, en la tabla 5.8, se observa que los encuestados reciben bastante y mucha (23,5%) información a través de internet y en menor frecuencia a través de vallas y folletos publicitarios y otros medios de información.

Dos han sido las cuestiones encaminadas a valorar la implicación del ciudadano con la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia. Por un lado hemos considerado la ilusión personal que el ciudadano muestra con este acontecimiento deportivo, y por otra parte, se ha estimado la valoración que hace el ciudadano de la ilusión que cree existir en la sociedad valenciana, independientemente de que sea o no compartida.

Tabla 5.9.- Ilusión personal por la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en Valencia

	Nada	Poco	Bastante	Mucho	N	Media	Desv. Típica
Grado de ilusión personal que tiene por el GPE de F1	41,6	27,6	24,2	6,7	421	1,96	,962

En la tabla 5.9 podemos observar que un 69,2% de los ciudadanos de Valencia tienen ninguna o poca ilusión por este

acontecimiento. En tanto para el 31,1% restante de encuestados tiene bastante y mucha ilusión por la realización del evento deportivo.

Respecto a cómo los encuestados perciben que el resto de la sociedad se identifica con dicho acontecimiento deportivo, independientemente de que compartan la opinión, un 64,7% de los valencianos indican nada y poca identificación, mientras que para el 35,2 % estima que esta es bastante y mucha (Tabla 5.10).

Tabla 5.10.- Grado de identificación de la sociedad valenciana con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno

	Nada	Poco	Bastante	Mucho	N	Media	Desv. Típica
Grado de identificación de la sociedad valenciana con el GPE de F1	17,6	47,1	28,3	6,9	420	2,25	,823

5.1.3.- Beneficios de la celebración del Gran Premio de Fórmula Uno en Valencia

Para conocer los principales beneficios de la celebración del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia, interrogamos a los encuestados sobre la percepción del grado en que el Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia va a beneficiar a las infraestructuras, el turismo, las instalaciones deportivas, la economía, el empleo, el urbanismo y la práctica deportiva.

También se indagó sobre la percepción que se tiene frente a los grupos que más se beneficiarían con el evento, los ciudadanos, los políticos, los deportistas, los medios de comunicación, los empresarios, los turistas o el comité organizador.

Para los valencianos, el sector que se verá más beneficiado con la realización del Gran Premio de Fórmula Uno en la ciudad será el turismo. De este modo, el 76,9% (Tabla 5.11) de ellos cree que este sector se beneficiará bastante y mucho. La economía también se beneficiará bastante y mucho en opinión del 63,5% de los valencianos. En esta misma línea, los encuestados manifiestan que aspectos como el urbanismo e instalaciones deportivas tendrían escaso beneficio, así lo indica el 69% de los valencianos que opina que tal grado de beneficio sería nada y poco.

Finalmente otros aspectos donde se pueden observar una diferencia porcentual más estrecha son en infraestructura general, donde el 59,1% de los encuestados valoran como nada o

poco los beneficios, versus el 40,8% que valora los beneficios como bastante o mucho. De igual manera se puede observar en el aspecto de empleo que un 55,6% de los consultados asegura que hay escasos beneficios (nada o poco), mientras que el 44,4% cree que habrá bastante o mucho beneficio en este sector.

Por el contrario se puede observar como el 76% de los encuestados considera que el grado de beneficio de la práctica deportiva es nada o poco (Tabla 5.11).

Tabla 5.11. Grado en que puede beneficiar la Fórmula Uno a Valencia en distintos aspectos

	Nada	Poco	Bastante	Mucho	N	Media	Desv. Típica
Infraestructura general	22,3	36,8	31	9,8	416	2,28	,922
Urbanismo	27,9	41,4	23,8	6,7	415	2,09	,884
Turismo	4,8	18,2	43,6	33,3	417	3,06	,840
Economía	7,4	29,0	43,4	20,1	417	2,76	,857
Práctica deportiva	39,8	36,2	15,1	7,9	413	1,91	,932
Instalaciones deportivas	31,2	37,9	18,9	11,5	415	2,11	,978
Empleo	8,6	47,0	35	9,4	417	2,45	,780

Un acontecimiento deportivo de la magnitud y el impacto del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia tiene una repercusión clara en varios sectores y estamentos, por esto, es interesante conocer la opinión de la población sobre cuáles de

5. Resultados

estos estamentos y grupos pueden resultar más beneficiados por la celebración de este evento.

En este sentido, en la tabla 5.12 se observa que en opinión percibida por los valencianos, el Comité organizador (Valmor) (82,7%), los empresarios (75,3), los grupos políticos (74,2%) y los Medios de comunicación (71,2%) se beneficiarán bastante y mucho.

Según los encuestados, los menos beneficiados (poco o nada beneficiados) por la celebración del evento serían los ciudadanos (72,2%), los deportistas (42,8%) y los turistas (26,8%).

Tabla 5.12.- Grado de beneficio con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de los principales grupos y colectivos de personas

	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho	No sabe	N	Media	Desv. Típica
Ciudadanos	41,8	30,4	18,6	7,7	1,2	,2	414	1,97	1,031
Grupos políticos	1,9	5,3	17,5	35,9	38,3	1,2	418	4,07	,993
Deportistas	21,3	21,5	21,5	19,3	14,3	2,2	414	2,90	1,421
Turistas	11,1	15,7	31,3	21,4	20,0	0,5	415	3,25	1,264
M.Comunicación	1,2	7,5	19,7	43,8	27,4	0,5	416	3,90	,943
Comité Org	1,0	3,1	11,3	31,6	51,1	1,9	415	4,34	,892
Empresario	3,6	5,3	14,4	38,0	37,3	1,4	416	4,04	1,054

Otro dato interesante es la percepción que tienen los ciudadanos sobre la complejidad de la organización de un evento de este

tipo, la coordinación entre las distintas administraciones y el grado de preparación de la ciudad para poder acoger un acontecimiento de esta clase.

Como se puede observar en la tabla 5.13 un 71% de los ciudadanos cree que la organización de este evento tiene bastante y mucha dificultad mientras que para el 29% tiene ninguna y poca dificultad.

Tabla 5.13.- Grado de dificultad que tiene la organización la Fórmula Uno en Valencia

	Ninguna	Poca	Bastante	Mucha	N	Media	Desv. Típica
Grado de dificultad que tienen la organización del GPE de la F1 de Valencia	5,5	23,5	43,9	27,1	417	2,93	,850

5.1.4.- Gestión y organización del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia

Respecto al grado de preparación que la ciudad posee ante la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en Valencia, se ha analizado la percepción de los ciudadanos frente a ocho facetas distintas: el circuito de fórmula uno, los restaurantes, la limpieza, los accesos, los alojamientos la seguridad, la sanidad y el transporte público.

5. Resultados

Al observar los datos de la tabla 5.14, se desprende que los ciudadanos consideran que la ciudad se encuentra preparada para albergar un evento deportivo de tal magnitud, así lo manifiestan el 81,8% de los entrevistados, que percibe que el grado de preparación de la ciudad en alojamientos es bastante y mucho, lo siguen restauración (76,1%), seguridad (69,6%) y transporte público (63,7%). En particular al consultar por el circuito de Fórmula Uno, un 67,1% de las opiniones indican que el grado de preparación de este es bastante y mucho. Porcentajes algo más bajos se dan respecto a la preparación de la ciudad en sanidad, limpieza y accesos desde el exterior siendo valorados por los encuestados con bastante y mucha preparación con porcentajes correspondientes a 61,8%, 56,5% y 56,6% respectivamente.

Tabla 5.14.- Grado de preparación de la ciudad ante la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en distintos ámbitos

	Ninguna	Poca	Bastante	Mucha	N	Media	Desv. Típica
Circuito	6,0	26,9	48,1	19,0	416	2,80	,813
Limpieza	8,4	35,1	45,7	10,8	416	2,59	,793
Accesos desde el exterior	5,3	38,2	45,2	11,4	414	2,63	,754
Alojamientos	1,9	16,2	56,0	25,8	414	3,06	,704
Transporte público	6,8	29,5	48,4	15,3	413	2,72	,802
Seguridad	4,8	25,5	55,4	14,2	415	2,79	,740
Sanidad	6,5	31,6	47,8	14,0	415	2,69	,790
Restauración	5,3	18,6	49,4	26,7	415	2,98	,816

Otra información que fue consultada a los ciudadanos fue el grado de responsabilidad de las personas e instituciones en el éxito de la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia.

Los ciudadanos han considerado como bastante o mucho el grado de responsabilidad en éxito del evento, a la organización (93,3%), a los Medios de comunicación (87,4%) y a las instituciones públicas (83,8%). A continuación, bajando en percepción, el 62,1% de los consultados considera que los deportistas tienen bastante o mucha responsabilidad. Por el contrario el 73,4% los entrevistados han indicado que el grado de responsabilidad en el éxito del GPE de Fórmula Uno, por parte de los ciudadanos es poca o ninguna. (Tabla 5.15).

Tabla 5.15.- Grado de responsabilidad de grupos e instituciones en el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia

	Ninguna	Poca	Bastante	Mucha	N	Media	Desv. Típica
Ciudadanos	35,0	38,4	20,4	6,2	417	1,98	,897
Inst. públicas	3,6	12,6	47,5	36,3	419	3,16	,779
M. Comunicación	1,7	11,0	49,9	37,5	419	3,23	,706
La organización	,5	6,2	36,0	57,3	417	3,50	,636
Deportistas	11,5	26,4	35,0	27,1	417	2,78	,974

En la tabla 5.16, podemos ver los datos correspondientes a la percepción que tienen los ciudadanos respecto al grado de

5. Resultados

utilización que tendría el circuito de Fórmula Uno después de la celebración del Gran Premio de Europa, un porcentaje de 84,1% de los encuestados, considera que el grado de utilización será ninguna y poco. En cambio sólo el 15,9% de encuestados otorga bastante o mucho grado de utilización del circuito después del evento.

Tabla 5.16.- Grado de utilización del circuito después de la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia

	Ninguna	Poca	Bastante	Mucha	N	Media	Desv. Típica
Grado de utilización del circuito después de la celebración del GPE de F1.	52,5	31,6	11,6	4,3	415	1,68	,844

5.1.5.- Hábitos deportivos de los valencianos

En la encuesta también se ha preguntado sobre el interés que los ciudadanos tienen por el deporte. En términos generales el 68% dice tener bastante y mucho interés personal por el deporte, en cambio el 32% tiene poco y nada de interés (Tabla 5.17).

Tabla 5.17.- Grado de interés personal por el deporte

	Nada	POCO	Bastante	Mucho	N	Media	Desv. Típica
Grado de interés personal por el deporte	5,3	26,7	33,5	34,5	415	2,97	,908

Al preguntar abiertamente sobre el tipo de práctica deportiva o actividad física que realizan los valencianos, según podemos observar en la tabla 5.18, un 18,1% aseguró no realizar ningún tipo de actividad física o deporte. En relación a quienes si realizan, se destaca entre todas las modalidades que los encuestados indicaron, que un 16,6% afirma que el fútbol es el deporte más practicado, seguido a este con un 13,5% caminar (andar) y debajo destacan dentro de la diversidad de las respuestas (al ser una pregunta abierta) modalidades como el ciclismo/ciclismo recreativo (10,2%), natación (8,1%) y Footing/correr (7,1%).

5. Resultados

Tabla 5.18.- Deportes y Actividad Física realizada por los habitantes de Valencia

	n	Porcentaje	porcentaje acumulado
Ninguno	76	18,1	18,1
Fútbol	70	16,6	34,7
Natación	34	8,1	42,8
Baloncesto	11	2,6	45,4
Pelota Valenciana	1	,2	45,6
Snowboard	2	,5	46,1
Footinq/Correr	30	7,1	53,2
Andar/Caminar	57	13,5	66,7
Senderismo	8	1,9	68,6
Tenis	11	2,6	71,3
Fitness	4	1,0	72,2
Ciclismo/Ciclismo recreativo	43	10,2	82,4
Spinning	5	1,2	83,6
Tenis de mesa	2	,5	84,1
Gimnasia	9	2,1	86,2
Rugby	5	1,2	87,4
Artes marciales	7	1,7	89,1
Relajación Taichí/Yoga/Reiki	3	,7	89,8
Piragüismo	1	,2	90,0
Atletismo	5	1,2	91,2
Balonmano	4	1,0	92,2
Pádel	3	,7	92,9
Judo	2	,5	93,3
Hockey	7	1,7	95,0
Esquí	2	,5	95,5
Gimnasia Aeróbica	6	1,4	96,9
Musculación	4	1,0	97,9
Escalada	3	,7	98,6
Boxeo	2	,5	99,0
Voleibol	3	,7	99,8
Golf	1	,2	100,0
Total	421	100,0	

Como se puede apreciar en la tabla 5.19 los valencianos practican deporte o actividad física con bastante frecuencia. El 50% afirma hacerlo tres o más veces por semana. Un 29,9% una o dos veces por semana y un 13,7% asegura hacerlo con menos frecuencia o sólo en vacaciones.

Tabla 5.19.- Frecuencia de la práctica Deportiva y Actividad Física de los habitantes de Valencia

	3 o más por semana	Una o dos por semana	Una o dos al mes	Menos frecuencia	Sólo en vacaciones	N	Media	Desv. Típica
Frecuencia de la práctica deportiva y de actividad física	50,0	29,9	6,3	8,1	5,6	394	1,89	1,176

También ha sido interesante consultar por el lugar donde realizan habitualmente la práctica deportiva o de actividad física los valencianos, considerando la gran oferta de espacios públicos e instalaciones deportivas existentes en la ciudad.

El 36,9% de los consultados asegura realizar su práctica en espacios públicos. A continuación lo sigue un 36,3% que afirma hacerlo en instalaciones públicas abiertas, mientras que un 17,5%

5. Resultados

dice hacerlo en instalaciones de un club o gimnasio privado (Tabla 5.20).

Tabla 5.20.- Tipo de instalación deportiva utilizada habitualmente por los habitantes de Valencia

	Instalaciones públicas	Inst. de un club o gimnasio privado	Instalaciones de un centro de enseñanza	En lugares abiertos públicos	En la propia casa	N	Media	Desv. Típica
Tipo de instalación utilizada para la práctica deportiva	36,9	17,5	3,7	36,3	5,6	355	2,56	1,433

Finalizando con el apartado de hábitos deportivos se ha preguntado a la muestra si cree que hay que pagar por practicar deporte. Como se detalla en la tabla 5.21, el 43,4% considera que no hay que pagar por practicar deporte, un 42,9% afirma que si hay que pagar en algunos casos, mientras que un 11,3% cree que si hay que pagar por practicar deporte en la mayoría o en todos los casos.

Tabla 5.21.- Opinión sobre el pago por la práctica del deporte

	Sí, en todos los casos	Sí, en la mayoría de los casos	Sí, en algunos casos	No	N	Media	Desv. Típica
Considera adecuado pagar por practica deporte	2,4	11,3	42,9	43,4	415	3,27	,755

Hemos considerado de interés conocer los hábitos como espectador de deporte tanto en directo como a través de la televisión, con el fin de obtener datos sobre la demanda potencial que tienen este tipo de eventos deportivos. También se preguntó por la disposición a pagar por ver deporte espectáculo en directo y por la asistencia al Gran Premio de Valencia de Fórmula Uno.

De los datos que se observan en la tabla 5.22, se destaca como el 46,6% de los valencianos afirman asistir a eventos deportivos de manera esporádica sólo cuando se trata de grandes eventos. Por otra parte un 34,4% afirma no haber asistido nunca como espectador a un evento en directo. Un 15,5% afirma asistir entre dos a tres veces por semana.

En cuanto a hábitos como espectador a través de la televisión, el 36,6% de los encuestados únicamente lo sigue por este medio

5. Resultados

cuando se trata de un gran evento deportivo (esporádicamente). El 30,5% ve deporte por la televisión al menos dos o tres veces por semana, en tanto que un considerable 21,1% asegura ver diariamente espectáculos deportivos por la televisión.

Tabla 5.22.- Hábitos como espectador de deporte en directo y por televisión

	Diariamente	2-3 veces por semana	Esporádicamente	Nunca	N	Media	Desv. Típica
Suele ver espectáculos deportivos en directo	3,5	15,5	46,6	34,4	401	3,12	,791
Suele ver espectáculos deportivos por televisión	21,1	30,5	36,6	11,8	401	2,39	,948

También se ha analizado la disposición de los valencianos a pagar por ver un espectáculo deportivo en directo. Los datos indican que son mayoría los que consideran adecuado pagar por asistir a un espectáculo deportivo (60,4%). En cambio, el 39,6% considera que no es adecuado pagar por ello (Tabla 5.23).

Tabla 5.23.- Opinión sobre si es adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo

	Si	No	N	Media	D. Típica
Considera adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo	60,4	39,6	417	1,40	,490

Finalmente se ha preguntado a los encuestados si piensan asistir a al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en Valencia. Ante esta cuestión, una amplia mayoría (83,3%) afirma que no asistirá al evento. Mientras que el 16,7% de los consultados aseguran que si lo harán. Esta información la recoge la tabla 5.24.

Tabla 5.24.- Opinión sobre si piensa asistir al Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia

	Si	No	N	Media	D. Típica
Piensa asistir al GPE de Fórmula Uno de Valencia	16,7	83,3	418	1,83	,374

5.2.- Análisis de las diferencias en función del sexo

Para el análisis de grupos según el sexo, se han utilizado dos pruebas estadísticas: el Chi-cuadrado de Pearson para aquellas variables de tipo dicotómicas o nominales, y la prueba de T-Student para las variables de tipo ordinal. El objetivo de ambas

5. Resultados

pruebas es establecer si existen o no diferencias estadísticamente significativas entre los grupos para hombres y mujeres.

5.2.1.- Conocimiento e identificación con la Fórmula Uno

Para la primera pregunta del cuestionario: ¿Qué es el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno? No se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre la opinión de hombres y mujeres de la muestra (Tabla 5.25).

Tabla 5.25.- Identificación del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como evento, según el sexo

	(% Frecuencia por grupo)		x ²	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Qué cree que es el GP de Fórmula Uno	94,9	96,2	,435	,510
Otras respuestas	5,1	3,8		

Alternativa de respuesta: 1 Un certamen musical
2 Una semana cultural
3 Una competición deportiva internacional
4 Un programa de televisión

En la tabla 5.26, podemos observar los valores de la frecuencia observada para la pregunta ¿Quién cree Ud. que puede participar en la Fórmula Uno?. En este ítem se ha hallado diferencias significativas entre ambos grupos (Sig.=,000). Según los datos los hombres tienen mayor conocimiento que las mujeres frente a esta cuestión.

Tabla 5.26.- Conocimiento sobre quienes participan en la Fórmula Uno según el sexo

	(% Frecuencia por grupo)		x ²	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Escuderías	85,5	65,2	23,767	,000***
Otras respuestas	14,5	34,8		

*** Significación al nivel $\leq 0,001$

Alternativa de respuesta: 1 Escuderías
2 Países de todo el mundo
3 Selecciones de pilotos
4 Países europeos

En el ítem que mide el conocimiento de países donde se celebran Grandes Premios de Fórmula Uno. Se han encontrado diferencias significativas entre hombres y mujeres en 5 de los 10 países que se han consultado. China (Sig.=,036), Argentina (Sig.=,004), Suiza (Sig.=,000), Islandia (Sig.= ,004) y Marruecos (Sig.=,001).

Tabla 5.27.- Conocimiento sobre países donde se celebran Grandes Premios de Fórmula Uno según el sexo

		(% Frecuencia por grupo)		x ²	Sig.
		Hombres	Mujeres		
Australia	Si	94,9	93,6	,243	,622
	No	5,1	6,4		
Estados Unidos	Si	72,7	71,2	,079	,779
	No	27,3	28,8		
China	Si	80,1	69,6	4,389	,036*
	No	19,9	30,4		

5. Resultados

Continuación Tabla 5.27

Argentina	Si	9,0	21,7	8,260	,004**
	No	91,0	78,3		
España	Si	98,7	100	2,313	,128
	No	1,3	-		
Suiza	Si	18,1	51,1	29,212	,000***
	No	81,9	48,9		
Brasil	Si	92,4	89,9	,639	,424
	No	7,6	10,1		
Islandia	Si	8,0	21,0	8,385	,004**
	No	92,0	79,0		
Italia	Si	94,2	96,6	1,043	,307
	No	5,8	3,4		
Marruecos	Si	2,8	13,5	11,855	,001***
	No	97,2	86,5		

*Significación al nivel $\leq 0,05$

** Significación al nivel $\leq 0,01$

*** Significación al nivel $\leq 0,001$

5.2.2.- Importancia e impacto del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia

No se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre los grupos para en el grado de importancia otorgado a la Fórmula Uno en los niveles: social, deportivo y económico. (Ver tabla 5.28)

Tabla 5.28.- Importancia social, deportiva y económica de la Fórmula Uno según sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Nivel social	2,87	2,63	3,109	,079
Nivel deportivo	3,51	3,51	,000	,986
Nivel económico	3,33	3,18	1,068	,302

Escala de respuesta:

- 1 Ninguno
- 2 Poco
- 3 Algo
- 4 Bastante
- 5 Mucho

Como observamos en la tabla 5.29, los datos referentes al impacto a nivel territorial del evento, sólo se ha encontrado diferencias significativas entre grupos en el nivel local. Los hombres tienden a otorgar mayor impacto o repercusión que las mujeres en el nivel señalado.

Tabla 5.29.- Impacto local, autonómico, estatal e internacional de la Fórmula Uno según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Nivel local	3,70	3,39	6,185	,013*
Nivel autonómico	3,65	3,49	1,649	,200

5. Resultados

Continuación Tabla 5.29

Nivel estatal	3,30	3,19	,785	,376
Nivel Internacional	3,49	3,53	,123	,726

* Significación al nivel $\leq 0,05$

Escala de respuesta:

- 1 Ninguno
- 2 Poco
- 3 Algo
- 4 Bastante
- 5 Mucho

Respecto a la pregunta número 6 del cuestionario que mide el grado de conocimiento sobre el evento, se ha hallado diferencias estadísticamente significativas (Sig.=,000) entre el grupo de hombres y mujeres de la muestra. Según las medias observadas, el grupo de hombres tendría un mayor grado de conocimiento que las mujeres respecto al Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia.

Tabla 5.30.- Grado de conocimiento y/o información del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Grado de conocimiento que se tiene sobre el GPE de Fórmula Uno	3,16	2,45	43,270	,000***

*** Significación al nivel $\leq 0,001$

Escala de respuesta:

- 1 Ninguno
- 2 Poco
- 3 Algo
- 4 Bastante
- 5 Mucho

No se han encontrado diferencias significativas entre los grupos para el ítem que mide la frecuencia con que se reciben noticias

relacionadas con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia (Tabla 5.31).

Tabla 5.31.- Frecuencia con la que recibe noticias relacionadas con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Frecuencia con que recibe noticias relacionadas con el Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia	3,87	4,13	3,620	,058

Escala de respuesta:

- 1 Diariamente
- 2 Cada dos o tres días
- 3 Semanalmente
- 4 Cada dos semanas
- 5 Menos frecuencia

En cambio, en el ítem 6c del cuestionario, se aprecian diferencias significativas entre sexos en el medio de información correspondiente a prensa nacional (Sig.=,047): los hombres indican recibir mayor cantidad de información que las mujeres por este vehículo informativo.

No se han encontrado diferencias significativas entre hombres y mujeres en los datos correspondientes a los siete medios de información restantes. (Tabla 5.32)

5. Resultados

Tabla 5.32.- Fuente y Cantidad de información recibida relacionada con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Prensa local	3,19	2,88	3,680	,056
Prensa nacional	3,08	2,76	4,003	,047*
Radio	2,71	2,73	,020	,888
Televisión local	3,25	3,29	,058	,810
Tv autonómica/nacional	3,49	3,39	,534	,465
Internet	3,08	2,96	,333	,564
Folletos y vallas publicitarias	2,80	2,86	,162	,688
Otros Medios	2,10	2,29	,910	,342

* Significación al nivel $\leq 0,05$

Escala de respuesta:

- 1 Nada
- 2 Poco
- 3 Algo
- 4 Bastante
- 5 Mucho

En la tabla 5.33, que representa los datos referidos a la ilusión por la celebración de la Fórmula Uno, observamos diferencias significativas (Sig.=,000) en función del género. Según este valor los hombres tienen más ilusión que las mujeres por la celebración de la Fórmula Uno en Valencia.

Tabla 5.33.- Ilusión personal por la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en Valencia según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Grado de ilusión personal por la celebración del GPE de Fórmula Uno en Valencia.	2,13	1,74	17,760	,000***

*** Significación al nivel $\leq 0,001$

Escala de respuesta:
 1 Nada
 2 Poco
 3 Bastante
 4 Mucho

No se ha encontrado diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres respecto a la percepción del grado de identificación de la sociedad valenciana con el Gran Premio de Fórmula Uno (Tabla 5.34).

Tabla 5.34.- Grado de identificación de la sociedad Valenciana con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Grado de identificación de la sociedad valenciana con el GPE de Fórmula Uno.	2,27	2,21	,578	,447

Escala de respuesta:
 1 Nada
 2 Poco
 3 Bastante
 4 Mucho

5.2.3.- Beneficios de la celebración del Gran Premio de Fórmula Uno en Valencia

En la pregunta 9 del cuestionario sobre la percepción en que la Fórmula Uno puede beneficiar en distintos aspectos a la ciudad de Valencia, sólo se ha encontrado diferencias significativas entre géneros, en el aspecto de práctica deportiva (Sig.=,003). El grado de beneficio de la práctica deportiva es mejor valorado por mujeres que hombres. Para el resto de aspectos que se ha indagado no se han encontrado diferencias determinantes.

Tabla 5.35.- Grado en que puede beneficiar la Fórmula Uno a Valencia en distintos aspectos según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Infraestructura general	2,25	2,32	,577	,448
Turismo	3,03	3,08	,339	,560
Instalaciones deportivas	2,03	2,21	3,432	,065
Práctica deportiva	1,79	2,07	9,150	,003**
Economía	2,76	2,77	,003	,959
Empleo	2,40	2,52	2,696	,101
Urbanismo	2,08	2,11	,105	,746

** Significación al nivel $\leq 0,01$

Escala de respuesta:

- 1 Nada
- 2 Poco
- 3 Bastante
- 4 Mucho

En la tabla 5.36, donde se indican los datos referidos a beneficiarios principales, se ha encontrado una diferencia significativa entre sexos (Sig.= ,002): que se refiere a los deportistas como beneficiarios principales del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia. El grupo de mujeres otorga mayor grado de beneficio que el grupo de hombres.

Tabla 5.36.- Grado de beneficio con el Gran Premio de Fórmula Uno de los principales grupos y colectivos de personas según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Los ciudadanos/as	1,97	1,95	,022	,883
Los grupos políticos	4,02	4,08	,453	,501
Los deportistas	2,65	3,07	9,457	,002**
Los Medios de comunicación	3,94	3,83	1,416	,235
El comité organizador	4,34	4,01	,564	,453
Los empresarios	4,01	4,02	,001	,970
Los turistas	3,29	3,18	,783	,377

** Significación al nivel $\leq 0,01$

Escala de respuesta:

- 1 Nada
- 2 Poco
- 3 Algo
- 4 Bastante
- 5 Mucho

5.2.4.- Gestión y organización del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia

En cuanto a la percepción del grado de dificultad que perciben los consultados respecto a la organización de la Fórmula Uno en Valencia, (Tabla 5.37) se han hallado diferencias estadísticamente significativas en función del sexo (Sig.=,006), ya que los hombres (cuya media es de 3,03) otorgan un mayor grado de dificultad en la organización del evento frente a las mujeres (media=2,80).

Tabla 5.37.- Grado de dificultad que tiene la organización la Fórmula Uno en Valencia según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Percepción del grado de dificultad que tiene sobre la organización del GPE de Fórmula Uno	3,03	2,80	7,489	,006**

** Significación al nivel $\leq 0,01$

Escala de respuesta:

- 1 Ninguna
- 2 Poca
- 3 Bastante
- 4 Mucha

En relación con la percepción del grado de preparación de la ciudad, no se han encontrado diferencias entre sexo respecto a una serie de ámbitos considerados importantes a la hora acoger un evento de la magnitud como es la Fórmula Uno. Sólo en el ámbito, correspondiente al circuito de Fórmula Uno se ha encontrado diferencias significativas (Sig.= ,009) entre ambos

sexos. El grupo de mujeres otorga mayor grado de preparación del circuito con una media de 2,92 aproximándose en la escala de respuesta al 3 (bastante).

Tabla 5.38.- Grado de preparación de la ciudad ante la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en distintos ámbitos según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Circuito Fórmula Uno	2,71	2,92	6,925	,009**
Limpieza	2,56	2,62	,525	,469
Accesos desde el exterior	2,57	2,70	3,419	,065
Alojamientos	3,04	3,08	,252	,616
Transporte público urbano	2,72	2,73	,011	,917
Seguridad	2,81	2,76	,457	,500
Sanidad	2,68	2,71	,100	,752
Restauración	3,03	2,91	2,357	,125

** Significación al nivel $\leq 0,01$

Escala de respuesta:

- 1 Ninguna
- 2 Poca
- 3 Bastante
- 4 Mucha

En la tabla 5.39 observamos las medias de la percepción que tienen ambos sexos respecto a la responsabilidad de diferentes grupos e instituciones en el éxito del evento. Se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre ellos para la percepción de responsabilidad de los ciudadanos/as y los

5. Resultados

deportistas (Sig.=,003). En este sentido el grupo de mujeres (media=1,83) otorga menos responsabilidad a los ciudadanos que el grupo de hombres (media=2,09). También se ha encontrado diferencias significativas entre los sexos (Sig.=,003) en la responsabilidad otorgada a los deportistas, grupo de hombres (media=2,65) asigna menos responsabilidad, mientras que en el grupo de mujeres (media = 2,93) esta percepción es mayor.

Tabla 5.39.- Grado de responsabilidad de grupos e instituciones en el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Ciudadanos/as	2,09	1,83	8,999	,003**
Instituciones públicas	3,17	3,16	,027	,870
Medios de comunicación	3,28	3,17	2,622	,106
La organización	3,46	3,56	2,554	,111
Los deportistas	2,65	2,93	8,688	,003**

** Significación al nivel $\leq 0,01$

Escala de respuesta:

- 1 Ninguna
- 2 Poca
- 3 Bastante
- 4 Mucha

En relación al uso del circuito de Fórmula Uno después de la celebración del evento, no se han encontrado diferencias significativas entre grupos (Tabla 5.40).

Tabla 5.40.- Grado de utilización del circuito después de la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Grado de utilización que tendrá el circuito después de la celebración del GPE de Fórmula Uno de Valencia	1,61	1,77	3,718	,055

Escala de respuesta: 1 Ninguna
2 Poca
3 Bastante
4 Mucha

5.2.5.- Hábitos deportivos de los habitantes de Valencia

A partir de los datos que se presentan a continuación en la tabla 5.41, se establece que hay diferencias significativas entre hombres y mujeres (Sig.= ,000), respecto al interés personal por el deporte. El grupo de hombres evidencia tener mayor interés por el deporte (media = 3,25) que el grupo de mujeres (media = 2,61).

Tabla 5.41.- Grado de interés personal por deporte de los habitantes de Valencia según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Grado de interés por el deporte	3,25	2,61	58,344	,000***

*** Significación al nivel $\leq 0,001$
Escala de respuesta: 1 Ninguna
2 Poca
3 Bastante
4 Mucha

5. Resultados

En los datos expuestos sobre el tipo de práctica deportiva (Tabla 5.42), se han hallado diferencias significativas entre los grupos de sexos (Sig.=,000). Según las frecuencias, se establece que los hombres (28,8%) practican más fútbol que las mujeres (5,4%). Por el contrario la actividad “caminar” es más realizada por el grupo de mujeres (21,1%), mientras que en el grupo de hombres es menor (10,4%). Los valores para quienes no practican ninguna actividad o deporte se ubican en frecuencias similares.

Tabla 5.42.- Deportes y Actividad Física realizada por los habitantes de Valencia según sexo

	(% Frecuencia por grupo)		x ²	Sig.
	Hombres	Mujeres		
No practica	20,3	19,9		
Fútbol	28,8	5,4		
Natación	6,6	12,0		
Correr	7,5	8,4	39,534	,000***
Caminar	10,4	21,1		
Ciclismo/ciclismo recreativo	9,4	13,9		
Otros deportes	17,0	19,3		

*** Significación al nivel $\leq 0,001$

Como se observa en la tabla 5.43, se han encontrado diferencias significativas en la frecuencia de la práctica (Sig.= ,027). Según las medias observadas, los hombres tienen mayor frecuencia

(media =1,78), en tanto, las mujeres menor (media=2,04), de ahí la existencia de diferencias significativas.

Tabla 5.43.- Frecuencia de la práctica Deportiva y Actividad Física de los habitantes de Valencia según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Frecuencia de la práctica deportiva	1,78	2,04	4,906	,027*

* Significación al nivel $\leq 0,05$
 Escala de respuesta: 1 Tres o más por semana
 2 Una o dos por semana
 3 Una o dos al mes
 4 Menos frecuencia
 5 Sólo en vacaciones

En la tabla 5.44, se distinguen los datos correspondientes a las frecuencias de el tipo de instalación utilizada habitualmente para la práctica deportiva por sexos, habiéndose encontrado diferencias significativas entre estos (Sig.=,016). El grupo de hombres (44,8%) utiliza instalaciones públicas de forma significativamente superior, al grupo de mujeres (27,3%). Por el contrario, el grupo de mujeres (41,6%) hace uso importante de lugares públicos abiertos, en comparación con el grupo de hombres (32%).

Tabla 5.44.- Tipo de instalación deportiva utilizada habitualmente por los habitantes de Valencia según el sexo

	(% Frecuencia por grupo		x ²	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Instalaciones públicas	44,8	27,3		

5. Resultados

Continuación Tabla 5.44

Instalaciones club/gimnasio privado	16,0	19,3	12,223	,016*
Instalaciones centro de enseñanza	3,1	4,3		
Lugares abiertos públicos	32,0	41,6		
En la propia casa	4,1	7,5		

* Significación al nivel $\leq 0,05$

Respecto a la disposición a pagar por practicar deporte (Tabla 5.45), no se han encontrado diferencias significativas entre los grupos.

Tabla 5.45.- Opinión sobre el pago por la práctica del deporte según el sexo

	(% Frecuencia por grupo)		x ²	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Sí, en todos los casos	2,6	2,2	,486	,922
Sí, en la mayoría de los casos	12,1	10,4		
Sí, en algunos casos	43,1	42,6		
No	42,2	44,8		

En la tabla 5.46 podemos observar los datos de la variable que mide los hábitos como espectador. Se han encontrado diferencias significativas entre ambos sexos (Sig.= ,016) en relación a la frecuencia con que se ven espectáculos deportivos por televisión. En este caso el grupo de hombres (media = 2,81) lo hacen con mayor frecuencia que el de mujeres (media = 3,06).

Tabla 5.46.- Hábitos como espectador de deporte en directo y por televisión según el sexo

	Media por grupo		F	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Suele ver espectáculos deportivos en directo	2,86	2,60	3,734	,054
Suele ver espectáculos deportivos por televisión	2,81	3,06	5,834	,016*

* Significación al nivel $\leq 0,05$

Escala de respuesta:

- 1 Nunca
- 2 Diariamente
- 3 2-3 veces por semana
- 4 Esporádicamente

En relación a la cuestión si es adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo, no se han hallado diferencias estadísticamente significativas entre grupos (Tabla 5.47).

Tabla 5.47.- Opinión sobre de si es adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo según el sexo

	(% Frecuencia por grupo		x ²	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Sí	60,7	60,1	,014	,905
No	39,3	39,9		

En cuanto a los datos que observamos en la tabla 5.48, sobre la asistencia al GP de Fórmula Uno en Valencia, si han hallado

5. Resultados

diferencias significativas entre sexos (Sig.=,010). Según los datos considerados asistirían más hombres que mujeres al evento.

Tabla 5.48.- Opinión sobre si piensa asistir al Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia según el sexo

	(% Frecuencia por grupo)		x ²	Sig.
	Hombres	Mujeres		
Sí	20,9	11,4	6,706	,010**
No	79,1	88,6		

** Significación al nivel $\leq 0,01$

5.3.- Análisis de diferencias en función de la edad

5.3.1.-Conocimiento e identificación con la Fórmula Uno

En relación al conocimiento que la muestra tiene respecto a la actuación con que los ciudadanos identifican al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno, no se han encontrado diferencias significativas entre grupos de edad. Como observamos en la tabla 5.49, los valores correspondientes a las frecuencias en la respuesta de cada grupo indican porcentajes semejantes.

Tabla 5.49.- Identificación del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como evento según el grupo de edad

	(%) por grupos de edad				x ²	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Competición deportiva internacional	96,2	95,7	94,2	96,3	,692	,875
Otras respuestas	3,8	4,3	5,8	3,8		

Alternativa de respuesta: 1 Un certamen musical
2 Una semana cultural
3 Una competición deportiva internacional
4 Un programa de televisión

Como observamos en la tabla 5.50, no se han hallado diferencias estadísticamente significativas entre grupos de edad en cuanto al conocimiento de las unidades participantes de la Fórmula Uno. Sin embargo, como se observa en la tabla, los grupos de edades centrales (25-34 y 35-49) son los que indican tener mayor conocimiento en este aspecto, en comparación con los otros dos grupos de los extremos.

Tabla 5.50.- Conocimiento sobre quienes participan en la Fórmula Uno según el grupo de edad

	(%) por grupos de edad				x ²	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Escuderías	70,5	84,9	74,2	73,8	7,758	,051
Otras respuestas	29,5	15,1	25,8	26,3		

5. Resultados

Alternativa de respuesta: 1 Escuderías
2 Países de todo el mundo
3 Selecciones de pilotos
4 Países europeos

Los datos de la tabla 5.51, corresponden al ítem del cuestionario sobre conocimiento de países que celebran Grandes Premios de Fórmula Uno. Aquí se han encontrado diferencias significativas entre grupos de edad para dos países consultados Islandia y Suiza (Sig.=,004 y Sig.=,001 respectivamente).

Tabla 5.51.- Conocimiento sobre países donde se celebran Grandes Premios de Fórmula Uno según el grupo de edad

		(% por grupos de edad)				x ²	Sig.
		15-24	25-34	35-49	50-65		
Australia	Si	98,5	96,3	93,1	88,1	7,464	,058
	No	1,5	3,7	6,9	11,9		
EE.UU	Si	66,7	77,0	71,1	70,0	2,260	,520
	No	33,3	23,0	28,9	30,0		
China	Si	78,0	77,3	73,1	78,6	,828	,843
	No	22,0	22,7	26,9	21,4		
Argentina	Si	9,8	11,1	13,5	23,3	4,522	,210
	No	90,2	88,9	86,5	76,7		
España	Si	100,0	99,3	100,0	97,4	5,031	,170
	No	-	,7	-	2,6		
Suiza	Si	52,2	27,9	21,9	21,7	15,711	,001***
	No	46,8	72,1	78,1	78,3		
Brasil	Si	89,2	93,5	92,2	89,2	1,478	,687
	No	10,8	6,5	7,8	10,8		
Islandia	Si	26,5	11,6	8,8	2,5	13,515	,004**
	No	73,5	88,4	91,2	97,5		
Italia	Si	97,3	92,8	97,0	93,9	2,988	,393
	No	2,7	7,2	3,0	6,1		
Marruecos	Si	10,7	5,4	6,0	4,1	2,349	,503
	No	89,3	94,6	94,0	95,9		

** Significación al nivel $\leq 0,01$

*** Significación al nivel $\leq 0,001$

5.3.2.- Importancia e impacto del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia

Respecto a la cuestión que mide el grado de importancia personal que tiene la Fórmula Uno a nivel social, deportivo y económico, como observamos en la tabla 5.52, no se han encontrado diferencias significativas entre grupos para los niveles social y deportivo. Sin embargo, si se ha hallado diferencias significativas entre grupos de edad para la importancia a nivel económico (Sig.=,029), como se puede observar en la tabla. El grupo que otorga mayor importancia al nivel económico es el de 15-24 años (media = 3,48).

Tabla 5.52.- Importancia social, deportiva y económica de la Fórmula Uno según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Nivel social	2,69	2,78	2,88	2,57	,904	,439
Nivel deportivo	3,47	3,40	3,62	3,57	,685	,562
Nivel económico	3,48	3,40	3,25	2,82	3,034	,029*

* Significación al nivel $\leq 0,05$

Escala de respuesta:

- 1 Ninguno
- 2 Poco
- 3 Algo
- 4 Bastante
- 5 Mucho

5. Resultados

En cuanto al impacto o repercusión que tiene la Fórmula Uno en los niveles territoriales sólo se han hallado diferencias significativas entre grupos para el nivel “Comunidad Valenciana” (autonómico) (Sig.=,010). Aunque la disminución de la media por grupos en este nivel no es lineal, el grupo más adulto de 50-65 años percibe que el impacto o repercusión es menor que en opinión de los otros 3 grupos de edad más joven.

Tabla 5.53.- Impacto local, autonómico, estatal e internacional de la Fórmula Uno según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Nivel local	3,58	3,55	3,70	3,34	1,256	,289
Nivel autonómico	3,76	3,51	3,78	3,24	3,834	,010**
Nivel estatal	3,36	3,28	3,29	3,03	1,061	,365
Nivel internacional	3,58	3,57	3,53	3,29	,934	,424

** Significación al nivel $\leq 0,01$

Escala de respuesta:

- 1 Ninguno
- 2 Poco
- 3 Algo
- 4 Bastante
- 5 Mucho

En relación al grado de conocimiento que se tiene sobre el Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia, según los valores que observados en la tabla 5.54, no se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre los grupos de la muestra. No

obstante, existe una tendencia a la alza de la media por grupo a medida que aumenta de edad, la media del grupo más adulto se acerca al valor 3 de la escala de respuesta.

Tabla 5.54.- Grado de conocimiento y/o información del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Grado de conocimiento y/o información que tiene del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia	2,78	2,82	2,84	2,94	,270	,847

Escala de respuesta: 1 Ninguno
2 Poco
3 Algo
4 Bastante
5 Mucho

Siguiendo el análisis del bloque del cuestionario referente a información, los datos de la tabla 5.55, que hacen mención a la frecuencia con que se reciben noticias vinculadas al evento, no han reportado diferencias significativas entre grupos de edad. Como se puede distinguir, las medias por grupo muestran una tendencia a disminución lineal a medida que se produce un aumento de edad.

5. Resultados

Tabla 5.55.- Frecuencia con la que recibe noticias relacionadas con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Frecuencia con que recibe noticias relacionadas con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia	4,20	3,98	3,91	3,81	1,154	,327

Escala de respuesta:

- 1 Diariamente
- 2 Cada dos o tres días
- 3 Semanalmente
- 4 Cada dos semanas
- 5 Menos frecuencia

En relación con la cantidad de información recibida sobre el evento y el medio a través del cual la reciben si, se han hallado diferencias significativas para las siguientes fuentes de información: prensa local (Sig.=,006), radio (Sig.=,041) y televisión autonómica/nacional (Sig.=,012). En este sentido, como observamos en la tabla 5.56 a medida que aumenta la edad existe un aumento significativo de la cantidad de información recibida a través de estos tres medios de información.

Tabla 5.56.- Fuente y Cantidad de información recibida relacionada con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Prensa local	2,70	2,92	3,37	3,40	4,272	,006**
Prensa nacional	2,78	2,92	3,08	3,10	,746	,526
Radio	2,39	2,63	2,85	3,13	2,794	,041*
Televisión local	3,28	3,22	3,27	3,35	,096	,962
Televisión autonómica/nacional	3,16	3,34	3,64	3,76	3,721	,012*
Internet	3,45	3,04	2,80	2,68	2,495	,061
Folletos y vallas publicitarias	2,90	2,66	3,02	2,84	1,151	,330
Otros Medios	2,03	2,27	2,09	2,33	,512	,675

* Significación al nivel $\leq 0,05$

** Significación al nivel $\leq 0,01$

Escala de respuesta:

- 1 Nada
- 2 Poco
- 4 Bastante
- 5 Mucho

En relación al grado de ilusión personal sobre el Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia, según los datos que observamos en la tabla 5.57, no se han encontrado diferencias significativas entre grupos.

5. Resultados

Tabla 5.57.- Ilusión personal por la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en Valencia según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Grado de ilusión personal por la celebración del GPE de Fórmula Uno en Valencia	1,96	1,91	1,96	2,06	,402	,751

Escala de respuesta: 1 Nada
2 Poco
3 Bastante
4 Mucho

Según los datos, que se advierte en la tabla 5.58, no se han encontrado diferencias significativas entre grupos sobre el grado de ilusión con que identifica la sociedad valencia con el Gran Premio de Fórmula Uno.

Tabla 5.58.- Grado de identificación de la sociedad Valenciana con el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Grado de identificación de la sociedad valenciana con el GPE de F1.	2,24	2,19	2,36	2,20	1,079	,358

Escala de respuesta: 1 Nada
2 Poco
3 Bastante
4 Mucho

5.3.3.- Beneficios de la celebración del Gran Premio de Fórmula Uno en Valencia

Por medio de los valores indicados en la tabla 5.59, correspondientes a la percepción del grado en que se beneficiaría la ciudad de Valencia en una serie de elementos, se han encontrado diferencias significativas entre grupos para los siguientes aspectos: turismo (Sig.=,000), instalaciones deportivas (Sig.=,018), práctica deportiva (Sig.=,022) y urbanismo (Sig.=,002). En relación a esto el grupo de edad que otorga mayor beneficio, en estos cuatro aspectos, es el más joven (15-24).

Tabla 5.59.- Grado en que puede beneficiar la Fórmula Uno a Valencia en distintos aspectos según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Infraestructura general	2,27	2,25	2,34	2,27	,251	,861
Turismo	3,32	3,08	3,05	2,76	6,121	,000***
Instalaciones deportivas	2,38	1,95	2,13	2,08	3,392	,018*
Práctica deportiva	2,13	1,74	1,98	1,88	3,243	,022*
Economía	2,87	2,74	2,81	2,63	1,206	,307
Empleo	2,65	2,38	2,46	2,36	2,462	,062
Urbanismo	2,23	2,09	2,23	1,76	5,218	,002**

* Significación al nivel $\leq 0,05$
 ** Significación al nivel $\leq 0,01$
 *** Significación al nivel $\leq 0,001$

Escala de respuesta: 1 Nada 2 Poco
 3 Bastante 4 Mucho

5. Resultados

Observando los datos de la tabla 5.60, que muestra la valoración por grupos de edad respecto a los beneficiarios principales del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia, sólo se han encontrado diferencias significativas entre grupos para los Medios de comunicación (Sig.=,007). Los grupos más jóvenes 15-24 y 25-49 (media=4,00) son los que otorgan más valoración a este colectivo como principal beneficiado por la celebración del evento.

Tabla 5.60.- Grado de beneficio con el Gran Premio de Fórmula Uno de los principales grupos y colectivos de personas según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Los ciudadanos/as	2,06	2,00	1,96	1,77	1,214	,304
Los grupos políticos	4,06	4,12	4,05	3,88	1,005	,390
Los deportistas	3,08	2,69	2,82	2,88	1,392	,245
Los Medios de comunicación	4,00	3,92	4,00	3,57	4,106	,007**
El comité organizador	4,26	4,25	4,44	4,28	1,167	,322
Los empresarios	4,10	4,09	4,03	3,78	1,764	,153
Los turistas	3,47	3,18	3,34	3,97	2,353	,072

** Significación al nivel $\leq 0,01$

Escala de respuesta:

- 1 Nada
- 2 Poco
- 3 Algo
- 4 Bastante
- 5 Mucho

5.3.4.- Gestión y organización del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia

La tabla 5.61, que recoge por edades la percepción personal del grado de dificultad que tiene la organización de la Fórmula Uno en Valencia, se han hallado diferencias significativas entre grupos con un valor Sig.=,000. El grupo adulto-joven (25-34 años) es el que otorga mayor dificultad al evento. En contraposición, el grupo que otorga menos dificultad que es el más joven (15-24).

Tabla 5.61.- Grado de dificultad que tiene la organización de la Fórmula Uno en Valencia según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Grado de dificultad que tiene sobre la organización del GPE de F1	2,73	3,17	2,82	2,85	6,374	,000***

*** Significación al nivel $\leq 0,001$
 Escala de respuesta: 1 Ninguna
 2 Poca
 3 Bastante
 4 Mucha

En la tabla 5.62 se representan las medias de la percepción de los ciudadanos respecto de la preparación de la ciudad de Valencia en una serie ámbitos de actuación y servicios. Se han encontrado diferencias significativas entre grupos en el ámbito de sanidad con un valor Sig.=,017. En este ámbito el grupo de mayor edad

5. Resultados

(50-65) es el que otorga mayor preparación (media = 2,91) aproximándose al valor 3 (bastante) de la escala de respuesta.

Tabla 5.62.- Grado de preparación de la ciudad ante la celebración del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en distintos ámbitos según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Circuito Fórmula Uno	2,81	2,80	2,85	2,71	,506	,678
Limpieza	2,59	2,60	2,60	2,55	,093	,964
Accesos desde el exterior	2,60	2,61	2,56	2,79	1,623	,183
Alojamientos	2,97	3,01	3,11	3,16	1,307	,272
Transporte público urbano	2,66	2,64	2,83	2,75	1,373	,250
Seguridad	2,76	2,78	2,78	2,87	,389	,761
Sanidad	2,64	2,57	2,74	2,91	3,442	,017*
Restauración	2,94	2,95	3,06	2,94	,579	,629

* Significación al nivel $\leq 0,05$

Escala de respuesta:

- 1 Ninguna
- 2 Poca
- 3 Bastante
- 4 Mucha

Como observamos en la tabla 5.63 los datos de la percepción del grado de responsabilidad que tienen algunas personas e instituciones en el éxito del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia, se hallan diferencias estadísticamente significativas entre grupos para la percepción de responsabilidad de las instituciones públicas (Sig.=,029), siendo el grupo adulto (35-49)

es el que percibe mayor responsabilidad con una media = 3,32 de respuesta.

Tabla 5.63.- Grado de responsabilidad de grupos e instituciones en el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Ciudadanos/as	1,91	1,93	2,10	1,95	1,058	,367
Instituciones públicas	3,00	3,11	3,32	3,20	3,048	,029*
Medios de comunicación	3,36	3,16	3,31	3,13	2,458	,062
La organización	3,49	3,55	3,49	3,44	,559	,643
Los deportistas	2,72	2,65	2,84	2,97	2,196	,088

* Significación al nivel $\leq 0,05$

Escala de respuesta:

- 1 Nada
- 2 Poco
- 3 Algo
- 4 Bastante
- 5 Mucho

En la tabla 5.64 se pueden observar los datos de la pregunta que mide el grado de utilización que tendrá el circuito después de la celebración del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia. Se han hallado diferencias significativas entre los grupos (Sig.=,046). Los tres grupos más adultos indican escasa utilización del circuito, mientras el grupo más joven (15-24) con un valor de media=1,90 es el que más se acerca en la escala de respuesta a la opción 2 (poca).

5. Resultados

Tabla 5.64.- Grado de utilización del circuito después de la celebración del Gran Premio de Europa Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Grado de utilización que tendrá el circuito después de la celebración del GPE de F1de Valencia	1,90	1,65	1,67	1,52	2,696	,046*

* Significación al nivel $\leq 0,05$

Escala de respuesta:
1 Ninguna
2 Poca
3 Bastante
4 Mucha

5.3.5.- Hábitos deportivos de los habitantes de Valencia

No se han encontrado diferencias significativas entre grupos en el ítem que mide el grado de interés por el deporte (Tabla 5.65).

Tabla 5.65.- Grado de interés personal por el deporte según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Grado de interés por el deporte	2,90	3,05	2,98	2,90	,698	,554

Escala de respuesta:
1 Ninguna
2 Poca
3 Bastante
4 Mucha

La tabla 5.66, que podemos consultar más abajo, se presentan los datos correspondientes a la práctica de deportes y actividad física realizada por los consultados. Para estos valores se han encontrado diferencias significativas importante entre grupos (Sig.=,000). La práctica del Fútbol, la Natación y el Footing (correr) sufren una tendencia a la baja de su frecuencia de práctica a medida que aumenta la edad. En la frecuencia de la actividad “caminar”, se observa una tendencia al alza a medida que aumenta la edad (grupos) de la muestra. Los datos de quienes no practican ningún deporte o actividad, es mayor a razón que aumenta el grupo de edad.

Tabla 5.66.- Deportes y Actividad Física realizada por los habitantes de Valencia según el grupo de edad

	(% por grupos de edad)				x ²	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
No practica	10,0	14,7	26,2	30,0	52,961	,000***
Fútbol	27,1	22,5	12,1	12,9		
Natación	12,9	9,3	8,4	5,7		
Correr	10,0	8,5	6,5	5,7		
Caminar	7,1	7,0	20,6	30,0		
Ciclismo/ciclism o recreativo	8,6	16,3	10,3	7,1		
Otros deportes	24,3	21,7	15,9	8,6		

*** Significación al nivel $\leq 0,001$

5. Resultados

Como podemos observar en la tabla 5.67, se han encontrado diferencias significativas entre grupos (Sig.=,042) en la frecuencia de la práctica deportiva de la muestra. El grupo más adulto (50-65) practica más frecuentemente (media = 1,77) respecto del grupo más joven (15-24) (media = 2,24).

Tabla 5.67.- Frecuencia de la práctica Deportiva y Actividad Física de los habitantes de Valencia según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Frecuencia de la práctica deportiva	2,24	1,80	1,85	1,77	2,760	,042*

* Significación al nivel $\leq 0,05$

Escala de respuesta:

- 1 Tres o más por semana
- 2 Una o dos por semana
- 3 Una o dos al mes
- 4 Menos frecuencia
- 5 Sólo en vacaciones

En relación al tipo de instalación deportiva que se utiliza habitualmente, no se han encontrado diferencias significativas entre grupos (Tabla 5.68).

Tabla 5.68.- Tipo de instalación deportiva que utiliza habitualmente los habitantes de Valencia según el grupo de edad

	(% por grupos de edad				x ²	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Instalaciones públicas	41,4	38,6	33,0	35,7	6,300	,900
Instalaciones club/gimnasio privado	18,6	16,7	19,0	15,7		
Instalaciones centro de enseñanza	4,3	2,6	2,0	7,1		
Lugares abiertos públicos	30,0	36,8	39,0	37,1		
En la propia casa	5,7	5,3	7,0	4,3		

La tabla 5.69, que contiene los datos que se refieren a la opinión que si hay que pagar por practicar deporte, donde se han hallado diferencias significativas (Sig.=,010). Las frecuencias observadas por grupo desvelan que en todos los grupos hay una disposición negativa mayoritaria a que “No” se debe pagar por practicar deporte, a excepción lo que ocurre en el grupo adulto joven (25-34) donde la opinión más frecuente es que “Sí, en algunos casos” se debe pagar por realizar práctica deportiva.

5. Resultados

Tabla 5.69.- Opinión sobre el pago por la práctica del deporte según el grupo de edad

	(% por grupos de edad)				x ²	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Sí, en todos los casos	6,4	,7	2,5	1,4	21,729	,010**
Sí, en la mayoría de los casos	6,4	15,0	12,6	7,8		
Sí, en algunos casos	41,0	51,4	34,5	41,6		
No	46,2	32,9	50,4	49,4		

** Significación al nivel $\leq 0,01$

Según los datos que se podemos observar en la tabla 5.70, no se han encontrado diferencias significativas entre grupos para la pregunta mide la frecuencia con que las personas suelen ver deportes en directo o a través de la televisión.

Tabla 5.70.- Hábitos como espectador de deporte en directo y por televisión según el grupo de edad

	Media por grupo de edad				F	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Suele ver espectáculos deportivos en directo	3,03	2,73	2,71	2,54	1,744	,158
Suele ver espectáculos deportivos por TV	2,95	2,88	2,97	2,91	,218	,884

Escala de respuesta:
 1 Nunca
 2 Diariamente
 3 2-3 veces por semana
 4 Esporádicamente

No se han encontrado diferencias significativas entre grupos para el ítem que mide si se debe pagar por ver espectáculos deportivos en directo (Tabla 5.71).

Tabla 5.71.- Opinión sobre si es adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo según el grupo de edad

	(%) por grupos de edad				x ²	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Sí	59,0	64,5	62,2	52,6	3,237	,357
No	41,0	35,5	37,8	47,4		

Para finalizar este apartado, a la pregunta si piensa asistir al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia, según los datos que podemos observar en la tabla 5.72, no se han encontrado diferencias significativas entre grupos.

Tabla 5.72.- Opinión sobre si piensa asistir al Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia según el grupo de edad

	(%) por grupos de edad				x ²	Sig.
	15-24	25-34	35-49	50-65		
Sí	10,3	19,1	17,5	17,9	3,064	,282
No	89,7	80,9	82,5	82,1		

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN

6.- DISCUSIÓN

En este capítulo explicamos los resultados de la investigación, y realizamos una comparación con los estudios y experiencias de otras investigaciones y con algunas teorías que han plasmado determinados autores, de los cuales ya hemos hecho mención en el marco teórico y la revisión documental.

Para una mejor comprensión de este capítulo desarrollaremos la discusión en el siguiente orden. En primer lugar analizaremos los instrumentos de medición utilizados en la investigación, luego los resultados que se desprenden de este estudio comparándolos con otras investigaciones similares que se han llevado a cabo, manteniendo el mismo orden establecido en el capítulo de resultados, es decir: primeramente se discutirán los resultados relacionados con el conocimiento e identificación con el evento, a continuación se expondrán los referidos a la importancia e impacto del evento, luego aquellos correspondientes a la implicación de los ciudadanos y beneficios que aporta la celebración del evento, para seguir con la discusión de los resultados sobre gestión y organización del evento, y con los hábitos deportivos de los ciudadanos, para finalizar con un resumen general de los mismos en relación con las variables utilizadas.

6.1.- Los instrumentos utilizados en el estudio

Como se ha podido ver en el capítulo de metodología, el cuestionario utilizado en esta investigación ha seguido las directrices fijadas en el estudio dirigido por Casimiro y Añó (2003) titulado «Imagen social de los Juegos Mediterráneos y hábitos deportivos de la sociedad almeriense».

Hemos escogido este instrumento por encontrarse ya validado, y haberse utilizado en varias investigaciones en la propia Almería y en Tarragona. Esto sugiere una consolidación del cuestionario como modelo, que intenta medir y cuantificar cómo son percibidos y de qué manera están impactando los eventos deportivos de gran envergadura en las poblaciones que los albergan. Esta información nos permite la realización de una comparación entre estudios, permitiendo la reflexión constructiva en torno a la planificación de eventos deportivos, lo cual es una oportunidad para que quienes tienen en sus manos la toma de decisiones en torno a la gestión de los mismos tomen en consideración para sus futuras actuaciones, la opinión de los ciudadanos, de manera que puedan mitigar los impactos negativos y realzar los efectos positivos de la celebración de eventos deportivos sobre los contextos locales donde se desarrollan estas acciones.

Respecto a las variables medidas, tal y como se detalló en el capítulo de metodología, el cuestionario del estudio dirigido por

Casimiro y Añó (2003) ha sido modificado y adaptado a la realidad del caso de estudio de la presente investigación, lo cual ha supuesto la supresión de algunos ítems que no se justificaba medir en esta experiencia. Con todo esto, la estructura definitiva del cuestionario aplicado en la muestra de Valencia se estructuró en cinco bloques, que son los mismos de los cuestionarios anteriores y que nos permitirán su comparación con esas experiencias previas:

- I. Conocimiento - Identificación con la Fórmula Uno.
- II. Beneficios que reportará el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno en Valencia.
- III. Gestión y organización del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia.
- IV. Hábitos deportivos.
- V. Variables sociodemográficas.

En relación al tipo de preguntas formuladas en el cuestionario, para Hernández Sampieri et al. (2006) el contenido de las preguntas de un cuestionario es tan variado como los aspectos que mide. En base a lo sugerido por estos autores, el tipo de preguntas cerradas, que prácticamente son la totalidad que posee este cuestionario, contienen opciones de respuesta previamente definidas, es decir, se presentan a los participantes las posibilidades de respuesta, por lo que tienen que elegir entre estas.

Además, las preguntas cerradas facilitan el trabajo del investigador a la hora de codificar las entrevistas para luego preparar el análisis.

La eliminación de las preguntas que hemos expuesto en el capítulo de metodología, ha venido fundamentalmente motivada por las diferencias en el tipo de evento: en un caso los Juegos Mediterráneos y en otro el GP de Europa de Fórmula Uno. Pero en el resto de preguntas pertenecientes a los bloques, eran pertinentes y comparables, permitiendo comprobar la visión que los habitantes de una localidad tienen en torno a un evento que se celebra allí.

6.2.- Conocimiento e identificación con la Fórmula Uno en relación con otros eventos deportivo

En comparación con el estudio dirigido por Casimiro y Añó (2005) «Imagen social de los Juegos Mediterráneos en la sociedad almeriense durante el año 2004», y, el dirigido por Añó, Pablos y Calabuig (2009) «Conocimiento e identificación con la candidatura a los Juegos Mediterráneos de 2017 por parte de la población de Tarragona», en la presente investigación se han encontrado resultados similares, tanto de la actuación con que identifican al evento consultado, como también del conocimiento de los participantes del evento.

En los estudios de Casimiro y Añó (2005) y Añó, Pablos y Calabuig (2009) se observa un alto conocimiento del evento en particular (90,3% y 76,9% de bastante/mucho conocimiento respectivamente) como una competición deportiva internacional. Mientras que en la muestra analizada en la presente investigación, que indaga sobre la Fórmula Uno, existe un nivel de conocimiento sobre la misma, incluso, más alto como lo manifiesta que el 95,5% de la muestra la identifica con bastante/mucho conocimiento como una competición deportiva internacional. En consecuencia podemos afirmar que la muestra de Valencia tiene mayor conocimiento del evento en su caso, en comparación con los estudio de Almería y Tarragona.

En esta misma línea comparativa, los resultados del estudio de Casimiro y Añó (2005) y Añó, Pablos y Calabuig (2009) informan que los ciudadanos tienen un amplio conocimiento sobre los participantes en el evento, ya que el 61,9% (Almería) 47,9% (Tarragona) identifica bastante/mucho a los países mediterráneos como participantes en los JJ.MM. Para la muestra de la presente investigación, nuevamente el conocimiento es más alto respecto a las muestras almeriense y tarraconense. Así lo confirma el 76,6% de los entrevistados (bastante/mucho) que señala a las escuderías como participantes en la Fórmula Uno.

Estos resultados pueden justificarse por el contexto temporal en que han se llevado a cabo los estudios dirigidos por Casimiro y Añó (2005) y Añó, Pablos y Calabuig (2009). La recogida de datos

de ambos estudios se llevó a cabo antes de la celebración de los Juegos Mediterráneos, en el caso del estudio de Casimiro y Añó (2004) un año antes, y en el otro de Añó, Pablos y Calabuig (2009) Tarragona aún era ciudad candidata, a ocho años de la celebración en 2017. Respecto a los Juegos Mediterráneos, además es necesario indicar que es un evento deportivo que se celebra cada cuatro años y en una ciudad mediterránea diferente en cada edición.

En el caso de la presente investigación, la recogida de datos se realizó un año después de la primera edición del evento, un mes antes de la segunda y la segunda etapa de recogida un mes antes de la tercera edición. En relación al Campeonato Mundial de Fórmula Uno, podemos agregar que es una competición de celebración anual y cada temporada consta de 19 fechas de celebración repartidas por todo el mundo. Este hecho, y sumando la gran cobertura mediática que se le otorga (la cual se puede consultar apartado 3.1 del Capítulo III) pueden explicar el alto conocimiento manifestado por la muestra de este estudio.

En relación a esta misma cuestión, el grado de conocimiento de los eventos deportivos, también, viene a ser confirmado por los resultados presentados por García Ferrando et al (2007) en el estudio titulado «Los valencianos y el deporte» donde según los datos sobre frecuencia de audiencia de programas deportivos que se emiten por televisión un 77 % de los españoles (y un 78% de los valencianos) ve con alguna frecuencia este tipo de programas.

6.3.- Importancia e impacto del evento

En relación a la importancia social del evento que los ciudadanos conceden, las muestras de los estudios de Casimiro y Añó (2005) y Añó, Pablos y Calabuig (2009), otorgan bastante/mucha importancia a los JJ.MM con 69,7% y 60% respectivamente. En tanto, los resultados del presente estudio rebajan sustancialmente ese nivel. Los valencianos afirman en un 43% que la importancia social de la Fórmula Uno es ninguna/poca.

Sin embargo, en la importancia sobre el ámbito deportivo, los resultados en los estudios dirigidos por Casimiro y Añó (2005) y Añó, Pablos y Calabuig (2009) son similares. Los ciudadanos consultados valoran como bastante/mucho esta importancia con 76,7% 75,2% respectivamente. En la presente investigación, la importancia deportiva otorgada al evento en comparación con los datos señalados es un poco más baja, pero alta, ya el 62% de la muestra otorga bastante/mucha importancia a este evento.

Para la importancia económica del evento, la muestras de almerienses y tarraconenses continúan otorgando altas valoraciones, como así lo manifiestan el 76,9% y 58,7% de esas muestras que otorgan bastante/mucha importancia económica a los JJ.MM. Al igual que en que en las dos variables de importancia que ya hemos revisado, la importancia económica en la muestra de habitantes de este estudio es más baja.

Además los entrevistados se manifiestan divididos en esta cuestión, y un 53% le otorga bastante/mucha importancia ante un 44,9% que concede ninguna/poca/algo de importancia.

Desde la perspectiva del ámbito territorial del impacto de cada evento en su población específica, al comparar los resultados, podemos determinar que tanto las muestras del estudio de Casimiro y Añó (2005), Añó, Pablos y Calabuig (2009) y la presente investigación, dan cifras más homogéneas, ya que las respuestas agrupadas de “bastante/mucho impacto o repercusión del evento a nivel local”, son elegidas por el 72,3%, el 75,3% y el 60,9% de los entrevistados, respectivamente. En esta misma línea de análisis pero en una visión autonómica un 67,2% de la muestra almeriense otorga bastante/mucho impacto en este nivel, con un 54,7%, la tarraconense, mientras que en la muestra de valencianos este impacto es del 57,7% entre quienes responden bastante/mucho impacto en la Comunidad Valenciana situándolo en niveles similares a los de la muestra de Tarragona.

Con relación al impacto o repercusión estatal e internacional según los resultados del estudio dirigido por Casimiro y Añó (2005), las respuestas de los almerienses están divididas, así lo indica el 41,3% que considera bastante/mucho impacto de los JJ.MM a nivel estatal, y 47,3% de repercusión internacional. Mientras en el estudio de Añó, Pablos y Calabuig (2009) 32,2% considera que los JJ.MM en Tarragona tendrán bastante/mucho impacto a nivel estatal y el 20,5% bastante/mucha repercusión

internacional. Al revisar los resultados de la presente investigación, en estos dos niveles de repercusión, la muestra de valencianos considera que la Fórmula Uno impacta bastante/mucho en los niveles estatal e internacional con 43,3% y 53,9% respectivamente.

Otros estudios que han indagado sobre el impacto social de competiciones de deporte motor, y que aportan información valiosa en relación al impacto o repercusión del evento, es la tesis doctoral llevada a cabo por Fredline (2000) que analizó las reacciones de la comunidades anfitrionas de grandes eventos de motor como el Gran Premio de Australia de Fórmula Uno celebrado en la ciudad de Melbourne y la Indy Car en la ciudad de Gold Coast. Los resultados en este sentido informan que los consultados afirman que ambos acontecimiento impactan a nivel internacional, lo cual supone beneficio para las ciudades, la muestras de Melbourne (90,6%) y Gold Coast (96,6%) afirman que este tipo de eventos aumenta el posicionamiento internacional de la ciudad, mientras que las muestras de Almería y Valencia, si bien otorgan repercusión internacional (47,3% y 53,9% respectivamente), estas son considerablemente más bajas que las informadas por la investigación de Fredline (2000).

Analizando los resultados obtenidos por el estudio dirigido por Casimiro y Añó (2005) y Añó, Pablos y Calabuig (2009), en relación a la información que se tiene sobre el evento un 66,2% y

un 55,1% (para cada muestra) de los entrevistados han afirmado tener ninguna/poca/algo de información sobre el mismo.

Además en relación a la frecuencia en que recibe esta información, se da el mismo dato en ambas muestras, un 45,6%, que afirma recibirlas con menos frecuencia (más de dos semanas). La muestra valenciana, manifiesta valores más elevados de desinformación que en los estudios de Almería (66.2%) y Tarragona (55,1%). Así lo demuestra el hecho de que el 72,4% manifiesta tener escasa información (ninguna/poca/algo) sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno que se celebra en la ciudad. En relación a la frecuencia con que recibe noticias del Gran Premio, un 57,5% afirma recibirla con menos frecuencia (más de dos semanas) más negativo que en las muestras de Almería y Tarragona.

Al indagar respecto de los medios de información a través de los cuales recibe noticias del evento, la muestra almeriense afirma recibir bastante/mucha información sobre Almería 2005 y principalmente por la televisión local (34,9%), prensa local (34,4%), folletos/vallas publicitarias (26,7%) y por radio (20,6%).

En cambio para la muestra del estudio dirigido por Añó, Pablos y Calabuig (2009) en general recibe escasa información a través de los medios convencionales, así lo ratifica el 41,7% que indica recibir ninguna/poca información por la prensa nacional, el 41,3%

de ninguna/poca información por la televisión autonómica o nacional y el 33,6% de ninguna/poca información por radio.

Mientras que la muestra valenciana los datos nos indican que sobre el Gran Premio de Fórmula Uno se informa fundamentalmente por la televisión autonómica/nacional (36,3%), televisión local (27,4%), internet (23,5%) y prensa local (20,9%). De estos datos podemos inferir que en Almería el uso de folletos y vallas publicitarias que hace alusión a el proyecto de Almería 2005 es mayor que el utilizado en la ciudad de Valencia respecto a la Fórmula Uno, y en cambio aquí es mayor la información en Medios de comunicación.

Otros dato destacable es que la información recibida por medio de Internet que es menor en la muestra de Almería y Tarragona respecto de la valenciana. Estos datos pueden tener fundamentación en que el uso de Internet ha ido aumentando cada año y, por tanto, su penetración sobre la población es mayor ahora, como así lo confirman los datos el estudio general de medios de 2011(EGM), al que se hace referencia en el marco teórico de esta tesis.

6.4.- Implicación de los ciudadanos y beneficios que aporta la celebración del evento

Al referirnos a la implicación de los ciudadanos con eventos deportivos celebrados en sus comunidades locales, en los estudios

dirigidos por Casimiro y Añó (2005) y Añó, Pablos y Calabuig (2009), sus poblaciones respectivas manifiestan un 78,9% y 59,9% sentirse bastante/muy ilusionado sus correspondientes proyectos. La opinión de la muestra obtenida de Valencia, respecto a esta cuestión está repartida, según los datos un 38,1% afirman tener ninguna/poca ilusión, un 34,3% algo de ilusión y un 30,9% de bastante/mucha ilusión por la celebración de la Fórmula Uno en la ciudad.

Al comparar estos resultados con otros de estos estudios que han indagado sobre esta cuestión, el llevado a cabo por Zhou (2010) sobre la percepción de los residentes de Macao (China) sobre la celebración del Gran Premio de Fórmula 3000 celebrado en esa ciudad, la muestra de ciudadanos se manifiesta de acuerdo en que la celebración de la Fórmula 3000 aumenta el orgullo ciudadano (que se puede interpretar como sentimiento ciudadano), como lo afirma el 69,7% de los consultados. Esta misma medición del aumento del orgullo ciudadano también fue realizada por Fredline (2000) en Melbourne y Gold Coast con 44,6% y 56,1% de acuerdo, respectivamente, entre los ciudadanos de estas comunidades. Además otros datos reseñables son aquellos que informan sobre el grado en que estos dos eventos (Fórmula Uno y Indy Car) afectan el estado de ánimo de los ciudadanos. Según las muestras de Melbourne y de Gold Coast para el 78,6% y el 76,4%, el estado de ánimo de la gente no cambia.

Por otra parte, ante el positivo apoyo y alto orgullo de los ciudadanos de Macao por acoger el Gran Premio de Fórmula 3000, Zhou y Ap (2008) explican, que estos elevados datos (manifestados en un alto orgullo) se pueden atribuir a las diferencias culturales y factores políticos propios de la cultura confuciana.

Respecto al grado de identificación que tiene la sociedad valenciana con el Gran Premio de Fórmula Uno, una mayoría importante de consultados, afirma que esta identificación es nula o escasa, como así lo indica el 64,7% (nada/poco) de la muestra. Este dato es confirmado si interpretamos los datos recogidos en el estudio llevado a cabo por García Ferrando et al (2007) en el que informan que los valencianos demuestran un bajo interés (23%) hacia el deporte espectáculo, de lo cual podría deducirse que no se identifiquen con este tipo de actuaciones.

Pasando a la discusión de los datos correspondientes a los beneficios que reportan los eventos deportivos, al revisar los datos de los estudios dirigidos por Casimiro y Añó (2005) y Añó, Pablos y Calabuig (2009), en general manifiestan que la celebración de un evento como los Juegos Mediterráneos reportaría beneficios en todos los aspectos consultados. En particular, en el caso de la muestra de la población de Almería, los aspectos valorados con bastante/mucho beneficio fueron aquellos referidos a infraestructura general con 85,1%, seguido por instalaciones deportivas 82,4% y el turismo con 68,1%.

Mientras que en la muestra correspondiente a la población de Tarragona, sus datos, señalan que los aspectos señalados como más beneficiados con la celebración de los JJ.MM serían similares los obtenidos en la muestra de Almería. Estos aspectos serían las instalaciones deportivas con 85,7%, la práctica deportiva con 77,2%, infraestructuras generales con 71,3% y el turismo con 67,7%.

Comparando estos datos con los resultados obtenidos de la muestra de Valencia, la celebración del Gran Premio sería bastante/mucho beneficiosos para el Turismo según el 76,9% de los consultados, lo cual coincide con las opiniones de los almerienses y tarraconenses, en que el sector turístico sería beneficiado gracias a la celebración de estos eventos. Los resultados referidos al beneficio del turismo, tanto en los estudios dirigidos por Casimiro y Añó (2005), Añó, Pablos y Calabuig (2009), y el presente trabajo, junto con los de Fredline (2000) y Zhou (2010) manifiestan un patrón similar de respuesta en torno a esta faceta. Así lo confirman los datos que aporta el estudio de Fredline (2000), que afirman que el dinero gastado por los turistas que asisten al evento impulsa la economía local, según el 81% de la muestra de Melbourne y el 92,3% en Gold Coast. Lo mismo ocurre en opinión de los ciudadanos de Macao (Zhou, 2010) que aseguran estar de acuerdo en que la celebración del evento promueve la ciudad como destino turístico (83.2%) y que este hecho aumenta las oportunidades de negocio (64,4%).

La muestra obtenida en Valencia informa también que la economía se beneficiaría bastante/mucho, como lo afirma el 63,5% de la muestra. Sin embargo, y contrariamente a lo que indican las muestras de Almería y Tarragona, los valencianos creen que el beneficio en los aspectos referidos a práctica deportiva, urbanismo, instalaciones deportivas y infraestructura general serían escasamente beneficiosos (nada/poco), tal y como indica el 76%, el 69,3%, el 69,1% y el 59,1% respectivamente.

En cuanto a los demás aspectos medidos, tanto la muestra de Almería como la de Tarragona, en general se observan patrones de respuesta similares, afirmando que existirían beneficios con la celebración de los JJ.MM, exceptuando el aspecto de urbanismo que los tarraconenses ven escasamente beneficioso, al igual que ocurre en la muestra de valencianos. Los datos referidos al escaso beneficio del aspecto de infraestructura general observados en Valencia, al ser comparados con los del estudio de Fredline (2000) no se asemejan, más bien existe división tanto en los ciudadanos de Melbourne (41,7%) como los de Gold Coast (21,4%), pues afirman que las instalaciones a disposición de los residentes locales aumentan con las celebraciones del evento.

Otro de los beneficios que también fue medido por los estudios de Fredline (2000) y Zhou (2010) es el empleo. Este último autor en su estudio indica que la opinión de los ciudadanos de Macao está dividida, así lo manifiesta el 49,3% de la muestra que afirma estar de acuerdo con que el evento aumenta las oportunidades de

trabajo. Mientras que Fredline (2000), en relación a esta misma cuestión, informa que tanto la muestra de Melbourne como la de Gold Coast, los ciudadanos opinan que las oportunidades de empleo tienden a aumentar con la celebración del evento, y, así lo manifiesta el 73,9% y 78.9% de cada muestra respectiva.

Comparando estos datos con los obtenidos en la presente investigación, en la muestra valenciana, se observan datos similares a los obtenidos por Zhou (2010), los valencianos manifiestan opiniones divididas en torno a la generación de empleo, en este sentido un 44,4% indica que la celebración de la Fórmula Uno beneficiaría bastante/mucho el empleo a la ciudad, ante el 36,4% que cree que este aspecto no se beneficiaría nada/poco.

Continuando con el análisis de de los beneficios que generan los eventos deportivos, en el cuestionario aplicado se le solicita a los participantes de la muestra que valoren de una lista de grupos y colectivos de personas, como los beneficiarios principales de la celebración del evento. La muestra de valencianos que analizamos en esta investigación ha señalado al comité organizador, los empresarios, los grupos políticos y los Medios de comunicación como bastante/mucho beneficiarios del Gran Premio de Fórmula Uno de Valencia, según lo afirmado por el 82,7%, 75,3%, 74,2% y 71,2% de los encuestados para cada uno de estos colectivos. En relación a otros grupos consultados, la muestra se manifiesta dividida respecto de los turistas y

deportistas beneficiados con respuestas del 33,6% y 41,4% (bastante/mucho) del total de entrevistados. Por el contrario el 72,2% de los encuestados afirma que los ciudadanos/as se benefician poco/nada con la realización del evento, que en consecuencia sería identificado como el colectivo que se beneficia menos con la celebración del evento.

En cuanto a la información obtenida en el estudio realizado por Casimiro y Año (2005) los resultados de la muestra de Almería se asemejan a los de la presente investigación. En este sentido, los ciudadanos almerienses consideran que el comité organizador, los empresarios, los grupos políticos y los Medios de comunicación se beneficiarían bastante/mucho (74,7%, 73,1%, 68,7% y 57,7% respectivamente) con la celebración de los JJ.MM. Comparando el colectivo de turistas, los datos son similares, ya que la opinión de los almerienses está dividida. Además, y por el contrario que la muestra de valencianos, los almerienses identifican al colectivo de deportistas como beneficiarios (bastante/mucho) según el 76,3%. Comparando los resultados revisados con los obtenidos por Año, Pablos y Calabuig (2009), la muestra de Tarragona identifica a menos colectivos beneficiados, estos fueron el comité organizador y los deportistas (66,1% y 75,3% bastante/mucho beneficiarios). En relación al resto de grupos de posibles beneficiarios la opinión de los tarraconenses está en paridad, quizá porque no se habían concedido todavía los Juegos.

6.5.- La Gestión y organización del evento

El grado de dificultad en organizar un evento de las características de la Fórmula Uno en opinión de la muestra del presente trabajo, requiere bastante/mucha dificultad, y así lo han tenido en consideración un 71% de los consultados. Fijándonos en los estudios dirigidos por Casimiro y Añó (2005) y Añó, Pablos y Calabuig (2009), no se han encontrado diferencias importantes en este mismo asunto, incluso la percepción de dificultad aumenta, según lo afirman el 75,1% y el 83,4% respectivamente para cada muestra. La organización de eventos deportivos ha sido discutidos por diversos autores como Gresser y Bessy (1999), Desbordes y Falgoux (2006) o Añó (2011). Este último autor señala que los factores que condicionan la organización del evento son: el técnico-organizativo, la asistencia de espectadores y la presencia de los Medios de comunicación. Agrega que estos dos últimos factores, son los que más condicionan el nivel de dificultad del evento. Si analizamos bajo esta perspectiva los factores determinantes de la dificultad el Gran Premio de Europa de Fórmula uno, que cuenta con una numerosa presencia de Medios de comunicación y una asistencia de espectadores en torno a las 70.000 personas en 2011. Podemos afirmar que este acontecimiento requiere un alto nivel dificultad en su organización, y de este modo es percibido por la mayoría de ciudadanos de Valencia.

En cuanto a la percepción de los responsables del éxito del evento, los resultados de la presente investigación informan que una amplia mayoría de los entrevistados otorga a la organización, Medios de comunicación, instituciones públicas y a deportistas bastante/mucha responsabilidad (93,3%, 87,4%, 83,8 y 62,1% respectivamente). Al valorar el papel de los ciudadanos en este sentido, el 73,4% concede ninguna/poca responsabilidad. Contrastando estos datos con los obtenidos por Casimiro y Añó (2005) de la muestra de almerienses, estos también otorgan bastante/mucha responsabilidad a la organización, instituciones públicas, deportistas y Medios de comunicación (89,5%, 81,4%, 80,7% y 73,2%). En comparación con la muestra de Valencia, los almerienses están divididos, un 53,7% otorga bastante/mucha responsabilidad en el éxito de los JJ.MM a los ciudadanos.

Al respecto de la utilización que tendría el circuito después de la realización de Gran Premio de Fórmula Uno, según lo respondido por participantes de la muestra, un 84,1% afirma que la utilización sería ninguna/poca. Esto comparado con los datos del estudio dirigido por Casimiro y Añó (2005) difiere sustancialmente, ya que la muestra almeriense en general considera que la utilización posterior a los Juegos de el Estadio JJ.MM, el Palacio Mediterráneo, el complejo de piscinas y la Villa Mediterránea será importante, tal y como lo confirman el 70,2%, 62,7%, 61,2% y 65,3% que perciben como bastante/mucha la utilización posterior de estas instalaciones.

Considerando las características de cada evento en particular, en el caso de Almería nos referimos a unos Juegos Mediterráneos, competición multideportiva que reúne 26 disciplinas diferentes, lo cual exige la construcción, acondicionamiento y remodelación de instalaciones óptimas para el desarrollo de la competición. Además la recogida de la información de aquel estudio, se realizó un año antes de que celebrasen los Juegos, por lo que el avance de la construcción de las instalaciones estaría en una fase final (más visible). Mientras que el caso de la Fórmula Uno en Valencia, al tratarse de un circuito urbano, la inversión se ha dirigido básicamente al acondicionamiento del trazado. Estos hechos son determinantes en la percepción de la población respecto al tipo de instalación que se construye y a la utilidad futura que se le puedan dar a estas. Además, de ello, las instalaciones de los JJ.MM son unas características que pueden ser usadas posteriormente por los ciudadanos, ya que son pabellones, piscinas, pistas de atletismo o estadios de fútbol. En cambio el circuito de Fórmula Uno, sólo se utiliza para eso una vez al año, y el resto del mismo sirve en parte como “carretera” de acceso y uso de vehículos en el puerto y sus alrededores, pero no como instalación deportiva.

6.6- Los hábitos deportivos de los ciudadanos

Al comparar los resultados obtenidos por esta investigación con los obtenidos en el estudio desarrollado por García Ferrando,

(2007) sobre la encuesta nacional de hábitos deportivos de los españoles, la cual considera una sub-muestra de Valencia, se han encontrado resultados similares. Respecto a los correspondientes al presente estudio, un 68% de los encuestados manifiesta tener bastante/mucho interés por el deporte, mientras que los datos de la encuesta nacional informan indican que un 72% de los valencianos tienen bastante/mucho interés por la actividad. Ambos datos vienen a ratificar que los valencianos se encuentran sobre la media nacional situada en 61%.

Respecto al tipo de actividad física o deportiva que los valencianos realizan principalmente, al revisar los datos del estudio nacional hemos encontrado diferencias. Según se indica en el estudio nacional, la natación recreativa es la modalidad más practicada por los valencianos así lo indica el 40% de la muestra de ese estudio, mientras que en la presente investigación, alcanza el 8,1% de la muestra analizada. Siguiendo con esta comparación, la encuesta nacional, indica que el ciclismo recreativo es la segunda actividad más practicada por los valencianos, lo cual es manifestado por un 27,7%. Mientras que en la presente investigación, nuevamente encontramos niveles más bajos de práctica, un 10,2% de la muestra asegura practicar ciclismo recreativo (incluye al ciclismo de competición). Ambos datos discrepan también con los nacionales, los cuales fijan el nivel de práctica de esta modalidad en 18,7%. A su vez, en el estudio de García Ferrando et al (2007) la tercera actividad

deportiva más practicada por los valencianos es el fútbol de campo grande con un nivel de práctica del 19,4% de la población, el fútbol sala, futbito, fútbol 7 y fútbol playa se han agrupado en una categoría a parte alcanzando un nivel de práctica de un 10,3% de la población valenciana. En cambio, en la presente investigación hemos agrupado todas las modalidades de fútbol en una sola, convirtiéndola el deporte más practicado por la población, según lo indicado por el 16,6% de la muestra. (por sobre el 8,1% de la natación). Para el resto de actividades y modalidades deportivas también se han registrado diferencias importantes, por lo que no se justifica ahondar en esta cuestión. Si resulta interesante discutir, es que una vez analizados los cuestionarios utilizados en la encuesta nacional de hábitos deportivos y el de la presente investigación, hemos constatado que existen diferencias. Primero, en la formulación de la pregunta del estudio nacional es sugerida al participante de la muestra de la siguiente manera: “¿Me podría decir qué deporte o deportes practica?, mientras que en el presente estudio la pregunta además de la palabra “deporte” incluye “actividad física”. Segundo, en la encuesta nacional los resultados obtenidos respecto al deporte practicado combinan los datos esta pregunta con otra que hace referencia a la frecuencia de la práctica en particular de ese deporte. En cambio en este hemos medido la variable de frecuencia de actividad en general, y el estudio ambas variables fueron analizadas por separado. En tercer y

último punto refiriéndonos a esta cuestión, los resultados obtenidos en la pregunta referida al tipo de práctica, ambos estudios, han utilizado distintos criterios para definir las categorías y modalidades de práctica y de actividades deportivas. Esto sumado a lo discutido antes ha repercutido en que los resultados de la presente investigación no reflejen lo informado en el estudio nacional de hábitos deportivos en la sub-muestra de Valencia.

En relación a la frecuencia con la que se practica deporte, el estudio nacional dirigido por García Ferrando (2007), informa que un 54% valencianos realizan tres o más veces por semana esta práctica, a esto lo sigue un 36% que afirma hacerlo una o dos veces semanalmente. Mientras que los resultados obtenidos por el presente trabajo se encuentran en la misma línea, así lo demuestra el 50% de la muestra que realiza su práctica tres o más veces por semana, y el 29,9% que dedica una o dos veces por semana a esta actividad.

En relación al tipo de instalación deportiva utilizada habitualmente para la práctica, en el estudio nacional de hábitos en la sub-muestra de Valencia indica, que las instalaciones públicas (de carácter municipal u otro tipo) son las utilizadas por estos con 51%, luego en segundo orden de preferencia utilizan lugares abiertos, como parques, la calle o el campo un 43%, en tercer y cuarto orden encontramos las instalaciones de un club privado y gimnasios privados con 23% y 20% respectivamente. Al

comparar estos resultados con los obtenidos en este trabajo encontramos patrones de respuesta proporcionalmente similares, esta muestra informa que utiliza principalmente instalaciones públicas y lugares abiertos, según el 36,9% y el 36,3% de los consultados, mientras que un 17,5% afirma utilizar instalaciones de un club o gimnasio privado. La diferencias de porcentajes entre ambas muestras, se puede explicar en que el cuestionario de la encuesta nacional de hábitos deportivos en la pregunta referida al tipo de instalación utilizada tenía multirespuesta, mientras que el cuestionario utilizado en este trabajo uso la respuesta única.

La muestra analizada en el presente trabajo se divide al ser consultada si considera adecuado pagar por practicar deporte. Así lo indican el 43,4% que se manifiesta de forma negativa ante el 56,6% que si estaría dispuesto a pagar incluyendo en este porcentaje a todos los que respondieron positivamente, bien sea en todos los eventos la mayoría o en algunos casos. Esto no se ha consultado en ninguno de los estudios citados previamente. En este sentido el pago de servicios y productos deportivos es una práctica generalizada, tanto en instalaciones públicas, privadas e incluso en centros de enseñanza. Esta dimensión económica del deporte la explica Heinemann (1998) basada en tres hechos:

- a) La toma de decisiones económicas; decidir cuánto dinero está dispuesto a gastar en una determinada práctica

deportiva, que es lo que busca con ello, donde quiere hacerlo y cuánto tiempo quiere dedicar.

- b) Los arreglos institucionales; donde se coordinan estas decisiones, es decir, las organizaciones que ofertan servicios deportivos, los convenios institucionales y la legislación que regula este tipo de actividades. Y por último,
- c) Los aspectos materiales; las consecuencias económicas, como instalaciones deportivas, turísticas, caminos,... creación de riqueza la cual llega a repercutir en el crecimiento económico nacional, volumen de empleo generado, y finalmente efectos secundarios como el aprovechamiento del suelo, incremento de la demanda y la oferta, ...

Siguiendo en esta dimensión económica, los hábitos de consumo de deporte en directo son coincidentes tanto en los estudios dirigidos por Casimiro y Añó (2005); y Añó, Pablos y Calabuig (2009), como en la presente investigación. Tanto la poblaciones almerienses, tarraconense y valenciana, afirman asistir directamente de manera esporádica (sólo en grandes eventos), según el 46,2%, 48,2% y 46,6%, mientras un 40,9%, 34,2% y un 36,6% afirman no haber asistido nunca, correspondiendo estos datos a cada muestra poblacional. En tanto, la encuesta nacional de hábitos deportivos dirigida por García Ferrando (2006), en su sub-muestra de valencia también a consultado la asistencia a

eventos deportivos. Los datos obtenidos confirman esta tendencia, de manera que los correspondientes a la asistencia “de vez en cuando” (14%) y “pocas veces” (28%), obtenemos un valor levemente por debajo de la asistencia esporádica en las muestras que antes hemos comparado. En todo caso todas las muestras comparadas se encuentran por encima de la media española de asistencia esporádica a espectáculos deportivos la cual se ubica en el 38%.

Por otra parte, en relación a los hábitos como espectador de deporte por televisión, tanto de la población tarraconense y valenciana son similares. El 51,6% y 46,6%, de las muestras respectivas afirman ver espectáculos deportivos por este medio un mínimo de dos-tres veces por semana frente al 36,6% y 34,2% que afirman no ver nunca (datos correspondientes a cada muestras). El estudio nacional de hábitos deportivos en la sub-muestra de Valencia, también se recoge información sobre la frecuencia de la audiencia de programas deportivos en televisión, estos indican que un 43% de los valencianos sólo ve algunos programas deportivos, un 17% ve bastantes programas deportivos y que un 12% ve sobre todo los partidos de fútbol. En torno a la relación entre televisión y deporte, García Ferrando et al (2007), señalan que “han llegado con el transcurso del tiempo a depender estrechamente entre sí, ya que si bien es cierto que el deporte se ha popularizado gracias a la televisión, no es menos cierto que la televisión ha encontrado en el deporte uno de los

medios más sencillos y asequibles para incrementar la audiencia” entendiéndose que a mayor audiencia mayores ingresos por publicidad. Es lo que Salvador (2004) denomina mercantilización del deporte, lo cual ha repercutido negativamente en casos de dopaje, la filosofía del record, el medallismo hasta llegar a la utilización política del deporte, y esto pasa, según el autor, cuando la responsabilidad ética de los Medios de comunicación está en tela de juicio sobre todo cuando hoy en día vivimos en la sociedad más mediatizada de la historia, que algunos denominan sociedad de la información, o mejor sería sociedad de la desinformación.

Según los datos obtenidos por el estudio dirigido por García Ferrando (2006) la población española (53%) y en especial la población valenciana (60%) afirman que la forma preferida de ver espectáculos deportivos es en directo. Respecto a esta asistencia a ver espectáculos deportivos en directo, comparando los resultados del estudio dirigido por Añó, Pablos y Calabuig (2009) y los de la presente investigación, sobre la disposición a pagar por esta asistencia directa, en la muestra de tarraconenses un 49% afirma no estar de acuerdo con esto, mientras que en la muestra de valencianos del presente estudio, mientras baja hasta el 39% la disposición a pagar por asistir a espectáculos deportivos en directo es mayor con 60,4%, similar al obtenido en la sub-muestra de valencia (García Ferrando 2007) sobre la forma preferida de ver espectáculos deportivos en directo.

6. Discusión

Acabando con esta dimensión económica del deporte, los valencianos están de acuerdo con que la manera preferida de ver espectáculos deportivos es en directo, y además consideran adecuado pagar por esto. Sin embargo, la mayoría de estos mismos, afirma que no piensa asistir al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno, como lo indica el 83,3% de la muestra de la presente investigación, ante sólo un 16,7% tiene pensado en asistir. Revisando los resultados del estudio dirigido por García Ferrando (2007) sobre los hábitos deportivos de los valencianos en los que se pregunta sobre la compra de al menos una entrada en taquilla para asistir a competiciones deportivas, un 50% de los valencianos indica que ha comprado una entrada para asistir a una competición futbolística, un 16% lo han hecho para alguna competencia de baloncesto, mientras que para un deporte de motor como el motociclismo lo ha hecho un 14%. Tomando en consideración este último dato correspondiente a un deporte de motor, podríamos inferir que la asistencia a espectáculos de motor en general entre los valencianos se puede situar en torno a los 15 puntos porcentuales, similar a lo manifestado por la muestra de valencianos de este estudio sobre la asistencia a la Fórmula Uno en Valencia.

6.7.- Resumen de los resultados generales

A continuación presentamos seis tablas resumen, en las que expondremos los resultados más relevantes de la presente investigación. En primer lugar se expondrán los resultados generales de la muestra. A continuación dos tablas con los resultados de la muestra por grupos de sexo y luego cuatro tablas con los resultados en función de los grupos de edad, para con posterioridad establecer las correspondientes conclusiones del estudio.

Tabla 6.1.- Resumen de los resultados de la muestra encuestada

Resumen resultados de la muestra.	Porcentaje
Estado civil soltero/a.	53,5%
Lugar de nacimiento en la Comunidad Valenciana.	65,5%
Estudios completados de grado superior.	30,6%
Trabaja.	56,1%
Tiene Interés por el deporte.	68%
Considera adecuado pagar por practicar deporte.	56,6%
Identifica al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como una competición deportiva internacional.	95,5%
Considera tener escasa información o conocimiento respecto al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno.	27%
Recibe información sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia con menos frecuencia.	57,5%
Otorga escasa y nula importancia social a la Fórmula Uno.	43%
Percibe que la Fórmula Uno tiene un alto impacto local.	60,9%
Considera que los beneficios para los ciudadanos con la celebración de la Fórmula Uno en la ciudad son nulos o limitados.	72,2%
Percibe que el turismo es un aspecto que se puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	76,9%
Percibe que la economía es un aspecto que puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	63,5%
Percibe que el empleo en la ciudad es un aspecto que tendría escasos beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	55,6%
Estima que las instalaciones deportivas tendría escaso beneficio con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	69,2%
Estima que la práctica deportiva de los ciudadanos no se beneficiaría con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	76%

6. Discusión

Continuación Tabla 6.1	
Supone que la organización que tiene la Fórmula Uno en Valencia es una tarea dificultosa.	71%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de La organización.	93,3%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de los Medios de comunicación.	87,4%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de las instituciones públicas.	83,4%
Consume deporte espectáculo en directo de forma esporádica.	46,6%
Consume deporte espectáculo por televisión esporádicamente.	51,6%
Considera adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo.	60,4%
Tiene escasa ilusión por la celebración de la Fórmula Uno en Valencia.	69,2%
No asistirá al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia.	83,3%

Tabla 6.2.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de hombres

Resumen de los resultados del grupo de hombres.	Porcentaje
Estado civil soltero/a.	54,1%
Lugar de nacimiento en la Comunidad Valenciana.	67,9%
Estudios completados de grado superior.	26%
Trabaja.	57,4%
Tiene Interés por el deporte.	79%
Considera adecuado pagar por practicar deporte.	57,8%
Identifica al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como una competición deportiva internacional.	94,9%
Considera tener escasa información o conocimiento respecto al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno.	37,8%
Recibe información sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia con menos frecuencia.	53,6%
Otorga escasa y nula importancia social a la Fórmula Uno.	39,6%
Percibe que la Fórmula Uno tiene un alto impacto local.	65,4%
Considera que los beneficios para los ciudadanos con la celebración de la Fórmula Uno en la ciudad son nulos o limitados.	72,7%
Percibe que el turismo es un aspecto que se puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	76,6%
Percibe que la economía es un aspecto que puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	62,8%
Percibe que el empleo en la ciudad es un aspecto que tendría escasos beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	58,7%
Estima que las instalaciones deportivas tendría escaso beneficio con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	72,5%
Estima que la práctica deportiva de los ciudadanos no se beneficiaría con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	82%
Supone que la organización que tiene la Fórmula Uno en Valencia es una tarea dificultosa.	75,2%

6. Discusión

Continuación Tabla 6.2	
Considera éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de La organización.	91%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de los Medios de comunicación.	88,1%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de las instituciones públicas.	83,4%
Consume deporte espectáculo en directo de forma esporádica.	45,8%
Consume deporte espectáculo por televisión esporádicamente.	66,1%
Considera adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo.	60,7%
Tiene escasa ilusión por la celebración de la Fórmula Uno en Valencia.	61,7%
No asistirá al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia.	79,1%

Tabla 6.3.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de mujeres

Resumen de los resultados del grupo de mujeres	Porcentaje
Estado civil soltero/a.	52,7%
Lugar de nacimiento en la Comunidad Valenciana.	65,5%
Estudios completados de grado superior.	26%
Trabaja.	54,3%
Tiene Interés por el deporte.	53,9%
Considera adecuado pagar por practicar deporte.	55,2%
Identifica al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como una competición deportiva internacional.	96,8%
Considera tener escasa información o conocimiento respecto al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno.	51,1%
Recibe información sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia con menos frecuencia.	63,1%
Otorga escasa y nula importancia social a la Fórmula Uno.	49,2%
Percibe que la Fórmula Uno tiene un alto impacto local.	57,3%
Considera que los beneficios para los ciudadanos con la celebración de la Fórmula Uno en la ciudad son nulos o limitados.	72%
Percibe que el turismo es un aspecto que se puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	77,5%
Percibe que la economía es un aspecto que puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	64,4%
Percibe que el empleo en la ciudad es un aspecto que tendría escasos beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	51,7%
Estima que las instalaciones deportivas tendría escaso beneficio con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	65,4
Estima que la práctica deportiva de los ciudadanos no se beneficiaría con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	70%
Supone que la organización que tiene la Fórmula Uno en Valencia es una tarea dificultosa.	71%

6. Discusión

Continuación Tabla 6.3	
Considera éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de La organización.	96,2%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de los Medios de comunicación.	86,4%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de las instituciones públicas.	84,3%
Consume deporte espectáculo en directo de forma esporádica.	47,7%
Consume deporte espectáculo por televisión esporádicamente.	49,4%
Considera adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo.	60,1%
Tiene escasa ilusión por la celebración de la Fórmula Uno en Valencia.	78,5%
No asistirá al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia.	88,6%

Tabla 6.4.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de edad comprendida entre 15 y 24 años

Resumen de los resultados del grupo de edad 15-24 años.	Porcentaje
Estado civil soltero/a.	92,2%
Lugar de nacimiento en la Comunidad Valenciana.	71,5%
Estudios completados secundarios, bachillerato o B.U.P y C.O.U	30,8%
Estudia.	51,3%
Tiene Interés por el deporte.	64,1%
Considera adecuado pagar por practicar deporte.	53,8%
Identifica al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como una competición deportiva internacional.	96,2%
Considera tener algo de información o conocimiento respecto al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno.	42,9%
Recibe información sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia con menos frecuencia.	60%
Otorga escasa y nula importancia social a la Fórmula Uno.	43,6%
Percibe que la Fórmula Uno tiene un alto impacto local.	64,5%
Considera que los beneficios para los ciudadanos con la celebración de la Fórmula Uno en la ciudad son nulos o limitados.	68,9%
Percibe que el turismo es un aspecto que se puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	84,6%
Percibe que la economía es un aspecto que puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	69,3%
Percibe que el empleo en la ciudad tendría beneficios considerables con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	56,4%
Estima que las instalaciones deportivas tendría escaso beneficio con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	57,7%
Estima que la práctica deportiva de los ciudadanos no se beneficiaría por la celebración de la Fórmula uno en Valencia.	71,8%
Supone que la organización que tiene la Fórmula Uno en Valencia es una tarea dificultosa.	64,1%

6. Discusión

Continuación Tabla 6.4	
Considera éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de La organización.	89,8%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de los Medios de comunicación.	89,7%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de las instituciones públicas.	76,9%
Suele ver deporte espectáculo en directo de forma esporádica.	59%
Suele ver deporte espectáculo por televisión esporádicamente.	37,3%
Considera adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo.	59%
Tiene escasa ilusión por la celebración de la Fórmula Uno en Valencia.	70,5%
No asistirá al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia.	89,7%

Tabla 6.5.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de edad comprendida entre 25 y 34 años

Resumen de los resultados del grupo de edad 25-34 años.	Porcentaje
Estado civil soltero/a.	65,7%
Lugar de nacimiento en la Comunidad Valenciana.	65,3%
Estudios completados Universitarios de grado superior	45,4%
Trabaja.	61,7%
Tiene Interés por el deporte.	70,2%
Considera adecuado pagar por practicar deporte.	67,1%
Identifica al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como una competición deportiva internacional.	96,4%
Considera tener escasa información o conocimiento respecto al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno.	36,9%
Recibe información sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia con menos frecuencia.	60,9%
Otorga escasa y nula importancia social a la Fórmula Uno.	43,1%
Percibe que la Fórmula Uno tiene un alto impacto local.	58,4%
Considera que los beneficios para los ciudadanos con la celebración de la Fórmula Uno en la ciudad son nulos o limitados.	72,4%
Percibe que el turismo es un aspecto que se puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	79,3%
Percibe que la economía es un aspecto que puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	66,4%
Percibe que el empleo en la ciudad tendría escasos beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	58,1%
Estima que las instalaciones deportivas tendría escaso beneficio con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	75,2%
Estima que la práctica deportiva de los ciudadanos no se beneficiaría por la celebración de la Fórmula uno en Valencia.	82,9%
Supone que la organización que tiene la Fórmula Uno en Valencia es una tarea dificultosa.	84,3%

6. Discusión

Continuación Tabla 6.5	
Considera éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de La organización.	95,8%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de los Medios de comunicación.	85,1%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de las instituciones públicas.	83%
Suele ver deporte espectáculo en directo de forma esporádica.	46%
Suele ver deporte espectáculo por televisión al menos 2-3 veces por semana.	47,8%
Considera adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo.	64,5%
Tiene escasa ilusión por la celebración de la Fórmula Uno en Valencia.	71,6%
No asistirá al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia.	80,9%

Tabla 6.6.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de edad comprendida entre 35 y 49 años

Resumen de los resultados del grupo de edad 25-34 años.	Porcentaje
Estado civil casado/da en pareja	57,5%
Lugar de nacimiento en la Comunidad Valenciana.	64,1%
Estudios completados Universitarios de grado superior	29,2%
Trabaja.	65%
Tiene Interés por el deporte.	67,5%
No considera adecuado pagar por practicar deporte.	50,4%
Identifica al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como una competición deportiva internacional.	94,2%
Considera tener escasa información o conocimiento respecto al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno.	44,4%
Recibe información sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia con menos frecuencia.	54,7%
Otorga elevada importancia social a la Fórmula Uno.	39,1%
Percibe que la Fórmula Uno tiene un alto impacto local.	68,7%
Considera que los beneficios para los ciudadanos con la celebración de la Fórmula Uno en la ciudad son nulos o limitados.	70%
Percibe que el turismo es un aspecto que se puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	78,3%
Percibe que la economía es un aspecto que puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	66,4%
Percibe que el empleo en la ciudad tendría escasos beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	55%
Estima que las instalaciones deportivas tendrían escaso beneficio con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	67,3%
Estima que la práctica deportiva de los ciudadanos no se beneficiaría por la celebración de la Fórmula uno en Valencia.	72,3%
Supone que la organización que tiene la Fórmula Uno en Valencia es una tarea dificultosa.	62,5%

Continuación Tabla 6.6	
Considera éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de la organización.	93,3%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de los Medios de comunicación.	90%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de las instituciones públicas.	87,5%
Suele ver deporte espectáculo en directo de forma esporádica.	43%
Suele ver deporte espectáculo por televisión al menos 2-3 veces por semana.	54,2%
Considera adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo.	62,2%
Tiene escasa ilusión por la celebración de la Fórmula Uno en Valencia.	70%
No asistirá al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia.	82,5%

Tabla 6.7.- Resumen de los resultados de la muestra para el grupo de edad comprendida entre 50 y 65 años

Resumen de los resultados del grupo de edad 25-34 años.	Porcentaje
Estado civil casado/da en pareja	65, %
Lugar de nacimiento en la Comunidad Valenciana.	70%
Estudios primarios completos, certificado escolar	27,5%
Trabaja.	52,5%
Tiene Interés por el deporte.	69,2%
No considera adecuado pagar por practicar deporte.	49,4%
Identifica al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno como una competición deportiva internacional.	96,3%
Considera tener algo de información o conocimiento respecto al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno.	33,3%
Recibe información sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia con menos frecuencia.	51,5%
Otorga elevada importancia social a la Fórmula Uno.	55,4%
Percibe que la Fórmula Uno tiene un alto impacto local.	54,8%
Considera que los beneficios para los ciudadanos con la celebración de la Fórmula Uno en la ciudad son nulos o limitados.	79,7%
Percibe que el turismo es un aspecto que se puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	62,9%
Percibe que la economía es un aspecto que puede tener grandes beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	53,9%
Percibe que el empleo en la ciudad tendría escasos beneficios con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	63,6%
Estima que las instalaciones deportivas tendrían escaso beneficio con la realización de la Fórmula uno en Valencia.	75%
Estima que la práctica deportiva de los ciudadanos no se beneficiaría por la celebración de la Fórmula uno en Valencia.	77,3%
Supone que la organización que tiene la Fórmula Uno en Valencia es una tarea dificultosa.	66,6%
Considera éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de la organización.	92,2%

6. Discusión

Continuación Tabla 6.7	
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de los Medios de comunicación.	84,4%
Considera que el éxito del Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia depende de las instituciones públicas.	86,1%
No suele ver deporte espectáculo en directo nunca.	42,3%
Suele ver deporte espectáculo por televisión al menos 2-3 veces por semana.	54,6%
Considera adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo.	52,6%
Tiene escasa ilusión por la celebración de la Fórmula Uno en Valencia.	61,3%
No asistirá al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia.	82,1%

CAPÍTULO VII
CONCLUSIONES

7.- CONCLUSIONES

En este último capítulo expondremos las principales conclusiones a las que hemos llegado gracias a los resultados de la presente investigación. Las conclusiones se plantean dando respuesta a los objetivos específicos. En primer lugar se presentan las referidas al conocimiento e identificación con la Fórmula Uno. A continuación las de importancia e impacto del acontecimiento, siguiendo con las correspondientes a la implicación de los ciudadanos y beneficios que aporta la celebración de la Fórmula Uno. Luego revisaremos las conclusiones relacionadas con la gestión y organización del evento para luego finalizar con las relacionadas con los hábitos deportivos de los valencianos. Posteriormente se exponen las futuras líneas de investigación relacionadas con esta temática.

7.1.- Grado de conocimiento que los ciudadanos tienen respecto al GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia

- La mayor parte de la población valenciana identifica al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno, como una competición deportiva internacional.

- En general la población valenciana reconoce a las escuderías como las unidades participantes de la Fórmula Uno. Los hombres manifiestan mayor conocimiento sobre esto, en relación a las mujeres. Mientras que por grupos de edad no se han encontrado diferencias significativas.
- Existe conocimiento general por parte de la población sobre los países que celebran GP de Fórmula uno. Los hombres tienen mayor conocimiento respecto a las mujeres. Por grupos de edad no se han encontrado diferencias significativas.

7.2.- Grado de satisfacción e identificación personal con la celebración del GP de Europa de Fórmula Uno en la ciudad

- En general los ciudadanos de valencia tienen escasa ilusión personal por la celebración de la Fórmula Uno. Las mujeres se manifiestan menos ilusionadas que los hombres.
- La percepción de la población sobre identificación de la sociedad valenciana con el evento es mínima.

7.3.- Percepción los beneficios y beneficiarios de la celebración del GP de Europa de Fórmula Uno en Valencia

- Los valencianos perciben que los beneficios que reportaría la celebración de la Fórmula Uno en la ciudad serían principalmente en los sectores del turismo y la economía. En el caso del turismo, el grupo de edad más joven de la población, es el que percibe con mayor fuerza este beneficio, mientras que el grupo adulto mayor tienen una percepción menor de esto.
- La población considera con amplia mayoría que los grupos de beneficiarios principales con la celebración de la Fórmula Uno en la ciudad serían el Comité Organizador (Valmor), los empresarios, los grupos políticos y los Medios de comunicación. En el caso de este último, el grupo de edad más joven y el grupo adulto medio, son quienes perciben mayor beneficio. Mientras que el grupo de edad adulto mayor es quien percibe en menor medida este beneficio.

7.4.- Expectativas de los ciudadanos en diferentes ámbitos relacionados con el desarrollo del evento

- Los ciudadanos en amplia mayoría identifican como responsables del éxito del GPE de Fórmula Uno de Valencia al Comité Organizador (Valmor), los Medios de comunicación y a las instituciones públicas. Además, en general también señalan como responsables a los deportistas, en este caso las mujeres de la muestra más que los hombres. Respecto a las instituciones públicas, el grupo de edad adulto (35-49 años) es el que otorga mayor responsabilidad, mientras que el grupo joven esta percepción es menor.
- Una amplia mayoría de los valencianos cree que la celebración del evento implica una tarea dificultosa. Esto es indicado significativamente más por el grupo de hombres respecto al de mujeres. Mientras que por edad el grupo que más dificultad otorga es el adulto joven (25-34 años).
- 4 de cada 5 valencianos piensa que el uso del circuito posterior al evento será nulo o escaso.
- La gran mayoría de los ciudadanos/as no asistirá al GP de Fórmula Uno de Valencia. Esto es afirmado

significativamente más por el grupo de hombres que el de mujeres.

7.5.- Aportaciones y contribuciones que puede hacer el GP de Europa de Fórmula Uno de Valencia al deporte

- Para una mayor parte de la población valenciana la Fórmula Uno tiene importancia a nivel deportivo.
- En una amplia opinión, la población indica que las instalaciones deportivas no se beneficiarían de la celebración de la Fórmula uno en la ciudad. Por grupos de edad, destaca el grupo adulto joven (25-34 años) que es el que percibe menos beneficio en este aspecto, y por el contrario el grupo joven (15-24 años) que tiende a percibir algún tipo de beneficio.
- 3 de cada 4 valencianos, considera que la práctica deportiva tendría un nulo o mínimo beneficio a consecuencia de la realización de la Fórmula Uno en la ciudad. El grupo de hombres con diferencia significativa de las mujeres, en este aspecto otorga menos beneficio. De los 4 grupos de edad, los 3 más adultos perciben menos beneficio que el grupo joven en relación con la práctica deportiva.

- La población no tiene claridad respecto de considerar al colectivo de deportistas como uno de los beneficiarios principales con la celebración del GPE de Fórmula Uno de Valencia.

7.6.- Información recibida de la Fórmula Uno

- En cuanto a la información que la población posee sobre el GPE de Fórmula Uno, el grupo de hombres figura como más informado respecto al grupo de mujeres.
- La población en su mayoría recibe información relativa al evento con poca frecuencia.
- Las principales fuentes de las cuales la población recibe información referente al GPE de Fórmula Uno de Valencia son la televisión autonómica/nacional, televisión local, internet y prensa local. Respecto a la televisión autonómica/nacional y la prensa local, los 2 grupos de edad más adultos reciben más información por estos Medios, en comparación con los 2 grupos de edad más jóvenes.

7.7.- Hábitos de práctica y consumo de deporte de la población

- El fútbol, caminar, el ciclismo de carretera/recreativo y la natación son los deportes y actividades más practicados

por la población valenciana. Por sexo, los hombres practican fútbol en mayor proporción que las mujeres. Mientras que estas últimas practican en mayor porcentaje el ciclismo, la natación y caminar. Por grupos de edad, el más joven (15-24 años) es el que más practica el fútbol y la natación. Ambos deportes a medida que aumenta la edad pierden practicantes. La actividad caminar en los 2 grupos más jóvenes tiene una baja presencia, mientras que en los 2 grupos de edad más adultos los porcentajes aumentan hasta 4 veces el porcentaje de práctica de la población. En cambio el ciclismo presenta mayores porcentajes de práctica en los grupos de edad centrales.

- Entre la población valenciana una amplia mayoría afirma realizar al menos 1 vez por semana algún tipo de práctica de actividad física o deportiva. Las mujeres respecto a los hombres realizan menos esta práctica. Mientras que por edad el grupo más adulto es el que dedica más tiempo a este tipo de actividades, y en el otro extremo el grupo de edad más joven con menos frecuencia de práctica.
- En general la población valenciana está de acuerdo con que se debe pagar por practicar deporte.
- 1 de cada 2 valencianos asegura ver deportes espectáculo por televisión al menos 3 veces por semana. Los hombres tienden a ver programación deportiva significativamente más que las mujeres.

7. Conclusiones

- Prácticamente la mitad de la población suele ver espectáculos deportivos en directo de manera esporádica.
- En general los valencianos/as consideran adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo.
- Una amplia mayoría de la población afirma que no asistirá al GP de Europa de Fórmula Uno.

7.8.- Futuras líneas de investigación

A continuación se señalan algunas de las futuras líneas de investigación, que pueden resultar de interés, en relación con el presente estudio:

- Elaborar un estudio evolutivo que permita describir y comparar los cambios de la percepción social de los residentes del municipio de Valencia, respecto de la celebración del Gran Premio de Fórmula Uno en la ciudad.
- Desarrollar un estudio que analice la calidad percibida y satisfacción de los espectadores que asisten al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno.
- Efectuar una investigación sobre el consumo realizado por los espectadores asistentes al Gran Premio de Europa de Fórmula Uno de Valencia, con el objetivo de medir el impacto económico del evento.
- Realizar un estudio a nivel europeo que permita establecer una comparación de la percepción social entre poblaciones

de diferentes ciudades que acogen fechas del Campeonato Mundial de Fórmula Uno.

- Ampliar el presente estudio a otros eventos deportivos que se realizan actualmente en Valencia, como el Open 500 de Tenis, Triatlón, Maratón Popular o la fecha del Campeonato Mundial de Motociclismo (Cheste).

CAPÍTULO VIII
REFERENCIAS

8.- REFERENCIAS

- Acosta Hernández, R. (1999). *Dirección, Gestión y Administración de Organizaciones Deportivas*. Barcelona: Paidotribo.
- Acosta Hernandez, R. (2005). *Gestión y Administración de Organizaciones Deportivas*. Barcelona: Paidotribo.
- Agudo, A. & Toyos, F. (2003). *Marketing del Fútbol*. Madrid: Prámide.
- Ander-Egg, E. (2003). *Introducción a las técnicas de la investigación social*. Buenos Aires: Hvmánitas.
- Año, V. (2000). Organización de Grandes Eventos Deportivos Internacionales. *Arbor* CLXV, nº 650, pág. 265-287. Ed. CSIC. Madrid.
- Año, V. (2001). *Beneficios Socioeconómicos de la Organización de Grandes Eventos Deportivos. El impacto sobre la economía y el turismo. En Nuevas aportaciones al estudio de la Actividad Física y el Deporte* pp.15-31 Ed. F.C.A.F y D. Universitat de València.

8. Referencias

- Añó, V. (2003). *Organización y Gestión de Actividades Deportivas. Los Grandes Eventos*. Barcelona: Inde.
- Añó, V., (2011). *Organización de Eventos y Competiciones Deportivas*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Añó, V., Pablos, C. & Calabuig, F. (2009). *Opinión de los Tarraconenses sobre la candidatura a los Juegos Mediterráneos de 2017*. Valencia: Universitat de València.
- Añó, V., Duclos, D. & Pablos, C. (2010). Percepción social del gran premio de Europa de Fórmula 1 entre los ciudadanos de Valencia. *Motricidad*. (25), pp.143-164.
- Balduck, A.L., Maes, M. & Buelens, M. (2011). The Social Impact of the Tour de France: Comparisons of Residents' Pre and Post-event Perceptions. *European Sport Management Quarterly*, 11(2), pp. 91-113.
- Buñuel, A. (1986). Imagen, Comportamiento y Actitudes frente al Fenómeno Social de la Gimnasia Recreativa Femenina. *Revista de Investigación y Documentación de la Educación Física y del Deporte*. 2, pp.35-56.

- Ayora, D. & García, E. (2004). *Organización de Eventos Deportivos*. Barcelona: Inde.
- Caillat, M. (1997). *Sport e civilization*. Paris: L' harmatan.
- Breakwell, G. (1993). Integrating Paradigms, Methodological Implications, in G.M. Breakwell, & D. V. Canter (Ed.). *Empirical Approaches to Social Representations*. Oxford: Claredon Press.
- Cagigal, J.M^a. (1979). *Cultura Intelectual y Cultura Física*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Calabuig, F., Burrillo, 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), pp.577-593.
- Carragio, M. (1996). *Patrocinio Deportivo*. Barcelona: Ariel.
- Casimiro, A., & Añó, V. (2003) *Imagen Social de los Juegos Mediterráneos y hábitos deportivos de la sociedad almeriense*. Almería: Universidad de Almería.

8. Referencias

Casimiro, A., & Añó, V. (2004) *Opiniones de los almerienses ante los Juegos Mediterráneos Almería 2005. Comparativa años 2002 y 2003*. Almería: Universidad de Almería.

Casimiro, A., & Añó, V. (2005) *Imagen Social de los Juegos Mediterráneos en la sociedad almeriense durante el año 2004. Comparativa con años 2002 y 2003*. Almería: Universidad de Almería.

Casimiro, A., & 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.

Campos Izquierdo, A. (2005). *Situación profesional de las personas que trabajan en funciones de Actividad Física y Deporte en la Comunidad Valenciana*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad de València. Valencia.

Consejo Superior de Deportes. *Resolución 28 de Julio de.2009. Catálogo de Competiciones o Acontecimientos Deportivos de Interés General para la temporada 2009/2010*. Madrid, Consejo Superior de Deportes Recuperado de

<http://www.csd.gob.es/csd/prensa/01GabPr/Noticias/aprobado-el-catalogo-de-acontecimientos-deportivos-de-interes-general-22-07-2009/>

Comité Organizador Olimpiadas Barcelona '92 (1990). *Resumen Pla Director*. Barcelona: COOB '92.

Corbetta, P. (2003). *Metodología y Técnica de Investigación Social*. Madrid: McGraw-Hill.

Crespo, J. (2012). *Los Eventos Deportivos: Calidad de Servicio, Valor Percibido y Satisfacción de los espectadores*. (Tesis inédita de doctorado). Universitat de València. Valencia.

D`Alessio, P. (2005). *Formula 1 Top Drivers*. Barcelona: Librería Universitaria.

Desbordes, M., Ohl, F., & Tribou, G (2001). *Marketing Deportivo*. Barcelona: Paidotribo.

Desbordes, M., & Falgoux, J. (2003). *Gestión y Organización de un Evento Deportivo*. Barcelona: Inde.

Delgado, C. (1998). "Pan y Circo" Los juegos romanos del circo y del Anfiteatro. *Revista Historia*, 16 (270), pp.90-99.

8. Referencias

- Diem, C. (1966). *Historia de los Deportes. Volumen I y II*. Barcelona: Luis de Caralt.
- Dougherty, K., Eisenhart, M., & Webley, P. (1992). The Role of Social Representations and National Identities in the Development of Territorial Knowledge: A Study of Political Socialization in Argentina and England. *American Educational Research Journal*, 29(4), pp.809-835.
- Duby, G. (1973). *Economía rural y vida campesina en el occidente medieval*. Barcelona: Altaya.
- Durán, M. A., (1997). La práctica del Ejercicio Físico del Ama de Casa Española. Instituto de la mujer ICEFYD. 91-102.
- Durántez, C. (1975). *Los Juegos Olímpicos Antiguos*. Madrid: COE.
- Durántez, C. (2008). *El fuego de Olimpia*. Madrid: COE.
- Durkheim, E. (1998) *El suicidio (5ªed.)*. Madrid: Akal.
- Elzo, J. et al. (1994). *Jóvenes españoles 94*. Madrid: Fundación Santa María.
- Fédération Internationale de Football Association. (2006). *No 1 Sports Events Infoplus*. Zúrich: FIFA.

- Fédération Internationale de Football Association. (2010).
Television Audience Report. London: KantarSport.
- Ferrand, A. & Torrigiani, L. (2005). *Marketing of Olympic sport organisations*. Champaign: Human Kinetics.
- Ferrand, A., Camps, A., & Torrigiani, L. (2007). *La Gestión del Sponsoring Deportivo*. Barcelona: Paidotribo.
- Flori, F. (2001). *Caballeros y Caballería en la Edad Media*. Barcelona: Paidós.
- Fredline, E. (2000). *Host community reactions to major sporting events: The Gold Coast Indy and the Australian Formula One Grand Prix in Melbourne*. (Tesis inédita de doctorado). Griffith University. Gold Coast, Australia.
- Fredline, E. & Faulkner, B. (2000). Community perceptions of the impacts of events. En Allen, J., Harris, R., Jago, L.K. & Veal, A. J. (Ed.). *Events Beyond 2000: Setting the Agenda. Proceedings of conference on event evaluation, research and education*, pp. 60-74.
- Gallardo, L., García Tascón, M. & Burillo, P. (2008). Managers problematic in Sport Organizations: the case of Spain.

8. Referencias

Journal of physical education and sport science, 4, pp.17-28.

Gamson, W., Croteau, D., Hoynes, W., & Sasson, T. (1992). Media Images and the Social Construction of Reality. *Annual Review of Sociology*, 18, pp. 373- 393.

García de la Torre, F.M. & Antón, P. (1990). Motivaciones para la práctica Físico-Deportiva entre los alumnos del campus universitario de Álava. *Apunts: Educació Física i Esports*, 22, pp.71-88.

García Ferrando, M. (1986). “La encuesta”. En García, M.; Ibañez, J. y Alvira, F. (Ed.). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza.

García Ferrando, M. (1990). *Aspectos Sociales del Deporte. Una Reflexión Sociológica*. Madrid: Consejo Superior de Deporte.

García Ferrando, M. (1991). *Los españoles y el deporte (1980-1990), Un análisis sociológico*. Madrid: Consejo Superior de Deportes.

- García Ferrando, M. (1996). *Los deportistas olímpicos españoles: un perfil sociológico*. Madrid: Consejo Superior de Deportes.
- García Ferrando, M (2001). *Los Españoles y el Deporte: prácticas y comportamientos en la última década del siglo XX*. Madrid: Consejo Superior de Deportes.
- García Ferrando, M. (2006). *Posmodernidad y Deporte: Entre la Individualización y la Masificación. Encuesta hábitos deportivos de los españoles 2005*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas/Siglo XXI.
- García Ferrando, M., Mestre, J. & Llopis, R. (2007). *Los valencianos y el Deporte*. Valencia: Ayuntamiento de Valencia.
- García Ferrando, M. & Llopis, R. (2011). *Ideal democrático y bienestar personal. Encuesta sobre los Hábitos Deportivos en España 2010*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas - Consejo Superior de Deportes.
- Gil, E. & Menéndez, E. (1985). *Ocio y prácticas culturales de los jóvenes*. Madrid: Ministerio de Cultura.

8. Referencias

- Gillet, B. (1971). *Historia del Deporte*. Barcelona: Oikos-Tau.
- Giraldo, J. (2008). *Historia de la Fórmula 1: pasado y presente de la máxima competición*. Madrid: Oceano Ambar.
- Gresser, B. & Bessy, O. (1999). Le management d'un événement sportif. En Lacroix, G. & Waser, A. (Ed.). *Le Management du Sport: 15 études de cas corrigées*. Paris: Éditions d'Organisation.
- Gouguet, J. J. (2001). "La incidencia económica del Espectáculo Deportivo: definición y medida". En Otero Moreno, J. M. (Ed.). *Incidencia económica del deporte, Instituto Andaluz del Deporte*. Málaga, pp. 71-90.
- Gursoy, D. & Kendall, K.W. (2006). Hosting mega events: Modeling Locals' Support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), pp.603-623.
- Gutiérrez-Dávila, M., & Oña, A. (2005). *Metodología en las Ciencias del deporte*. Madrid: Síntesis.
- Heinemann, K. (1998). *Introducción a la Economía del Deporte*. Barcelona: Paidotribo.

- Heinemann, K. (2001). Deporte y cambio Social en el umbral del Siglo XXI. En Latiesa, M., Martos, P. & Paniza, J.L. (Ed.). *Deporte y cambio Social en el umbral del Siglo XXI (Vol. I)*. Madrid: AEISAD - Librerías deportivas Esteban Sanz.
- Heinemann, K. (2003). *Introducción a la Metodología de la Investigación Empírica*. Barcelona: Paidotribo.
- Hernández Moreno, J. (1994). Hacia un Análisis Praxiológico del Deporte. *Revista de entrenamiento deportivo*, 8(2), pp.5-10.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Huizinga, J. (1954). *Homo Ludens*. Barcelona: Alianza - Emecé.
- International Olympic Committee (2010). *Final Report of the IOC Coordination Commission. Games of the XXIX Olympiad, Beijing 2008*. Lausanne: IOC.
- 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), pp.25-38.

8. Referencias

- Kotler, P., Camara, D., & Grande, I. (1995). *Dirección de Marketing*. Madrid: Prentice Hall.
- Konntz, H., O`donnell, C., & Weirich, H. (1985). *Elementos de la Administración*. Madrid: McGraw-Hill.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (1996). *Comportamiento de las organizaciones*. Madrid: Irwin.
- Ley 21/1997. Reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos. Boletín Oficial del Estado. (1997).
- 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), pp.349-356.
- Mandell, R. (2006). *Historia cultural del deporte*. Barcelona: Bellaterra.
- Martín, O. (1996). *Manual Práctico de Organización Deportiva*. Madrid: Gymmos.
- Martínez, G. (2007). *Los Recursos Humanos de la Actividad Física y del Deporte en la Comunidad Autónoma Valenciana*.

(Tesis inédita de doctorado). Universitat de València.
Valencia.

Martínez del Castillo, J. (1991). *La estructura ocupacional del Deporte en España. Encuesta realizada sobre los sectores de Entrenamiento, Docencia, Animación y Dirección*. Madrid: Consejo Superior de Deportes.

Martínez del Castillo, J. (1997). El proceso de Profesionalización de los Recursos Humanos de las Asociaciones Deportivas en España. *Apunts Educació Física i Esports*, 49, pp.63-83.

Memoria de Gestión de los XV Juegos Mediterráneos de Almería 2005. (2006). Almería: COJMA.

Memoria del VII Campeonato del Mundo de Atletismo Sevilla 99. Sevilla: Comité Organizador Sevilla 99.

Mestre, J.A. (2004). *Planificación Deportiva. Teoría y Práctica*. Barcelona: Inde.

Moreno-Luzón, M., Peris, F., & González, T. (2000). *Gestión de Calidad y Diseño de Organizaciones*. Madrid: Prentice Hall.

8. Referencias

- Moscovici, S. (1981). On Social Representations. En J. P. Forgas (Ed.), *Social Cognition: Perspectives on Everyday Understanding*. London: Academic Press.
- Moscovici, S. (1982). The Coming Era of Social Representations. En J. P. Codol, & J. P. Leyens (Ed.). *Cognitive Approaches to Social Behavior*. The Hague: Nijhoff.
- Moscovici, S. (1988). Notes Toward a Description of Social Representations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 211-250.
- Mundina, J., Quintanilla, I., Sampedro, J., Calabuig, F. & Crespo, J. (2005). *Estudio de la Calidad Percibida y la Satisfacción de los Espectadores y los Deportistas de los Juegos Mediterráneos Almería 2005*. Valencia: Universitat de València.
- Navas, J.E. & Guerras, L. (2002). *La dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones*. Madrid: Civitas.
- 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.

- Ordaz, J., Ramírez, J. & Rueda, J. (2007). Evaluación del impacto económico y social de la celebración de Grandes Eventos Deportivos a nivel local: el caso del Campeonato de Tenis femenino de la ITF en Sevilla 2006. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 3,20-39.
- Otero, J.M., (2009). El Impacto Socioeconómico del Deporte: Métodos de análisis y evaluación. Seminario XREAP, Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Barcelona.
- Papanikos, G. (2000). *Tourism impact of the 2004 Olympic Games*. Athens: Institute for Education and Research. Athens.
- París, F. (1998). *La planificación Estratégica en las Organizaciones Deportivas*. Barcelona: Paidotribo.
- Parlebas, P. (1988). *Elementos de Sociología del Deporte*. Málaga: Unisport.
- Pearce, P. L., Moscardo, G., & Ross, G. F. (1996). *Tourism Community Relationships*. Oxford: Pergamon.

8. Referencias

- Peiró, J. M. (1987). *Estudio psicosocial de la demanda y uso de instalaciones deportivas en la Comunidad Valenciana (Vol. I y II)*. Valencia: Consellería de Cultura, Educación y Ciencia. Generalitat Valenciana.
- Pereda, S. (1987). *Psicología Experimental. Metodología*. Madrid: Pirámide.
- Pérez, C., Crespo, P. & Calabuig, F. (2008). La calidad percibida de los espectadores de Eventos Deportivos, el caso de una reunión internacional de Atletismo. VI Congreso Internacional de educación Física: Cordoba.
- Piernavieja, M. (1967). *"Depuerto", "Deportare". Protohistoria de una palabra*. Madrid: Citus, altius, fortius.
- Pociello, C. (1981). *Pratiques sportives et Demandes Sociales. Travaux et Recherches*. París: INSEP.
- Pociello, C. (1993). *Le site d'aventures sportives*. París: Universiti de Paris Sud-Orsay.
- Preuss, H. & Solberg, H. A. (2006). Attracting Major Sporting Events: The Role of Local Residents. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 391- 411.

- Puig, N. & Soler, S. (2004). Mujer y deporte en España: estado de la cuestión y propuesta interpretativa. *Apunts Educació Física i Esports*, 76, pp.71-78.
- Purkhardt, S. C. (1993). *Transforming Social Representations: A Social Psychology of Common Sense and Science*. London: Routledge.
- Ramos, J. (1991). *Gestión de instalaciones deportivas y actitudes y conductas de sus usuarios*. (Tesis inédita de licenciatura). Universitat de València. Valencia.
- Real Academia Española de la Lengua. (2001). Diccionario de la lengua española (22.^a ed.). Disponible en <http://www.rae.es/rae.html>
- Real Decreto 991/1998, de 22 de mayo, sobre creación de Consejo para las Emisiones y Retransmisiones Deportivas. Boletín Oficial del Estado de 23 de mayo. (1998).
- Ritchie, W. B., Shipway, R. & Cleeve, B. (2010). Resident Perceptions of Mega-Sporting Events: A Non-Host City Perspective of the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2-3), 143-167.

8. Referencias

- Robinson, L., Camps, A., Henry, I., Van Deputte, L. & Clark, M. (2008). *Gestión de una Organización Deportiva Olímpica. En Gestión de las Organizaciones deportivas olímpicas.* Laussane: Solidaridad Olímpica. Human Kinetics.
- Rodríguez López, J. (2003). *Historia del deporte.* Barcelona: Inde.
- Salvador, J. (2004). *El Deporte en Occidente. Historia, Cultura y Política.* Madrid: Cátedra.
- Sierra Bravo, R.(1992). *Técnicas de Investigación Social: Teoría y Práctica.* Madrid: Paraninfo.
- Soucie, D. (2002). *Administración, Organización y Gestión Deportiva.* Barcelona: Inde.
- Trigo, E. (1990). La Actividad Deportiva de los jóvenes estudiantes de Enseñanzas Medias de Galicia durante su tiempo libre. *Revista del I.C.E.F. y D.*, 15-16, pp, 70-81.
- Vázquez, B. (1993). *Actitudes y Prácticas Deportivas de las mujeres españolas.* Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.

- Van Der Wagen, L. (2005). Event management for tourism, cultural, bussines and sporting events, 2nd ed. Frenchs Forest: Pearson Education Australia.
- Vilanou, C., (2001). El deporte en el siglo XX: metrópolis, política y espectáculo. *Movimiento*, 7(15), 137-155.
- Viñas, J. & Pérez, M. (2011). Los Hábitos Deportivos de la población escolar en España. Madrid: Consejo Superior de Deportes - Fundación Alimentum.
- VV.AA (2001). *El impacto económico y social del deporte en Andalucía*. Sevilla: Fundación Andalucía Olímpica.
- VV.AA (2000). *Estudio Socioeconómico del deporte en Andalucía (1998/99)*. Sevilla: Consejería de Turismo y deportes Junta de Andalucía.
- VV.AA. (2006). *Libro Conmemorativo de los XV Juegos Mediterráneos de Almería 2005*. Almería: COJMA.
- VV.AA. (2011). *Resumen Estudio General de Medios*. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación.

8. Referencias

- Waitt, G. (2003). Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30(1), pp.194-215.
- Watrin, D. (1998). *Le sport français face au Sport Business*. París: amphora.
- Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J. (2002). *Marketing de Servicios* México: Mc Graw Hill.
- Zhou, Y. (2010). Resident's Perceptions towards the Impacts of the Macao Grand Prix. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), pp.138-153.
- Zhou, Y. & Ap, J. (2009). Resident's perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research*, 48(1), pp.78-91.

CAPÍTULO IX

ANEXO

9. ANEXO

ESTUDIO VALENCIA

Nº DE CUESTIONARIO:	
Nº DE ENCUESTADOR:	
PUNTO DE MUESTREO:	

LA UNIVERSITAT DE VALENCIA ESTÁ LLEVANDO A CABO UN ESTUDIO SOBRE ALGUNOS ASPECTOS DE LA REALIDAD DE LOS VALENCIANOS EN RELACIÓN CON LA CELEBRACIÓN DEL GRAN PREMIO DE EUROPA DE FÓRMULA 1 EN LA CIUDAD DE VALENCIA. A CONTINUACIÓN LE VOY A REALIZAR UNA SERIE DE PREGUNTAS RELACIONADAS CON EL TEMA.

ESTE CUESTIONARIO ES TOTALMENTE ANÓNIMO, RECUERDE QUE UD. HA SIDO ELEGIDO POR AZAR, ASÍ QUE LE PEDIMOS LA MÁXIMA SINCERIDAD EN SUS RESPUESTAS.

BLOQUE I. CONOCIMIENTO – IDENTIFICACIÓN CON LA FORMULA 1.-

EMPECEMOS CONOCIENDO LO QUE UD. SABE SOBRE LA FORMULA 1 EN VALENCIA...

P 1. En su opinión, ¿qué cree que es el Gran Premio de Europa (GPE) de Fórmula 1?

1. Un Certamen Musical
2. Una Semana Cultural

9. Anexo

3. Una competición Deportiva Internacional
4. Un Programa de televisión
5. No lo sabe.

P 2. ¿Quién cree Ud. que puede participar en la Fórmula 1?

1. Escuderías
2. Países de todo el mundo
3. Selecciones de pilotos
4. Países europeos
5. No lo sabe.

P 3. Señale entre los siguientes países, ¿En cuáles se celebran Grandes Premios de Fórmula 1?

Australia	1. Sí	2. No	3. No lo sabe
Estados Unidos	1. Sí	2. No	3. No lo sabe
China	1. Sí	2. No	3. No lo sabe
Argentina	1. Sí	2. No	3. No lo sabe
España	1. Sí	2. No	3. No lo sabe
Suiza	1. Sí	2. No	3. No lo sabe
Brasil	1. Sí	2. No	3. No lo sabe
Islandia	1. Sí	2. No	3. No lo sabe
Italia	1. Sí	2. No	3. No lo sabe
Marruecos	1. Sí	2. No	3. No lo sabe

P 4. ¿Qué grado de importancia tiene para usted la Fórmula 1 a nivel social, deportivo y económico?

Nivel Social	1. Ninguno	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho	<input type="text" value="6.No sabe"/>
Nivel Deportivo	1. Ninguno	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho	<input type="text" value="6.No sabe"/>

Nivel Económico 1. Ninguno 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

P 5. En general, ¿qué impacto o repercusión cree que tiene la Fórmula 1, a nivel local, de Comunidad Valenciana, estatal e internacional?

Nivel Local 1. Ninguno 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

Nivel C.Valenciana 1. Ninguno 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Much

Nivel Estatal 1. Ninguno 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

Nivel Internacional 1. Ninguno 2. Poco 3. Alg 4. Bastante 5. Mucho

P 6. ¿Qué grado de conocimiento y/o información tiene Ud. sobre el Gran Premio de Europa de Fórmula 1 de Valencia?

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

P 6a. ¿Con qué frecuencia recibe noticias relacionadas con el GPE de Fórmula 1 de Valencia?

1. Diariamente
2. Cada dos o tres días
3. Semanalmente
4. Cada dos semanas
5. Menos frecuencia

1. Prensa local 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

2. Prensa nacional 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

SI CONTESTA 1. Ninguno PASAR A P 7

9. Anexo

3. Radio 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho
 6.No sabe
4. Televisión local 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho
 6.No sabe
5. TV autonómica 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho
 6.No sabe
- y/o nacional
6. Internet 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho
 6.No sabe
7. Folletos y vallas public. 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho
 6.No sabe
8. Otros medios 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho
 6.No sabe

Cuáles _____

P 7. ¿Qué grado de ilusión tiene Ud. personalmente por la celebración de la Fórmula 1 en Valencia?

1. Nada 2. Poco 3. Bastante 4. Mucho

P 8. A su entender, ¿en qué grado cree que se siente identificada la sociedad valenciana con el GPE de Fórmula 1?

1. Nada 2. Poco 3. Bastante 4. Mucho

**BLOQUE II. BENEFICIOS QUE REPORTARÁ EL GRAN PREMIO DE
EUROPA DE FORMULA 1 EN VALENCIA.-**

**PASEMOS A OTRO BLOQUE DE PREGUNTAS REFERENTES A LOS
POSIBLES BENEFICIOS QUE APORTARÍAN LA FORMULA 1 A VALENCIA**

P 9. ¿En qué grado cree que la Fórmula 1 puede beneficiar a Valencia en los siguientes aspectos?

Infraestructuras en general 4. Mucho	1. Nada	2. Poco	3.	Bastante
Turismo 4. Mucho	1. Nada	2. Poco	3.	Bastante
Instalaciones deportivas 4. Mucho	1. Nada	2. Poco	3.	Bastante
Práctica deportiva 4. Mucho	1. Nada	2. Poco	3.	Bastante
Economía 4. Mucho	1. Nada	2. Poco	3.	Bastante
Empleo 4. Mucho	1. Nada	2. Poco	3.	Bastante
Urbanismo 4. Mucho	1. Nada	2. Poco	3.	Bastante

P 10. ¿Quién considera que serían los beneficiarios principales del GPE de Fórmula 1 de Valencia?

Los ciudadanos/as 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

Los grupos políticos 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

Los deportistas 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

Los medios de comunicación 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

El Comité organizador 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

Los empresarios 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho

9. Anexo

Los turistas 1. Nada 2. Poco 3. Algo 4. Bastante 5. Mucho 6.No sabe

<p align="center">BLOQUE III. GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL GPE DE FORMULA 1 DE VALENCIA.-</p>
--

PASEMOS A OTRO BLOQUE DE PREGUNTAS REFERENTES A LA ORGANIZACIÓN DEL GRAN PREMIO DE EUROPA DE FORMULA 1 DE VALENCIA

P 11. ¿Qué grado de dificultad cree Ud. que tiene la organización de la Fórmula 1 en Valencia?

1. Ninguna 2. Poca 3. Bastante 4. Mucha

P 12. Podría indicarnos el grado de preparación en el que considera que se encuentra actualmente la ciudad de Valencia en los siguientes ámbitos:

Circuito F1 1. Ninguna 2. Poca 3. Bastante 4. Mucha

Limpieza 1. Ninguna 2. Poca 3. Bastante 4. Mucha

Accesos desde el exterior 1. Ninguna 2. Poca 3. Bastante 4. Mucha

Alojamientos 1. Ninguna 2. Poca 3. Bastante 4. Mucha

Transporte público urbano 1. Ninguna 2. Poca 3. Bastante 4. Mucha

Seguridad 1. Ninguna 2. Poca 3. Bastante 4. Mucha

Sanidad 1. Ninguna 2. Poca 3. Bastante 4. Mucha

Restauración 1. Ninguna 2. Poca 3. Bastante 4. Mucha

P 13. Podría indicarnos qué grado de responsabilidad cree que tienen cada una de las siguientes personas e instituciones en el éxito del GPE de Fórmula 1 de Valencia.

Ciudadano/s	1. Ninguna	2. Poca	3. Bastante	4. Mucha
Instituciones públicas	1. Ninguna	2. Poca	3. Bastante	4. Mucha
Medios de Comunicación	1. Ninguna	2. Poca	3. Bastante	4. Mucha
La organización	1. Ninguna	2. Poca	3. Bastante	4. Mucha
Deportistas	1. Ninguna	2. Poca	3. Bastante	4. Mucha

P 14. ¿Cuál cree que será el grado de utilización que tendrá el circuito después de la celebración del GPE de Fórmula 1 de Valencia?

1. Ninguna 2. Poca 3. Bastante 4. Mucha

BLOQUE IV. HÁBITOS DEPORTIVOS.-
--

P 15. ¿Cuál es su grado de interés por el deporte?

1. Nada 2. Poco 3. Bastante 4. Mucho

P 16. ¿Podría decirme qué deportes o actividad física realiza?

Deporte/Act. Física:	1	2	3	4

P 17. ¿Y con qué frecuencia?

1. Tres o más por semana
2. Una o dos por semana
3. Una o dos al mes
4. Menos frecuencia

9. Anexo

5. Sólo en vacaciones

P 18. ¿Qué instalaciones deportivas utiliza habitualmente?

1. Instalaciones públicas (de carácter municipal u otro tipo)
2. Instalaciones de un club o gimnasio privado
3. Instalaciones de un centro de enseñanza
4. En lugares abiertos públicos (parque, calle, campo, mar ...)
5. En la propia casa

P 19. ¿Cree que hay que pagar por practicar deporte?

1. Sí en todos los casos
2. Sí en la mayoría de casos
3. Sí, en algunos casos
4. No

P 20. ¿Suele ver Ud. espectáculos deportivos?

	Diariamente	2-3 veces por semana	Esporádicamente	Nunca
En directo	1	2	3	4
Por televisión	1	2	3	4

P 21. ¿Considera adecuado pagar por ver deporte espectáculo en directo?

1. Sí
2. No

P 22. ¿Piensa asistir a ver el GPE de Fórmula 1 de Valencia?

1. Sí
2. No

BLOQUE V. VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS.-

POR ÚLTIMO LE HAREMOS ALGUNAS PREGUNTAS SOBRE SU PERSONA. LE RECUERDO QUE ESTE CUESTIONARIO ES ANÓNIMO Y QUE SUS DATOS SERÁN TRATADOS ESTADÍSTICAMENTE DE FORMA GLOBAL, Y QUE ADEMÁS SU CONFIDENCIALIDAD ESTÁ GARANTIZADA POR LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS.

P 23. Sexo

1.- Hombre. 2.- Mujer.

P 24. ¿Qué edad tiene Ud.? _____

P 25. ¿Dónde nació Ud.?

Municipio _____ Provincia _____ Fuera de España _____

P 26. ¿Cuál es su estado civil?

1.- Soltero/a. 2.- Casado/a/ en pareja. 3.- Viudo/a. 4.- Separado/a o divorciado/a.

P 27. ¿Qué estudios tiene Ud. que haya completado?

1.- Sin estudios.

2.- Estudios primarios completos, certificado escolar.

3.- Formación Profesional.

4.- Estudios secundarios, bachillerato o B.U.P y C.O.U.

5.- Estudios universitarios de grado medio.

6.- Estudios universitarios de grado superior.

P 28. ¿Cuál es su actividad principal?.

1.- Amo/a de casa.

9. Anexo

2.- Estudiante.

3.- Jubilado/Pensionista/Rentista.

4.- Parado/a.

5.- Trabaja

6.- Otros.

P 29. ¿A qué clase social diría usted que pertenece su familia?

1.- Alta. 2.- Media alta. 3.- Media. 4.- Media baja. 5.- Baja.

Preguntas para el encuestador/a:

HORA DE FINALIZACIÓN DE LA ENCUESTA: _____:_____

DÍA DE REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA: ____de_____de 2009

Valore el grado de sinceridad con el que Vd. cree que ha contestado esta persona al cuestionario

1. NADA 2. POCO 3. ALGO 4.
BASTANTE 5. MUCHO

Observaciones:

¿HA REALIZADO ENTREVISTA?