

# Anàlisi sobre el grau de coneixement i identificació dels tarragonins amb la candidatura als Jocs Mediterranis el 2017

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

**VICENT AÑÓ SANZ**

**FERRAN CALABUIG MORENO**

**DANIEL AYORA PÉREZ**

Facultat de Ciències de l'Activitat Física i l'Esport  
Universitat de València (Espanya)

**DAVID PARRA CAMACHO**

**DANIEL DUCLOS BASTÍAS**

Unitat d'Investigació del Rendiment Físic i Esportiu  
Departament d'Educació Física i Esportiva  
Universitat de València (Espanya)

**Autor per a la correspondència**

**Vicent Añó Sanz**

*vicentanyo@uv.es*

## Resum

L'objectiu d'aquest estudi va ser analitzar l'evolució entre els anys 2009 i 2010 del grau de coneixement pels tarragonins de la candidatura als Jocs Mediterranis de Tarragona el 2017 i sobre el grau d'identificació amb aquella. Es van recollir les opinions de dues mostres de ciutadans amb un any de diferència ( $N = 246$  per a 2009 i  $N = 307$  per a 2010). Els resultats van mostrar una evolució positiva d'un any a un altre en aspectes com el coneixement sobre el que són els Jocs Mediterranis; el grau d'informació rebuda; el grau amb què s'identifica la societat amb aquest esdeveniment esportiu; el grau de dificultat percebuda en l'organització aquest; el grau de preparació de la ciutat en serveis com la sanitat, els allotjaments i la restauració; el grau de coordinació entre les Administracions públiques o el treball fet per la candidatura. No obstant això, una gran part dels ciutadans no consideraven que la ciutat estigués prou o gaire preparada en altres àrees com el transport públic o les instal·lacions esportives, i s'observava una evolució negativa entre els dos anys en els accessos des de l'exterior i en els serveis de neteja i de seguretat. Els resultats d'aquest estudi poden ajudar a millorar la implicació i participació de la ciutadania en aquest tipus d'esdeveniments esportius.

**Paraules clau:** jocs mediterranis, esdeveniment esportiu, coneixement, percepció dels residents, identificació

## Abstract

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

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

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

## Introducció

Els Jocs Mediterranis (JJMM) es van constituir durant la celebració dels Jocs Olímpics (JOO) de Londres el 1948, amb una periodicitat de quatre anys i amb l'objectiu de servir d'unió i contacte entre tots els països que se situen al voltant del mar Mediterrani. Des de la seva primera edició, que va tenir lloc el 1951 a Alexandria, fins a l'actualitat s'han produït molts canvis respecte a la repercussió social, econòmica i mediàtica dels JJMM. L'última edició d'aquest esdeveniment esportiu va tenir lloc a Pescara (Itàlia) en el 2009 i la pròxima edició s'organitzarà el 2013 a Mersin (Turquia) per arribar després a Tarragona el 2017.

L'organització i acollida de grans esdeveniments esportius ha experimentat un notable creixement, sobretot, des de la celebració dels JOO de Barcelona el 1992. Per aquesta raó, els estudis sobre la repercussió dels esdeveniments esportius en diferents àmbits han permès fer un seguiment i anàlisi dels impactes derivats de la seva celebració als països, regions i ciutats d'acollida. Així, entre els beneficis socioeconòmics derivats de la celebració d'aquests esdeveniments a les ciutats que els alberguen, podem destacar la millora i la construcció d'infraestructures i instal·lacions esportives, l'augment de les subvencions a l'esport i l'expansió de la pràctica esportiva, l'increment del turisme i de la capacitat hotelera, la millora de les xarxes de transport públic o la creació de llocs de treball (Añó, 2011). No obstant això, la majoria dels estudis duts a terme han abordat fonamentalment aspectes de caràcter econòmic que permeten argumentar o justificar les inversions fetes, ja que, com apunten autors com Kim, Gursoy i Lee (2006), per a les ciutats organitzadores és crucial que els recursos invertits o dedicats a l'esdeveniment tinguin un bon rendiment econòmic, i és necessari que els beneficis per als ciutadans superin la inversió pública feta (Mules i Dwyer, 2005).

## Estudis previs

En l'última dècada s'ha produït un increment en els estudis relacionats amb l'avaluació dels impactes socials, culturals i naturals dels esdeveniments (Getz, 2008), principalment a partir de l'anàlisi de les percepcions, reaccions, opinions o actituds del ciutadà envers aquests esdeveniments. No obstant això, molts d'aquests estudis s'han desenvolupat després que l'esdeveniment hagi estat concedit al país, regió o ciutat. Així, trobem estudis que analitzen les percepcions dels residents sobre els

grans esdeveniments esportius abans de celebrar-se (Bull & Lovell, 2007; Ritchie, Shipway, & Cleeve, 2009; Zhou & Ap, 2009), després de la seva celebració (Añó, Calabuig, & Parra, 2012; Añó, Duclos, & Pablos, 2009; Ohmann, Jones, & Wilkes, 2006; Zhou, 2010) i fins i tot de caràcter longitudinal (Balduck, Maes, & Buelens, 2011; Fredline, Deery, & Jago, 2005; Kim & Petrick, 2005; Kim et al., 2006; Guala & Turc, 2009; Gursoy, Chi, Ai, & Chen, 2011; Lorde, Greenidge, & Devonish, 2011; Mihalik & Simonetta, 1998; Ritchie & Aitken, 1984, 1985; Ritchie & Lyons, 1990; Soutar & McLeod, 1993; Twynam & Johnston, 2004; Waitt, 2003), en els quals s'analitzen els canvis en les percepcions dels residents amb el pas del temps. No obstant això, no hi ha gaires estudis que analitzin l'opinió o la percepció social dels residents sobre la presentació d'una candidatura a un gran esdeveniment esportiu. Això és bastant important perquè el suport, la identificació i la participació dels ciutadans en aquest tipus d'esdeveniments és fonamental, ja que han de decidir sobre el previsible increment dels impostos o partides destinades a la construcció d'infraestructures o instal·lacions (Gursoy & Kendall, 2006), així com pel fet que una població satisfeta i amb una bona predisposició és essencial perquè l'esdeveniment comporti una experiència significativa i agradable tant per als turistes com per als mateixos ciutadans (Fredline, 2004; Preuss & Solberg, 2006).

En aquest sentit, la major part d'estudis trobats se centren en els beneficis, costos i impactes percebuts pels residents de les localitats en què s'acull l'esdeveniment esportiu, més que a saber el grau de coneixement i identificació que els ciutadans tenen sobre la candidatura a l'esdeveniment en qüestió. No obstant això, entre els estudis fets cal destacar el de Casimiro i Añó (2006) sobre la incidència social dels JJMM d'Almeria el 2005, en el qual s'analitza el grau d'identificació pels habitants d'Almeria en aquest esdeveniment esportiu i el grau de coneixement sobre aquest. Aquest estudi és d'estil longitudinal i es va articular basant-se en una sèrie d'enquestes que es van fer en els anys previs a la celebració de l'esdeveniment (quatre estudis), concretament entre l'any 2002 (primera consulta) i l'any 2005 (última consulta després dels JJMM). No obstant això, aquest estudi es va fer una vegada concedida la candidatura i pocs anys després de celebrar-se l'esdeveniment. En el present article d'investigació s'han tractat aspectes similars als tractats en l'estudi sobre els JJMM d'Almeria, encara que centrats en el context de la candidatura als JJMM de Tarragona, és a dir,

abans que es decidís l'elecció de la seu organitzadora d'aquest esdeveniment en la seva edició de 2017. En aquest article no aprofundirem en les comparacions entre ambdós estudis encara que sí que destacarem algunes consideracions rellevants.

Així, doncs, l'objectiu d'aquest estudi és analitzar l'evolució en el grau de coneixement pels tarragonins de la candidatura als JJMM de Tarragona el 2017 i l'evolució en el grau d'identificació amb aquella, entre els anys 2009 i 2010, previs a l'elecció definitiva de Tarragona l'octubre de 2011, a Mersin (Turquia).

## Metodologia

El mostratge efectuat en aquest estudi ha estat estratificat per districte censal, edat i sexe, i la seva aplicació ha seguit un sistema de rutes aleatòries. No obstant això, aquest tipus de mostratge només ha estat aplicat per a la població de la ciutat de Tarragona però no en el cas de les subseus de Calafell, Cambrils, Reus, Salou i Vila-seca. En la *taula 1* s'exposa la fitxa tècnica de l'estudi per a les dues mostres (N) recollides el 2009 i el 2010.

El qüestionari utilitzat en la investigació ha estat adaptat a partir de l'utilitzat en l'estudi dirigit per Casimiro i Añó (2006). A més a més, s'han seguit les pautes fonamentals plantejades en el qüestionari d'Almeria per tractar-se del mateix objecte d'estudi (població que pot albergar uns JJMM) i per ser ciutats de grandària semblant i amb el mateix nombre de subseus. Concretament, en aquest article analitzarem les variables corresponents als blocs I i III del qüestionari, que es compon d'un total

de cinc blocs: el primer referit al coneixement i identificació amb Tarragona 2017, el segon relacionat amb els beneficis que reportaran els JJMM, el tercer que fa referència a la gestió i organització dels JJMM, el quart als hàbits esportius i el cinquè que recull les variables sociodemogràfiques.

Les dades obtingudes del procés de recollida d'informació van ser sotmeses a diversos tractaments estadístics mitjançant el paquet estadístic SPSS en la seva versió 17.0. Una vegada depurada la matriu de dades, es van recodificar algunes variables amb la finalitat de facilitar la interpretació dels resultats. A continuació es va efectuar una anàlisi descriptiva de les diferents variables recollides en el qüestionari per a les dues mostres de població (2009 i 2010), en la qual es van obtenir els estadístics corresponents a la mitjana, les freqüències i la desviació típica (DT). Posteriorment, amb l'objecte d'analitzar les diferències entre ambdues mostres, es van efectuar anàlisis diferencials utilitzant la prova t de Student per a mostres independents en el cas de les variables escalars i ordinals, amb l'aplicació inicial de la prova de Levene per comprovar l'homocedasticitat de les distintes variables, i la prova no paramètrica d'independència  $\chi^2$  en el cas de variables categòriques. Els punts de tall per a la significació van ser els valors  $z$  corresponents amb la probabilitat de 0,05 ( $\pm 1,96$ ) i 0,01 ( $\pm 2,57$ ). Per determinar les combinacions entre les quals hi havia diferències estadísticament significatives entre proporcions, es van efectuar anàlisis de residus tipificats. S'han corregit els valors  $p$  per a comparacions múltiples mitjançant el mètode de Bonferroni. Els resultats es basen en proves bilaterals amb un nivell de significació 0,05. En les

	Dades 2009	Dades 2010
Àmbit	Tarragona ciutat (seu) i municipis de Calafell, Salou i Vila-seca (subseus)	Tarragona ciutat (seu) i municipis de Calafell, Cambrils, Reus, Salou i Vila-seca (subseus)
Univers	Cens habitants 2009 (INE)	Cens habitants 2010 (INE)
Característiques de la mostra	N = 246 (home: 130; dona: 108)	N = 307 (home: 155; dona: 152)
Tipus de mostratge	Intencional perceptiu o opinàtic (no probabilístic)	
Error de mostratge	+ 6,2% ( $p = q = 0,5$ )	+ 5,6% ( $p = q = 0,5$ )
Nivell de confiança	95%	
Tipus d'entrevista	Entrevista personal mitjançant qüestionari	
Treball de camp	Gener 2009	Febrer 2010
Realització	Treball de camp fet per l'empresa Local Park SL	

### Taula 1

Fitxa tècnica de l'estudi per a les dues mostres

	Mostra 2009 (a)		Mostra 2010 (b)		$\chi^2$	P valor
	N	%	N	%		
<i>Què identifica amb Tarragona 2017?</i>						
La ciutat i l'any per al qual se sol·licita l'organització dels JJMM	143	58,1	196	63,8	1,879	,170
No sap identificar	103	41,9	111	36,2		
<i>Què són els JJMM?</i>						
Una competició esportiva internacional	182	74,0	236	76,9	,618	,432
No ho sap	64	26,0	71	23,1		
<i>Sap quins països participen en els JJMM?</i>						
Països del Mediterrani	163	66,3 <sup>b</sup>	147	47,9	18,724	,000***
No ho sap	83	33,7	160	52,1 <sup>a</sup>		
*** $p \leq 0,001$						

**Taula 2**

Grau de coneixement sobre la candidatura als JJMM de Tarragona 2017

taules de resultats es mostra per a cada parell significatiu la clau de la categoria amb la proporció de columna o fila menor, en funció de la taula, sota la categoria amb una major proporció de columna o de fila.

## Resultats

Com podem observar en la *taula 2*, apareixen les freqüències i els valors de les proves khi quadrat utilitzades per analitzar les diferències entre les mostres. En primer lloc hem de destacar que les opcions de resposta de les tres preguntes que figuren en la *taula 2* han estat recodificades per transformar-les en variables dicotòmiques. Per aquesta raó, en la primera pregunta es plantejaven cinc opcions de resposta, de les quals només una era correcta, i eren quantificades les quatre errònies com “No sap identificar Tarragona 2017”. Es repetia aquest procediment en els dos ítems següents.

D'aquesta manera, comprovem com les proves de  $\chi^2$  fetes per analitzar les possibles diferències entre les dues mostres van demostrar l'existència de diferències estadísticament significatives en el coneixement sobre els països que participen en els JJMM [ $\chi^2(1) = 18,724$ ;  $p \leq 0,001$ ; IC 95%]. No obstant això, per a les dues primeres variables de la taula no es van trobar diferències significatives: [ $\chi^2(1) = 1,879$ ;  $p = 0,170$ ; IC 95%] i [ $\chi^2(1) = 0,618$ ;  $p = 0,432$ ; IC 95%], respectivament. En la primera qüestió, un percentatge elevat de la població identifica correctament la candidatura de Tarragona 2017, i aquesta freqüència s'incrementa per a la mostra de 2010. Quant a la pregunta sobre el que són els JJMM, un 74% i un 76,9% d'ambdues mostres, respec-

tivament, identifiquen els JJMM com una competició esportiva internacional. Respecte a la tercera qüestió plantejada, observem com en la primera mostra hi ha una majoria de ciutadans (66,3%) que saben els països que poden participar en els JJMM; al contrari, en la mostra de 2010 són més els ciutadans (52,1%) que no saben o reconeixen altres categories de països.

En la *taula 3* es presenten les freqüències, les mitjanes, les desviacions típiques (DT) i els valors de les proves t de Student utilitzades per observar les diferències entre les dues mostres. Es van detectar diferències estadísticament significatives entre les dues mostres sobre el grau de coneixement i informació que la població té sobre la presentació de la candidatura als JJMM [ $t(466) = 4,524$ ;  $p \leq 0,001$ ]. A més a més, comprovem com s'ha produït un increment de l'any 2009 al 2010 per a aquesta variable, elevant-se el 2010 la freqüència de persones que afirmen tenir una certa o prou informació (18,4% el 2009 i 31% el 2010, considerant la suma d'ambdós percentatges) sobre aquest projecte.

D'altra banda, es van obtenir diferències estadísticament significatives entre les dades de les dues mostres per a la informació rebuda a través de la premsa nacional [ $t(223) = 5,245$ ;  $p \leq 0,05$ ], la televisió local [ $t(276) = 1,510$ ;  $p \leq 0,001$ ] i per a l'autonòmica i/o nacional [ $t(242) = 55,533$ ;  $p \leq 0,001$ ]. També s'observa com en el grau d'informació rebuda la premsa nacional, la televisió autonòmica i/o nacional i Internet són els mitjans de què els tarragonins afirmen que van obtenir menys informació de la candidatura, mentre que la premsa local destaca com el mitjà de què van rebre més informació. En tots els mitjans de comunicació s'observa

Mostra	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Mitjana (DT)	F	Sig.
<i>Grau de coneixement / informació sobre la presentació de la candidatura</i>								
2009	21,1	31,4	29,1	15,7	2,7	2,48 (1,073)	4,524	,000***
2010	6,5	29,8	32,7	26,1	4,9	2,93 (1,008)		
<i>Grau d'informació rebuda a través de la premsa local</i>								
2009	9,5	39,9	23,6	25,0	2,0	2,70 (1,013)	7,293	,072
2010	3,8	32,5	35,0	27,5	1,3	2,90 (,892)		
<i>Grau d'informació rebuda a través de la premsa nacional</i>								
2009	78,5	17,2	3,2	1,1	0	1,27 (,574)	5,245	,044*
2010	61,4	35,6	2,3	0	0,8	1,43 (,620)		
<i>Grau d'informació rebuda a través de la ràdio</i>								
2009	31,0	51,3	14,2	3,5	0	1,90 (,767)	,003	,300
2010	27,2	48,5	22,1	,7	1,5	2,01 (,812)		
<i>Grau d'informació rebuda a través de la televisió (TV) local</i>								
2009	29,0	38,7	21,8	10,5	0	2,14 (,957)	1,510	,000***
2010	6,5	37,7	42,9	11,7	1,3	2,64 (,823)		
<i>Grau d'informació rebuda a través de la TV autonòmica i/o nacional</i>								
2009	88,7	7,5	3,8	0	0	1,15 (,453)	55,533	,000***
2010	45,7	46,4	8,0	0	0	1,62 (,630)		
<i>Grau d'informació rebuda a través d'Internet</i>								
2009	58,6	18,9	13,5	6,3	2,7	1,76 (1,081)	,028	,094
2010	45,3	23,7	20,9	6,5	3,6	1,99 (1,120)		
<i>Grau d'informació rebuda a través de fullets o tanques publicitàries</i>								
2009	30,6	31,8	18,5	17,2	1,9	2,28 (1,131)	33,493	,164
2010	19,8	52,7	23,7	3,1	0,8	2,12 (,785)		

1 = cap; 2 = poc; 3 = un cert grau; 4 = bastant; 5 = molt.  
\*  $p \leq 0,05$ ; \*\*\*  $p \leq 0,001$ .

**Taula 3**

Grau de coneixement i informació rebuda sobre la presentació de la candidatura als JJMM de Tarragona 2017

un increment en les mitjanes de les variables sobre les enquestes de 2010 respecte a les de l'any anterior.

Respecte a la freqüència amb què els ciutadans van rebre notícies relacionades amb la candidatura de Tarragona 2017, destaquem que la majoria de ciutadans (62,7 % per a 2009 i 70 % per a 2010) rebien notícies amb poca freqüència (cada tres setmanes o amb menys freqüència). En relació amb el coneixement del logotip de la candidatura, es va comprovar com la majoria de ciutadans el coneixien, al mateix temps que es va observar un important augment d'una mostra a una altra en la freqüència de tarragonins que sabien quin era el logotip (51,5 % en l'enquesta de 2009 i 67,9 % en l'enquesta de 2010).

Com podem observar en la *taula 4*, es van obtenir diferències estadísticament significatives entre les dues mostres per al grau d'il·lusió dels ciutadans [ $\chi^2(3)=13,193$ ;  $p \leq 0,01$ ; IC 95 %] i per al grau

d'identificació [ $\chi^2(3) = 15,639$ ;  $p \leq 0,001$ ; IC 95 %]. La gran majoria dels ciutadans es mostren bastant o molt il·lusionats amb la candidatura de Tarragona 2017, amb freqüències similars per a les dues mostres (62,5 % per a 2009 i 60,6 % per a 2010, sempre sumant ambdues freqüències). De manera similar, comprovem com la major part de la societat se sent bastant o molt identificada amb el projecte de Tarragona 2017, encara que en aquest aspecte es produeix un lleuger increment per a la mostra de 2010 en la freqüència de ciutadans que se senten bastant identificats amb la candidatura (50,6 % per a 2009 i 56,3 % per a 2010).

En la *taula 5* comprovem com la major part dels tarragonins perceben com bastant o molt difícil l'organització d'aquest esdeveniment esportiu, i observem un increment en els percentatges en la mostra de 2010. D'altra banda, es van detectar diferències estadísticament significatives entre les dues mostres per a la percepció

Mostra	Cap		Poc		Bastant		Molt		$\chi^2$	P valor
	N	%	N	%	N	%	N	%		
<i>Grau d'il·lusió que els ciutadans tenen amb la candidatura</i>										
2009 (a)	8	3,3	82	34,2	116	48,3	34	14,2	13,193	,004**
2010 (b)	35	11,5 <sup>a</sup>	85	28,0	140	46,1	44	14,5		
<i>Grau en què se sent identificada la societat tarragonina amb Tarragona 2017</i>										
2009 (a)	4	1,7	115	47,7 <sup>b</sup>	83	34,4	39	16,2	15,639	,001***
2010 (b)	19	6,5 <sup>a</sup>	108	37,1	129	44,3 <sup>a</sup>	35	12,0		
** $p \leq 0,01$ *** $p \leq 0,001$ .										

▲ **Taula 4**

*Grau d'il·lusió i identificació amb la candidatura als JJMM de Tarragona 2017*

Mostra	Cap		Poca		Bastant		Molt		$\chi^2$	P valor
	N	%	N	%	N	%	N	%		
<i>Dificultat de l'organització dels JJMM en el cas que se celebressin a Tarragona</i>										
2009	0	0	66	27,8	83	35,0	88	37,1	No es pot aplicar	
2010	0	0	18	6,6	131	47,8	125	45,6		
<i>Grau de preparació en què es troba Tarragona en instal·lacions esportives</i>										
2009 (a)	10	4,4	134	58,5	49	21,4	36	15,7 <sup>b</sup>	31,736	,000***
2010 (b)	10	4,1	154	63,6	74	30,6 <sup>a</sup>	4	1,7		
<i>Grau de preparació en què es troba Tarragona en neteja</i>										
2009 (a)	6	2,6	90	39,3	96	41,9	37	16,2 <sup>b</sup>	46,556	,000***
2010 (b)	8	3,1	146	57,5 <sup>a</sup>	99	39,0	1	0,4		
<i>Grau de preparació en què es troba Tarragona en accessos des de l'exterior</i>										
2009 (a)	9	3,9	98	42,8	80	34,9	42	18,3 <sup>b</sup>	36,764	,000***
2010 (b)	12	4,7	135	53,4 <sup>a</sup>	101	39,9	5	2,0		
<i>Grau de preparació en què es troba Tarragona en allotjaments</i>										
2009	0	0	81	35,4	93	40,6	55	24,0	No es pot aplicar	
2010	1	0,4	49	19,4	120	47,4	83	32,8		
<i>Grau de preparació en què es troba Tarragona en transport públic urbà</i>										
2009	0	0	123	53,7	55	24,0	51	22,3	No es pot aplicar	
2010	3	1,2	139	55,6	102	40,8	6	2,4		
<i>Grau de preparació en què es troba Tarragona en seguretat</i>										
2009 (a)	7	3,1	93	40,6	83	36,2	46	20,1 <sup>b</sup>	45,093	,000***
2010 (b)	11	4,4	159	63,9 <sup>a</sup>	71	28,5	8	3,2		
<i>Grau de preparació en què es troba Tarragona en sanitat</i>										
2009	0	0	80	35,1	93	40,8	55	24,1	No es pot aplicar	
2010	1	0,4	67	26,8	159	63,6	23	9,2		
<i>Grau de preparació en què es troba Tarragona en restauració</i>										
2009	0	0	56	24,5	106	46,3	67	29,3	No es pot aplicar	
2010	0	0	27	10,8	117	46,6	107	42,6		
Nota: En algunes variables no es pot aplicar la prova d'independència khi quadrat pel fet que les freqüències en alguna de les opcions de resposta és inferior a una, per la qual cosa els resultats de la prova no serien vàlids.										

▲ **Taula 5**

*Percepció sobre la dificultat i el grau de preparació de l'organització de la candidatura als JJMM de Tarragona 2017*



sobre el grau de preparació en instal·lacions esportives [ $\chi^2(3) = 31,736; p \leq 0,001; IC 95 \%$ ], en serveis de neteja [ $\chi^2(3) = 46,556; p \leq 0,001; IC 95 \%$ ], en accessos des de l'exterior [ $\chi^2(3) = 36,764; p \leq 0,001; IC 95 \%$ ] i en seguretat [ $\chi^2(3) = 45,093; p \leq 0,001; IC 95 \%$ ]. La major part dels ciutadans consideren que la ciutat es troba bastant o molt preparada en aspectes relacionats amb els allotjaments, sanitat i restauració. Per a aquests serveis s'observen increments en les freqüències entre els ciutadans enquestats el 2009 i els enquestats el 2010. No obstant això, en el cas de la preparació en instal·lacions esportives i transport públic la major part dels tarragonins perceben que la ciutat encara està poc preparada, i s'obtenen freqüències pròximes en les dues mostres. Després, els aspectes relacionats amb la preparació en els serveis de neteja, els accessos des de l'exterior i la seguretat obtenen freqüències superiors de ciutadans per a la segona mostra que consideren que la ciutat està poc preparada, mentre que en la mostra de 2009 aquestes freqüències són inferiors i la major part dels ciutadans opinen que la ciutat està bastant o molt preparada en aquests aspectes (considerant la suma dels percentatges de bastant i molt).

A l'últim, en observar la *taula 6* comprovem com en aplicar la prova t de Student es van trobar diferències estadísticament significatives entre les dues mostres tant per al grau de coordinació percebut [ $t(321) = 2,948; p \leq 0,001$ ] com per a la percepció sobre el treball fet per la candidatura [ $t(330) = 1,453; p \leq 0,001$ ]. La gran majoria de ciutadans considera que la coordinació entre les Administracions públiques de cara a aconseguir els JJMM és bona o molt bona en els dos anys, i s'observa un important increment en la mitjana de la segona mostra (3,50 el 2009 i 4,25 el 2010). De manera similar ocorre amb els resultats obtinguts per a la percepció so-

bre el treball fet per la candidatura de Tarragona 2017, en els quals s'observa un important creixement de la primera mostra respecte a la segona en la mitjana (3,75 el 2009 i 4,27 el 2010), així com en les freqüències de ciutadans que consideren bo o molt bo el treball fet pel comitè organitzador.

## Discussió i conclusions

L'acollida de grans esdeveniments esportius reporta importants beneficis socioeconòmics a les localitats que els acullen. Per aquesta raó, els països i les ciutats competeixen entre si per poder organitzar aquests esdeveniments esportius i adopten polítiques esportives nacionals en les quals l'acollida de grans esdeveniments esportius és el principal objectiu (Gratton, Shibli, & Coleman, 2005). No obstant això, per aconseguir l'èxit en l'organització d'aquests grans esdeveniments esportius és essencial que els residents de les ciutats en què s'acullen coneguin, donin suport i se sentin identificats amb l'esdeveniment esportiu en totes les seves fases d'organització, és a dir, des de la presentació de la candidatura, planificació i execució, passant per la seva celebració i el seu llegat. En l'actualitat aquest tipus d'investigacions socials s'estan incorporant en les candidatures als esdeveniments, ja que permeten complementar la informació d'aquestes i conèixer el suport dels ciutadans per acollir la celebració de l'esdeveniment, cosa que està sent exigida i valorada per les entitats que han de concedir-los (Añó, Pablos, & Calabuig, 2009).

A partir dels resultats obtinguts en aquest estudi, cal destacar l'evolució, amb una clara tendència positiva, que s'observa en les dades de la segona enquesta (2010) respecte a les de la primera (2009), ja que en la segona enquesta els ciutadans van mostrar un major

Mostra	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Mitjana (DT)	F	Sig.
<i>Grau de coordinació de les Administracions públiques de cara a aconseguir els JJMM</i>								
2009	,6	3,5	45,0	46,8	4,1	3,50 (,663)	2,948	,000***
2010	0	1,3	7,2	56,6	34,9	4,25 (,643)		
<i>Percepció sobre el treball fet per la candidatura de Tarragona 2017</i>								
2009	0	3,0	34,9	46,4	15,7	3,75 (,752)	1,453	,000***
2010	1,8	1,2	4,2	54,2	38,6	4,27 (,756)		

1 = cap; 2 = poc; 3 = un cert grau; 4 = bastant; 5 = molt.  
\*\*\* $p \leq 0,001$ .

### Taula 6

*Percepció sobre el grau de coordinació de les Administracions públiques i el treball fet per la candidatura de Tarragona 2017 per aconseguir els JJMM*

grau de coneixement i d'identificació amb la candidatura als JJMM que en la primera enquesta. Això podria estar associat a la feina feta per la candidatura, durant el període transcorregut entre les dues mostres, en la seva difusió en els mitjans de comunicació locals que, tal com s'observa en els resultats, són els que els ciutadans destaquen com els més rellevants respecte a la informació rebuda. Aquesta tendència positiva coincideix amb allò que s'ha detectat en l'estudi de Casimiro i Añó (2006), en el qual també es va observar una evolució favorable en la població d'Almeria, encara que aquest estudi es va fer en els tres anys previs a l'esdeveniment i després de la seva celebració, i per tant la proximitat temporal d'aquest facilita que els ciutadans en tinguin un major coneixement. No obstant això, encara que l'evolució és positiva entre les dues mostres per a la majoria d'aspectes, en alguns com el coneixement sobre els països que poden participar en aquest esdeveniment s'observa com aquesta tendència és menys favorable.

Quant al grau de coneixement i informació rebuda sobre la presentació d'aquest projecte, observem com bastants ciutadans en tenen poc coneixement o un cert coneixement, i detectem un major grau d'informació i coneixement sobre la candidatura en la mostra de 2010. Així, segons els tarragonins, els mitjans de què més informació van rebre durant els anys previs a la concessió de l'esdeveniment van ser la premsa i la televisió local, mentre que els que menys informació van rebre van ser Internet i els mitjans d'àmbit autonòmic i estatal.

D'altra banda, la gran majoria de la població es mostrava bastant il·lusionada amb el projecte per a la seva ciutat, coincidint amb una majoria de ciutadans que s'identificava bastant amb la candidatura. Encara que en el grau d'il·lusió percebut pels ciutadans les freqüències són similars i amb una tendència positiva per a les dues mostres (majors freqüències de bastant i molta il·lusió), en el cas del grau d'identificació aquesta tendència no és tan positiva encara que s'observa una evolució favorable d'un any a un altre. Aquests dos aspectes són bastant importants perquè resumeixen en gran manera la predisposició de la població a participar i donar suport a la candidatura. Aquests resultats coincideixen amb els obtinguts en l'estudi de Casimiro i Añó (2006), ja que la població d'Almeria es va mostrar més il·lusionada pels JJMM que identificada.

Tal com observem en els resultats, els ciutadans opinen que la ciutat es troba bastant o molt preparada per als aspectes relacionats amb els allotjaments, la sani-

tat o la restauració. No obstant això, no consideren que aquesta preparació sigui òptima (cap/poca preparació) per a aspectes relacionats amb les instal·lacions esportives o el transport públic. En altres aspectes, com els accessos des de l'exterior o els serveis de neteja i seguretat, s'observa una evolució negativa entre les dues enquestes, ja que els ciutadans consideren que la ciutat es trobava més preparada l'any 2009 que l'any 2010 en aquestes àrees.

D'altra banda, els ciutadans van mostrar la seva confiança i suport a la candidatura en considerar que la coordinació entre les Administracions públiques i el treball fet de cara a aconseguir els JJMM són bons o molt bons en els dos anys, i observem una evolució positiva entre les dues enquestes. Aquest aspecte és important perquè és imprescindible una bona coordinació entre els organismes públics i privats que han de finançar i defensar el projecte en tots els àmbits. Aquests resultats són similars als proporcionats per Casimiro i Añó (2006), en els quals també la majoria dels habitants d'Almeria consideraven com a bo o molt bo aquest aspecte.

Aquest estudi ens mostra una tendència positiva en l'evolució, d'un any a un altre, de la majoria d'aspectes consultats sobre el grau de coneixement dels tarragonins amb la candidatura als JJMM i identificació amb aquesta, al mateix temps que revela un important nivell de coneixement del projecte per la població i identificació amb aquest. No obstant això, cal tenir present que les enquestes s'han fet en una de les primeres fases en l'organització d'un esdeveniment, en la qual algunes de les tasques fonamentals consisteixen a demanar suports institucionals, promocionar i presentar la candidatura, sense oblidar la protecció i el suport de la població, que estan associats al grau de coneixement de l'esdeveniment i identificació amb aquest. Així, tenint en compte que l'esdeveniment ja ha estat concedit a Tarragona per a l'edició de 2017, seria convenient continuar treballant en els pròxims anys en la implicació i participació de la ciutadania en la seva organització per aconseguir el màxim suport de la població de cara a oferir una bona imatge de la ciutat en els àmbits autonòmic, nacional i internacional, aspectes que anirien a parar a llarg termini en beneficis social i econòmic per als residents. Per aquest motiu, continuar amb aquest tipus d'estudis de caràcter longitudinal permetria conèixer l'evolució de les percepcions de la població sobre la identificació amb l'esdeveniment, i d'aquesta manera prendre decisions dirigides a millorar el suport social.



## Referències

- Añó, V. (2011). *La Organización de eventos y competiciones deportivas*. València: Universitat de València.
- Añó, V., Calabuig, F., & Parra, D. (2012). Impacto social de un gran evento deportivo: el Gran Premio de Europa de Fórmula 1. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 7(19), 53-65.
- Añó, V., Duclos, D., & Pablos, C. (2010). Percepción social del Gran Premio de Europa de Fórmula 1 entre los ciudadanos de Valencia. *Motricidad: Revista de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte* (25), 143-164.
- Añó, V., Pablos, C., & Calabuig, F. (2009). *Opinión de los tarraconenses sobre la candidatura a los Juegos Mediterráneos de 2017*. València: Universitat de València.
- Baldock, A. L., Maes, M., & Buelens, M. (2011). The social impact of the Tour de France: Comparisons of residents' pre-and post-event perceptions. *European Sport Management Quarterly*, 11(2), 91-113. doi:10.1080/16184742.2011.559134
- Bull, C., & Lovell, J. (2007). The impact of hosting major sporting events on local residents: An analysis of the views and perceptions of Canterbury residents in relation to the Tour de France 2007. *Journal of Sport Tourism*, 12(3), 229-248. doi:10.1080/14775080701736973
- Casimiro, A. J. & Añó, V. (2006). *Incidencia social de los Juegos Mediterráneos Almería 2005: estudio longitudinal desde el año 2002 hasta después del evento*. Almería: Universidad de Almería.
- Fredline, E. (2004). Host community reactions to motorsport events: The perception of impact on quality of life. A B. W. Ritchie & D. Adair (Eds.), *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues* (pàg. 155-173). Clevedon, Regne Unit: Channel View Publications.
- Fredline, E., Deery, M., & Jago, L. (2005). *Host community perception of the impacts of the Australian Formula One Grand Prix in Melbourne: A comparison of resident reactions in 1999 with 2002*. Gold Coast, Austràlia: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428. doi:10.1016/j.tourman.2007.07.017
- Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2005). Sport and economic regeneration in cities. *Urban Studies*, 42(5-6), 985. doi:10.1080/00420980500107045
- Guala, A., & Turco, D. M. (2009). Resident perceptions of the 2006 Torino Olympic Games, 2002-2007. *Sport Management International Journal*, 5(2), 21-42.
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623. http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005
- Gursoy, D., Chi, C. G., Ai, J., & Chen, B. T. (2011). Temporal change in resident perceptions of a mega-event: The Beijing 2008 Olympic Games. *Tourism Geographies*, 13(2), 299-324. doi:10.1080/14616688.2010.529935
- Kim, H. J., Gursoy, D., & Lee, S. B. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of pre-and post-games. *Tourism Management*, 27(1), 86-96. doi:10.1016/j.tourman.2004.07.010
- Kim, S. S., & Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: The case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25-38. doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.013
- Lorde, T., Greenidge, D., & Devonish, D. (2011). Local resident's perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, 32(2), 349-356. doi:10.1016/j.tourman.2010.03.004
- Mihalik, J. B., & Simonetta, L. (1999). A midterm assessment of the host population's perceptions of the 1996 summer olympics: Support, attendance, benefits, and liabilities. *Journal of Travel Research*, 37(3), 244-248. doi:10.1177/004728759903700305
- Mules, T., & Dwyer, L. (2005). Public sector support for sport tourism events: The role of cost-benefit analysis. *Sport in Society*, 8(2), 338-355. doi:10.1080/17430430500087864
- Ohmann, S., Jones, I., & Wilkes, K. (2006). The perceived social impacts of the 2006 Football Cup on Munich residents. *Journal of Sports & Tourism*, 11(2), 129-152. doi:10.1080/14775080601155167
- Preuss, H., & Solberg, H. A. (2006). Attracting major sporting events: The role of local residents. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 391-411. doi:10.1080/16184740601154524
- Ritchie, B. W., Shipway, R., & Cleeve, B. (2009). Resident perceptions of mega-sporting events: A non-host city perspective of the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2), 143-167. doi:10.1080/14775080902965108
- Ritchie, J. R. B., & Aitken, C. E. (1984). Assessing the impacts of the 1988 Olympic Winter Games: The research program and initial results. *Journal of Travel Research*, 22(3), 17-25.
- Ritchie, J. R. B., & Aitken, C. E. (1985). Olympulse II-Evolving resident attitudes towards the 1988 Olympic Winter Games. *Journal of Travel Research*, 23(3), 28-33. doi:10.1177/004728758502300306
- Ritchie, J. R. B., & Lyons, M. (1990). Olympulse VI: A post-event assessment of resident reaction to the XV Olympic Winter Games. *Journal of Travel Research*, 28(3), 14-23. doi:10.1177/004728759002800303
- Soutar, G. N., & McLeod, P.B. (1993). Residents' perceptions on impact of the America's Cup. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 571-582. doi:10.1016/0160-7383(93)90010-Z
- Twynam, G., & Johnston, M. (2004). Changes in host community reactions to a special sporting event. *Current Issues in Tourism*, 7(3), 242-261. doi:10.1080/13683500408667981
- Waitt, G. (2003). Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 194-215. doi:10.1016/S0160-7383(02)00050-6
- Zhou, J. Y. (2010). Resident perceptions toward the impacts of the Macao Grand Prix. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 138-153. doi:10.1080/15470148.2010.485179
- Zhou, J. Y., & Ap, J. (2009). Residents' perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research*, 48(1), 78-91. doi:10.1177/0047287508328792