

EXPECTATIVAS FRENTE AL EVENTO AMERICA'S CUP. UNA PERSPECTIVA DESDE EL COMERCIO Y LA RESTAURACIÓN

María Pilar Llopis*, Haydée Calderón* e Irene Gil*

Resumen: En el presente trabajo se desarrolla un análisis sobre la literatura centrada en la medición de las expectativas y sobre el impacto de eventos especiales. Se realiza una aplicación empírica sobre el evento de la America's Cup celebrado en la ciudad de Valencia concretándolo en el sector comercio y el sector restauración como *stakeholders* que juegan un papel importante en la consecución de su éxito. En cuanto a la repercusión del evento para la ciudad de Valencia, los resultados muestran unas expectativas positivas relativas a la revitalización de la ciudad y al desarrollo turístico y como contrapunto unas creencias menos favorables acerca de la evolución del precio de propiedades inmobiliarias y de la consecuente especulación.

Palabras clave: Expectativas, actitudes, comercio, restauración, eventos especiales, America's Cup.

Summary: This paper carries out an analysis on the literature focused on the measurement of expectations of special events impact and subsequently empirical evidences derived from an investigation aimed at establishing the nature of these variables faced with the America's Cup event among the retail trade sector and restaurant of the city of Valencia as stakeholders who play an important part on the achievement of the success are provided. Results show, as regards the repercussion of the event, some positive perceptions as for the city revitalization and the tourist development and as counterpoint some negative believes around the increase of the real estate prices and the consequent speculation.

Keywords: Expectations, attitudes, retailing, restaurant, special events, America's Cup.

I. INTRODUCCIÓN

El 26 de noviembre de 2003, AC Management hace pública la elección de Valencia como Ciudad Sede de la 32ª America's Cup, convirtiéndose así en la anfitriona de la competición deportiva náutica más antigua del mundo y en la primera ciudad europea donde se acoge dicho acontecimiento.

La celebración de un evento de tales características, aunque sin tradición en nuestro país, es una oportunidad que las autoridades locales, autonómicas y nacionales no quieren desaprovechar por la repercusión que su celebración tiene a nivel

económico, turístico, social y en la imagen de la ciudad, región y país. En efecto, y aunque determinadas magnitudes de las ciudades no sean comparables, los impactos positivos obtenidos en la anterior celebración de la America's Cup (en adelante AC) en Auckland (Nueva Zelanda) permiten prever una dinamización de la economía valenciana, a través del crecimiento económico y del empleo, la atracción de inversiones, nuevas oportunidades de negocio y de los efectos inducidos; del mismo modo se espera impulsar las infraestructuras y las instalaciones deportivas, de ocio y turismo, proyectar la ciudad de Valencia internacionalmente, incrementar el número de visitantes y turistas en la ciudad y comunidad y

* Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Facultad de Economía, Universidad de Valencia.
m.pilar.llopis@uv.es; haydee.calderon@uv.es; irene.gil@uv.es.

captar la atención de los medios de comunicación. En esta edición del evento, como novedad, los organizadores han introducido la realización de los «Actos de la Copa América» entre 2004-2007, conocidos como pre-regatas, para dar una continuidad entre las ediciones y configurar así un gran torneo que ofrezca competición y espectáculo todos los años, incluso varias veces al año. Así pues, se verá reforzado aún más el conocimiento, el atractivo y la rentabilidad de la ciudad de Valencia, de la Comunidad Valenciana y de España como destino turístico.

Por otro lado, también es una ocasión única para demostrar la capacidad organizativa y de gestión de la ciudad de acogida. Por ello, las autoridades concentran sus esfuerzos y recursos para que el acontecimiento sea todo un éxito, el cual afectará positivamente a la capacidad y al conocimiento para albergar futuros eventos internacionales (Barker et al., 2002). En este sentido, para que un gran evento tenga éxito es crucial el entendimiento y la participación de todas las partes interesadas en el proceso y apreciar el nivel de apoyo de la comunidad hacia dicho evento, estando este apoyo influido por las percepciones que se tienen sobre los costes y beneficios potenciales que el evento reporta (Gursoy y Kendall, 2006). Además, la identificación de los beneficios percibidos, proporciona información valiosa para los organizadores y crea un punto de referencia para futuros eventos (Fredline y Faulkner, 2000). Por otro lado, las percepciones y actitudes hacia el acontecimiento cambian a lo largo del tiempo (Kim y Petrick, 2005; Mihalik y Simonetta, 1999) ya que las relaciones entre

los individuos y el evento son dinámicas y tienen que ser continuamente revisadas (Waitt, 2003).

En el Manifiesto de Valencia 2005 de Valencia Summit, se concluye que *«la gestión de las expectativas de las entidades ciudadanas y empresariales resulta fundamental para que el acontecimiento deportivo sea considerado un éxito. Responder a las expectativas acerca del impacto futuro de un gran acontecimiento deportivo es clave para su evaluación social»*.

Por tanto, es necesario que se conozcan dichas expectativas para maximizar los beneficios y minimizar los costes y tener un punto de partida para poder gestionarlas adecuadamente. Pero, mientras que la literatura ha sido muy prolífera en investigaciones sobre las percepciones y actitudes de los residentes de la ciudad de acogida de un evento, el estudio de las creencias de las distintas organizaciones o sectores empresariales del lugar del evento no ha tenido la misma tradición.

En el presente trabajo se desarrolla un análisis sobre la literatura centrada en la medición de las percepciones relativas al impacto de eventos especiales y posteriormente se aportan los resultados de una investigación dirigida a conocer las expectativas de los empresarios del sector comercio y restauración de la ciudad de Valencia frente al evento AC 2007. Con todo, es nuestro objetivo analizar el estado de la cuestión e investigar la naturaleza de tales variables en agentes económicos (comercio y restauración) que como *stakeholders* juegan un papel determinante en la consecución

ción de su éxito, comparando los dos sectores objeto de estudio.

II. EL ESTUDIO DE EVENTOS

El estudio de eventos se ha convertido en una parte importante de la literatura de turismo desde los años 70, utilizándose el término «evento» para describir una amplia categoría de acontecimientos que tienen características diferentes, incluyéndose desde las Exposiciones Universales o los Juegos Olímpicos, la AC o la Copa del Mundo de Fútbol, Visitas Papales, Capitales Culturales, Festivales y Carnavales tanto internacionales, nacionales como regionales y hasta fiestas locales. Frente a esta diversidad de acontecimientos, la literatura ha utilizado diferentes términos como sinónimos: eventos distintivos, eventos especiales, mega eventos, etc., existiendo un gran debate sobre cual es la definición que debería adoptarse (Fredline et al., 2003), lo cual se refleja en las diferentes propuestas conceptuales que encontramos en la literatura (i.e. Ritchie, 1984; Getz, 1989,1991; Hall, 1989; Jago y Shaw, 1998, 1999; Arcodia y Robb, 2000).

Así, Jago y Shaw (1998) formulan una representación general de las relaciones entre varias categorías de acontecimientos a través de una estructura nomológica donde los Eventos se dividen en Normales y Especiales, clasificando estos últimos en Pequeños, Festivales y Grandes. A su vez diferencian los Grandes Eventos en Eventos Distintivos y Mega Eventos. Para los autores, las características esenciales de los acontecimientos Especiales son: la atracción de

turistas o el desarrollo turístico; ser de duración limitada; ser único o de ocurrencia infrecuente; aumentar el conocimiento, la imagen o el perfil de una región; ofrecer una experiencia social y estar fuera de lo común. A partir de esas características se propone la siguiente definición para evento especial: «*un acontecimiento único o que ocurre infrecuentemente de duración limitada que proporciona al consumidor una oportunidad social y de ocio más allá de la experiencia diaria. Tales eventos, que atraen o tienen el potencial de atraer a turistas, ayudan a menudo a aumentar el perfil, la imagen o el conocimiento de una región*» (Jago y Shaw, 1998: 29).

Respecto a los impactos que un acontecimiento de tales magnitudes conlleva, Ritchie (1984) propone una tipología de impactos que son necesarios examinar cuando se evalúa su importancia. Establece seis tipos de impactos: económico, turístico-comercial, físico, sociocultural, psicológico y político, diferenciando en cada uno de ellos tanto su manifestación positiva como negativa. Al mismo tiempo, identifica la naturaleza de las variables que se deben medir para evaluar cada uno de los tipos de impacto así como los problemas asociados a la recogida de datos y su interpretación. No obstante, como apuntan Barker et al. (2002) los impactos y el éxito de la celebración de un evento turístico dependen en gran medida de la valoración que haga el destino y de su habilidad para manejarlos eficazmente. Los responsables de destinos turísticos necesitan investigar y reconocer los impactos globales de un acontecimiento además de impactos individuales para entender los impactos económi-

cos, físicos y sociales y los efectos en la comunidad. En este sentido, actualmente está aumentando el interés de los investigadores en una evaluación más amplia de los impactos de un evento, proponiéndose una aproximación más holística, la del enfoque TBL (Triple Bottom Line), que evalúe los impactos económicos, sociales y medioambientales conjuntamente, no sólo desde una única perspectiva como ha ocurrido hasta el momento (Sherwood et al., 2005). En efecto, el análisis del impacto económico ha sido y sigue siendo el foco de atención en la investigación de impactos de un evento (Kasimati, 2003; Mules y Dwyer, 2005; Connell y Page, 2005; Dwyer et al., 2005, 2006; Jackson et al., 2005; Herrero et al., 2006; Matheson y Baade, 2006), aunque en esta última década, han proliferado los trabajos sobre los impactos sociales, ya sea sobre exposiciones (Lim y Lee, 2006), específicamente relacionados con festivales (Delamere, 2001, Delamere, Wankel y Hinch, 2001; Small et al., 2005) o con eventos deportivos (Fredline y Faulkner, 2000; Waitt, 2003; Kim et al., 2006; Omán et al., 2006; Chalip, 2006). Los estudios sobre los impactos medioambientales son más escasos (Collins et al., 2007).

En referencia al estudio de las percepciones, expectativas y actitudes hacia un acontecimiento, la mayoría de trabajos han sido abordados desde la perspectiva de los residentes de la ciudad de acogida del evento, siendo más limitados los estudios que analizan las mismas desde la perspectiva de otros *stakeholders* (véase cuadro 1). Así, uno de los estudios académicos más relevantes realizados en este contexto, es el que lleva a cabo Ritchie con ocasión de la cele-

bración de los JJ.OO. de Invierno en Calgary. Debido a los efectos potenciales que el evento puede tener en la ciudad, se pone en marcha en 1983, un programa de investigación longitudinal, denominado Olympulse Monitor, que permita presentar una evaluación inicial de los posibles impactos económicos y, a través de las opiniones de los residentes de la zona, medir los impactos sociales y culturales así como anticipar potenciales beneficios y problemas asociados al evento y valorar si éste tendrá éxito (Ritchie y Aitken, 1984). Posteriormente, se analizan y comparan las percepciones y actitudes de los residentes antes y después del evento (Ritchie y Aitken, 1985; Ritchie y Lyons, 1987; 1990). Siguiendo esta misma línea, Mihalik y Simonetta (1999) analizan las modificaciones que se producen en el apoyo hacia un evento deportivo (los JJ.OO. de Verano en Georgia), en las expectativas de asistencia y en los beneficios y problemas percibidos por los residentes de la ciudad de acogida del acontecimiento.

Soutar y McLeod (1993) investigan cómo las expectativas iniciales de los residentes de la ciudad sede de la AC cambian a lo largo del tiempo con respecto a las funciones que ellos denominan «congestión física» y «actividad económica», concluyendo que el evento proporcionará mejoras económicas a largo plazo a la ciudad y que ha aumentado la calidad de vida de los residentes. Sin embargo, respecto a cómo afectan sobre la calidad de vida de los residentes del lugar de celebración de dos eventos deportivos, Fredline y Faulkner (2000), a través de un análisis cluster, distinguen cinco grupos de residentes con diferentes

Cuadro 1
Revisión de estudios sobre expectativas y percepciones ante grandes eventos

| Autor y fecha | Tópico de investigación y área de aplicación | Metodología | Unidad de análisis Stakeholders | Objetivo de la investigación | Conclusiones |
|--------------------------------|--|---|---------------------------------|--|--|
| Ritchie y Aitken (1984) | Evaluación de impactos, percepciones y actitudes hacia un evento deportivo (JJ.OO de Invierno en Calgary 1988) | Estudio exploratorio y descriptivo longitudinal | Residentes locales | Describir el programa de investigación puesto en marcha y presentar indicadores del impacto de los juegos en dos áreas: impacto económico y empleo, y medir las opiniones de los residentes en relación a los Juegos y a sus probables impactos en la ciudad y región durante los años próximos. | El ámbito de la investigación es extenso y quizá demasiado optimista, aunque si tiene éxito derivará en una evaluación exhaustiva de los impactos positivos y negativos asociados con la acogida de los Juegos Olímpicos. |
| Ritchie y Aitken (1985) | | | | Medir el nivel de conocimiento de las sedes pasadas y futuras de los JJ.OO de invierno; determinar el nivel de apoyo e interés que existe por la acogida y participación en los Juegos; medir las percepciones respecto al funcionamiento de los grupos clave en la organización; determinar las actitudes y medir los cambios en las percepciones respecto al funcionamiento de los grupos implicados en la organización. | Los residentes continuaban con altos niveles de percepciones positivas hacia el evento. Aunque tienen algunas preocupaciones con respecto a determinados aspectos (la sede de los eventos de esquí alpino), continuaban siendo optimistas en que la ciudad tendrá éxito en la acogida del evento así como que los beneficios de los Juegos excederán a los costes. Los grupos específicos implicados en la acogida de los Juegos, especialmente gobiernos, están sensibilizándose con los Juegos y sus impactos se están superando de manera objetiva fuera de su control. |
| Ritchie y Lyons (1987) | | | | Comparar las actitudes de los residentes hacia el evento de dos nuevas oleadas de encuestas conjuntamente con las realizadas con anterioridad. | El periodo analizado (1985-1986) podía caracterizarse como de perfil relativamente bajo, aunque los residentes continuaban demostrando un relativo alto nivel de apoyo y compromiso hacia el evento. |
| Ritchie y Lyons (1990) | | | | Evaluar las reacciones de los residentes después del evento. | Con respecto a Calgary, puede considerarse que el efecto a largo plazo permanecerá. A corto y medio plazo, los Juegos parecen haber sido la iniciativa correcta en el momento correcto. Respecto a los residentes, su entusiasmo ha supuesto un gran apoyo y compromiso hacia el evento. En referencia a los impactos turísticos, a largo plazo también parecen positivos, ya que como mínimo el evento ha aumentado el estatus de la industria local, lo que ha conllevado un incremento importante en el presupuesto, tanto a nivel local como provincial, para el desarrollo y la promoción turística. También ha subido espectacularmente el nivel de visitas. |

Cuadro 1 (continuación)
Revisión de estudios sobre expectativas y percepciones ante grandes eventos

| Autor y fecha | Tópico de investigación y área de aplicación | Metodología | Unidad de análisis Stakeholders | Objetivo de la investigación | Conclusiones |
|-----------------------------------|--|----------------------------------|---------------------------------------|---|--|
| Ritchie y Smith (1991) | Percepciones y actitudes hacia un evento deportivo (JJ.OO. de Invierno en Calgary) | Estudio descriptivo longitudinal | Residentes en Estados Unidos y Europa | Medir el impacto de los Juegos en los niveles de conocimiento y percepciones de la ciudad de acogida en los mercados internacionales; examinar como cambian los niveles de conocimiento y percepción antes y después del evento; comparar dichos cambios en los grupos de análisis en ciudades que no han acogido un evento durante el periodo de estudio; comparar la naturaleza de dichos cambios a través de los mercados internacionales más importantes. | Los resultados revelan un impacto espectacular en el nivel de conciencia y conocimiento de Calgary en Europa y Estados Unidos respecto a otras ciudades canadienses, así como que esos niveles disminuyen considerablemente después de un corto periodo de tiempo. Contrariamente, el recuerdo global permanece relativamente constante un año después del evento. |
| Soutar y McLeod (1993) | Percepciones hacia un evento deportivo (America's Cup) | Estudio descriptivo longitudinal | Residentes locales | Analizar las diferencias en las percepciones de los residentes de Fremantle (Australia) del impacto de la America's Cup antes, durante y después de la celebración en su ciudad. | En base a las percepciones de los residentes y contrariamente a los recelos iniciales, la America's Cup ha mejorado la calidad de vida y ha proporcionado los cimientos para las mejoras económicas de la ciudad a largo plazo. Además, las percepciones son tan positivas que la mayoría de los residentes quieren ver otra celebración del evento en su ciudad en el futuro. |
| Mihalik y Simonetta (1999) | Percepciones y actitudes hacia un evento deportivo (JJ.OO de Verano en Georgia) | Estudio descriptivo longitudinal | Residentes locales | Analizar el apoyo hacia el evento, las expectativas de asistencia y los beneficios y problemas percibidos. | El apoyo hacia el evento permanece relativamente fuerte a lo largo del tiempo, aunque las expectativas de asistencia al evento disminuyen con el paso del tiempo. Respecto a los beneficios percibidos, los residentes consideran más importantes los intangibles (reconocimiento internacional, aumento de la imagen de Georgia, y el aumento del orgullo de los ciudadanos) frente a los económicos (beneficios económicos, incremento del turismo, legado de las instalaciones olímpicas) y éstos cambian con el tiempo. En referencia a los problemas percibidos por acoger el evento, las percepciones de los residentes incrementan a lo largo del estudio. Los mayores problemas percibidos por los residentes son la congestión de tráfico y los precios abusivos. |

Cuadro 1 (continuación)
Revisión de estudios sobre expectativas y percepciones ante grandes eventos

| Autor y fecha | Tópico de investigación y área de aplicación | Metodología | Unidad de análisis Stakeholders | Objetivo de la investigación | Conclusiones |
|------------------------------------|---|---------------------------------|--|---|---|
| Fredline y Faulkner (2000) | Percepciones de los impactos de eventos deportivos (Gran Premio de Australia de Fórmula 1 y Gold Coast Indy Car Race) | Estudio descriptivo transversal | Residentes locales | Identificar grupos de residentes con diferentes actitudes hacia los eventos | Se identificaron cinco grupos: muy negativos, moderadamente negativos, ambivalentes, moderadamente positivos y muy positivos. Los resultados se presentan en el marco de la teoría de representaciones sociales, que sugiere que la forma en la cual la gente siente sobre fenómenos, tales como la acogida de un acontecimiento dentro de su comunidad, está afectada por su experiencia directa y por valores personales y sociales. Además, estas representaciones se transmiten a través de la comunidad y son compartidas por los grupos con experiencia y valores similares. Los resultados del análisis cluster apoyan esta teoría, identificándose grupos internamente bastante homogéneos y externamente diferentes en sus reacciones hacia los eventos. |
| Deccio y Baloglu (2002) | Percepciones hacia un evento deportivo (Juegos Olímpicos de Invierno 2002) | Estudio descriptivo transversal | Comunidad no anfitriona | Examinar, en el contexto de la teoría del intercambio social, las percepciones de los residentes de las comunidades no anfitrionas sobre la repercusión de los efectos del evento, los antecedentes de los impactos percibidos y el apoyo a los Juegos. | Aunque la mayoría de residentes examinados en este estudio fueron indiferentes a las Olimpiadas, apoyaban la promoción de condado de Garfield como destino turístico durante los juegos así como las actividades conjuntas de la comunidad con el evento, en la medida en que éstas proporcionarían algún tipo de beneficio económico, social u otra clase de ventaja del intercambio del turismo generado por las Olimpiadas, lo cual es consistente con la teoría del intercambio social. Algunos residentes perciben que las Olimpiadas traerán oportunidades, pero no se anticipa ningún otro impacto local. Los resultados indican que los residentes con conciencia medioambiental no apoyan las Olimpiadas, mientras que los que son económicamente dependientes del turismo y los que participan en actividades al aire libre sí apoyan generalmente el evento. |
| Barker, Page y Meyer (2003) | Percepciones de la delincuencia y seguridad en un evento deportivo (America's Cup en Auckland) | Estudio descriptivo transversal | Visitantes internacionales e internacionales | Examinar las percepciones de los visitantes, tanto nacionales como internacionales, respecto a los problemas y las experiencias con la delincuencia y la seguridad durante la celebración del evento. | Las diferencias étnicas, de edad, elección del alojamiento, las habilidades de comunicación y el número de acompañantes afectan a las opiniones y preocupaciones del turista con respecto a la delincuencia y a la seguridad. Seméjantemente, las diferencias en el status de nacional o extranjero, edad, elección de alojamiento y el número de personas que viajan afectan el riesgo de persecución delictiva de visitantes. Aunque las preocupaciones por la delincuencia y la seguridad eran bajas, sí existían diferencias entre los turistas en el nivel de preocupación y miedo a la persecución. |

Cuadro 1 (continuación)
Revisión de estudios sobre expectativas y percepciones ante grandes eventos

| Autor y fecha | Tópico de investigación y área de aplicación | Metodología | Unidad de análisis Stakeholders | Objetivo de la investigación | Conclusiones |
|--------------------------------------|---|---------------------------------|--|---|--|
| Fredline, Jago y Deery (2003) | Percepciones de los impactos de un evento deportivo y festivales (Gran Premio de Australia de Fórmula 1, Moomba Festival Melbourne, The Horham Art Is ... Festival) | Estudio descriptivo transversal | Residentes en una comunidad urbana y otra rural | Desarrollar, testar y validar una escala genérica para evaluar los impactos sociales de los eventos especiales, así como comparar las reacciones de los residentes con las de la comunidad. | En los primeros resultados observaron, con respecto a impactos analizados, igualdad en los tres eventos, siendo los impactos positivos clasificados más positivamente a nivel de la comunidad que a nivel personal, pero en este nivel los impactos negativos se clasificaban más negativamente. En este mismo estudio, y usando un análisis factorial de componentes principales, redujeron los ítems a seis factores ("beneficio del desarrollo económico y social"; "preocupaciones sobre justicia y molestias"; "impacto en las instalaciones públicas"; "impactos en el comportamiento y entorno"; "impacto a largo plazo en la comunidad" e "impacto en los precios de algunos productos y servicios"). Concluyeron que parecía posible desarrollar una escala reducida con aproximadamente 10-12 ítems. |
| Gursoy, Kim y Uysal (2004) | Percepciones hacia festivales y eventos especiales | Estudio descriptivo transversal | Organizadores de festivales y eventos especiales | Analizar la importancia socioeconómica percibida por los organizadores de festivales y eventos especiales que los mismos tenían sobre las comunidades en las cuales se llevan a cabo. | Mientras que los organizadores consideran que los festivales y los eventos especiales contribuyen a la cohesión de la comunidad y a la creación de estímulos sociales, no perciben que los mismos tengan una contribución importante en la economía local. Estos resultados contradicen a los obtenidos en estudios donde se analiza la contribución económica de estos eventos, aunque están en consonancia con los resultados obtenidos en estudios sociológicos. Otro de los resultados mostrados por el estudio es que los organizadores creen que dichos eventos generan más beneficios que costes sociales. |
| Downward y Ralston | Expectativas ante un evento deportivo (XVII Commonwealth Games en Manchester) | Estudio descriptivo transversal | Voluntarios | Examinar las expectativas de los voluntarios. | Los factores clave que pueden utilizarse como impulsores para el reclutamiento de voluntarios son: el formar parte de un equipo y ayudar a la comunidad y al deporte ("comunidad"); hacer un trabajo diferente, aumentando las oportunidades de empleo pero sobre todo el aumento del desarrollo personal ("desarrollo personal"); hacer contactos relacionados con el empleo actual y posibilidades de empleo ("oportunidades de negocio"); relacionarse con otros y con el deporte ("tradiciones voluntarias"); ayuda con el aburrimiento, al atractivo de las gratificaciones y el prestigio oficial así como el tema de conversación ("estima"); ver el evento y a los famosos ("egoísta"); el entusiasmo, la ocasión de oportunidades, reunirse con gente y apoyo al deporte ("experiencias positivas"). Por tanto, las implicaciones derivadas para los gestores del evento pasan por afinar las ventajas que deben ofrecerse a los voluntarios. |

Cuadro 1 (continuación)
Revisión de estudios sobre expectativas y percepciones ante grandes eventos

| Autor y fecha | Tópico de investigación y área de aplicación | Metodología | Unidad de análisis Stakeholders | Objetivo de la investigación | Conclusiones |
|-----------------------------|--|----------------------------------|---------------------------------|--|--|
| Hede y Jago (2005) | Percepciones sobre el destino de acogida de un evento (Mamma Mia! Melbourne) | Estudio descriptivo longitudinal | Residentes Visitantes | Explorar si la asistencia a un evento especial influye en las opiniones sobre el destino de acogida de dicho evento. | Los resultados indicaron que para casi un cuarto de los entrevistados que residían fuera del lugar de celebración, las opiniones con respecto a éste habían cambiado. Sobre el 90 por ciento de los entrevistados indicó que sus opiniones, después de la asistencia, eran más favorables que anteriormente. Los cambios en las opiniones fueron debidos al acceso, al propio evento y al atractivo del lugar de celebración. Su conclusión fue pues, estar en la dirección correcta al respecto de que la asistencia a eventos especiales puede afectar a las opiniones que se tienen sobre el lugar de celebración del evento. Además, también argumentaron que la asistencia a eventos especiales parecía ser útil en el posicionamiento del destino turístico frente a los competidores y destinos de origen así como identificaron sinergias entre el evento y el lugar de celebración. Por tanto, recomiendan que se debería prestar atención a las mismas ya que es una oportunidad para los comercializadores del destino que los asistentes a un evento especial puedan formular o reexaminar sus opiniones cuando asisten a un acontecimiento, ya que las características del evento especial se pueden transferir al destino. |
| Kim y Petrick (2005) | Percepciones hacia un evento deportivo (Copa del Mundo de Fútbol 2002) | Estudio descriptivo longitudinal | Residentes locales | Investigar las percepciones de los residentes de los impactos de la Copa del Mundo de Fútbol 2002 que se celebró en Corea y Japón. | Los resultados de un análisis factorial de 22 ítems de los impactos positivos produjeron cinco dimensiones: "desarrollo de los recursos turísticos y revitalización urbana"; "aumento de la imagen y consolidación"; "beneficios económicos"; "interés en países extranjeros o sus culturas" y "desarrollo de las infraestructuras turísticas". El análisis factorial de componentes principales de nueve ítems relacionados de los impactos negativos produjo tres dimensiones: "perspectiva económica negativa", "desordenes y conflictos" y "problemas de tráfico y congestión". La conclusión de este trabajo fue que las percepciones de los residentes del impacto de los mega-eventos podían variar con el paso del tiempo y que los residentes de grupos con distintas características sociodemográficas evaluaban las consecuencias percibidas de la Copa del Mundo de forma diferente dentro de un entorno social cambiante. |

Cuadro 1 (continuación)
Revisión de estudios sobre expectativas y percepciones ante grandes eventos

| Autor y fecha | Tópico de investigación y área de aplicación | Metodología | Unidad de análisis Stakeholders | Objetivo de la investigación | Conclusiones |
|-------------------------------|---|---------------------------------|--|--|--|
| Sancho y García (2007) | Percepciones y expectativas hacia un evento deportivo (America's Cup en Valencia) | Estudio descriptivo transversal | Residentes, Compañías locales, Clubs Náuticos, Equipos participantes, Turistas, Administración Pública y ACM | Analizar los efectos de un acontecimiento deportivo en la estructura esencial de una ciudad. | El evento supone una serie de oportunidades y de ingresos para una ciudad post industrial que está esforzándose por un reconocimiento internacional. Valencia se ha convertido en un destino turístico demandado y es ahora cuando está en los circuitos internacionales. Los stakeholders son aparentemente optimistas. Los activos intangibles no sólo están representados físicamente –por el puerto, metro, Ciudad de las Artes y las Ciencias,...- sino también intangiblemente por la vida diaria con sus aspectos simbólicos que dan a la ciudad su sentido y carácter real. En este sentido, la percepción de los stakeholders es muy importante. El principal desafío será mantener la imagen turística después del evento. |

Fuente: elaboración propia

actitudes hacia los acontecimientos, identificándolos desde los más negativos a los más positivos. Fredline et al. (2003) examinan como los residentes de una misma comunidad perciben los impactos de diferentes tipos de eventos y posteriormente comparan las reacciones de los residentes de una gran ciudad urbana con las de una pequeña ciudad rural con el objetivo general de testar y validar un instrumento que pueda ser utilizado para comparar los impactos sociales de una variedad de eventos.

Por su parte, Kim y Petrick (2005) analizan las variaciones en las percepciones y opiniones de los residentes coreanos en función de sus características sociodemográficas hacia los impactos positivos y negativos de la celebración de la Copa del Mundo de Fútbol 2002 en Corea y Japón.

Ritchie y Smith (1991) presentan una investigación efectuada a residentes en Estados Unidos y Europa, en la que evalúan en qué medida un mega evento como los JJ.OO de Invierno podía tener efectos en el nivel de conocimiento y en la imagen de Calgary a nivel internacional, ya que, a largo plazo, un incremento en estas variables conduciría a una posición competitiva más fuerte y a mayores beneficios para el turismo. En este sentido, el estudio llevado a cabo por Kim y Morrision (2005) sugiere que un gran evento internacional puede cambiar la imagen de un destino turístico en un corto periodo de tiempo. Los autores miden el cambio que se produce en la imagen percibida de un país como consecuencia de la celebración de la Copa del Mundo de Fútbol 2002, concretamente en Corea del

Sur, entre los turistas extranjeros de tres nacionalidades (japoneses, chinos e ingleses), variando la misma en función de sus variables sociodemográficas. Mientras, Hede y Jago (2005) argumentan que la asistencia a un evento especial puede modificar las opiniones de los visitantes sobre el lugar de celebración del mismo, además de ser útil en el posicionamiento como destino turístico y producirse sinergias entre el acontecimiento y el lugar de celebración.

Por otro lado, Deccio y Baloglu (2002) examinan las percepciones de los residentes de comunidades no anfitrionas de un evento sobre la repercusión de sus efectos, así como los antecedentes de los impactos percibidos y el apoyo al acontecimiento. Barker et al. (2003) examinan las percepciones de los visitantes, tanto nacionales como internacionales, con respecto a los problemas y experiencias con la delincuencia y seguridad durante la celebración de un evento deportivo. Otros autores, como Gursoy et al. (2004) utilizan como unidad de análisis a los organizadores de festivales y eventos especiales para evaluar la importancia socioeconómica percibida de los mismos sobre las comunidades en las que se realizan. Por su parte, Downward y Ralston (2005) apuntan que el reclutamiento y la gestión de los voluntarios para apoyar el desarrollo de grandes acontecimientos deportivos se ha convertido en un factor clave y que es necesario, para movilizar y utilizar a tales voluntarios con eficacia, entender las expectativas de los mismos antes de la celebración del mismo. Finalmente, Sancho y García (2007) analizan los efectos de la 32ª AC en la estructura esencial de la ciudad sede de la competición,

considerando en su investigación las opiniones de los diferentes *stakeholders* implicados en el evento, entre ellos, diferentes sectores de actividad de la ciudad, y mostrando cuan satisfechos están con su celebración.

En resumen, estos estudios analizan los efectos percibidos, tanto positivos como negativos, de un gran acontecimiento celebrado en una ciudad, región o país, utilizando diferentes unidades de análisis para su evaluación. Como se reconoce en la literatura, es importante su conocimiento por las implicaciones que de ello se derivan, sobre todo para los organizadores de evento y las autoridades que lo apoyan.

Sin embargo, como hemos comentado anteriormente, pocos son los estudios empíricos que analizan las expectativas y actitudes de los empresarios de la ciudad de acogida de un evento con respecto a los impactos en la ciudad y en su actividad. Este trabajo investiga empíricamente las expectativas de los empresarios de dos sectores importantes dentro del tejido empresarial local como son el comercio minorista y la restauración, con respecto a los impactos de la AC tanto en la ciudad de Valencia como en su propia actividad empresarial, tratando de identificar las diferencias que pudieran existir entre ambos sectores.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para esta investigación se diseñó un cuestionario que incluía un conjunto de 25 ítems, usando escalas de Likert de 1 a 5,

siendo 1 nada cierto y 5 totalmente cierto. La muestra para esta investigación estuvo compuesta por 104 empresas situadas todas ellas en la ciudad de Valencia. Los comercios minoristas representaron el 71,2% de la muestra (74 establecimientos), mientras que la restauración representó el 28,8% (30 establecimientos). En la categoría de comercio minorista, existió representación tanto del comercio tradicional como de la gran distribución. La proporción de empresas investigadas en cada categoría se especifica en el cuadro 1.

Cuadro 1
Sector de actividad

| | Núm. de establecimientos | % |
|-------------------------|--------------------------|--------------|
| Comercio | 74 | 71,20 |
| Mercado Central | 10 | 9,60 |
| Textil y moda | 10 | 9,60 |
| Calzado y Complementos | 8 | 7,70 |
| Muebles y Hogar | 6 | 5,80 |
| Electrodomésticos | 5 | 4,80 |
| Ocio | 5 | 4,80 |
| Joyería | 5 | 4,80 |
| Varios | 15 | 14,40 |
| Alimentación | 10 | 9,60 |
| Restauración | 30 | 28,80 |
| Rest/Cafe/C.C. | 5 | 4,80 |
| Comida Rápida | 5 | 4,80 |
| Cafe/BaresC.C. | 5 | 4,80 |
| Restaurantes Alto Nivel | 4 | 3,80 |
| Zona Portuaria | 11 | 10,60 |
| N = 104 | | |

La investigación se realizó durante el mes de octubre de 2006 con entrevistas personales a los empresarios de los sectores objeto de estudio.

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Para alcanzar los objetivos propuestos en este trabajo, se examinaron las propiedades de los instrumentos de medida utilizados, de acuerdo con las recomendaciones propuestas en la metodología de investigación en marketing (Sánchez y Sarabia, 1999), los ítems integrantes de las escalas fueron objeto de Análisis de Componentes Principales y de distintos test Anova.

La primera escala está compuesta por 11 ítems y pretende medir las expectativas de los empresarios respecto al impacto de la celebración del evento en relación con la ciudad de Valencia. La segunda escala está compuesta por 14 ítems y pretende medir las expectativas de los empresarios respecto al impacto de la celebración del evento en relación con su empresa (véase cuadro 2).

Para llevar a cabo el análisis factorial exploratorio, separamos los ítems de cada una de las escalas en impactos positivos y negativos. El motivo de dicha separación fue que los promedios de los ítems de impacto positivo y negativo dentro de cada escala podían distorsionar los resultados del análisis debido a la dirección del signo y a la inconsistencia de significado entre los ítems de la misma escala (Kim y Petrick, 2005). Así pues, la escala de las percepciones en relación con la ciudad, compuesta por 11 ítems, se separó en 9 ítems de impacto positivo (P1 a P8 y P11) y 2 ítems de impactos negativos (P9 y P10). La escala de las percepciones en relación con la empresa, compuesta por 14 ítems, se dividió en 10 ítems de impactos positivos (P12 a P21) y

en 4 ítems de impactos negativos (P22 a P25).

Los indicadores de la adecuación de la aplicación del análisis factorial para la escala centrada en los impactos positivos del evento en la ciudad, indican la existencia de correlaciones significativas entre las variables consideradas globalmente, confirmadas por un test de esfericidad de Bartlett significativo (χ^2 (281,990, 36); $p=0,000$) y con un índice KMO superior al nivel mínimo aceptable ($0,751 > 0,5$). Por tanto, tienen un comportamiento correcto para proceder al análisis. Para examinar las dimensiones subyacentes en la escala se efectuó un análisis de componentes principales con rotación VARIMAX.

Los resultados muestran la existencia de tres factores, los cuales explican el 67,398% de la varianza (véase cuadro 3) y que hemos nombrado como «*revitalización urbana y desarrollo de infraestructuras*»; «*proyección económica*» y «*desarrollo turístico*». Todas las cargas factoriales de los nueve ítems son superiores a 0,5. El coeficiente α de Cronbach alcanza valores superiores a 0,7, lo que es un buen resultado, mostrando la estabilidad y consistencia interna de las puntuaciones para cada una de las dimensiones.

Para la aplicación del análisis factorial en la escala relativa a los impactos negativos del evento en la ciudad, se retuvieron para el análisis los ítems P9 y P10. Los indicadores de adecuación de la aplicación del análisis para las dos variables mostraron un comportamiento correcto: el test de esfericidad de Bartlett es significativo (χ^2

Cuadro 2
Descripción de las variables retenidas en la investigación y estadísticos básicos

| | Media | Des. típica | Mínimo | Máximo |
|---|--------|-------------|--------|--------|
| Impactos en relación con la ciudad | | | | |
| P1: Aumentará el número de visitantes a la ciudad de Valencia | 4,2692 | 0,67163 | 2,00 | 5,00 |
| P2: Acelerará el desarrollo de las infraestructuras turísticas | 4,2212 | 0,68204 | 2,00 | 5,00 |
| P3: Mejorará la accesibilidad a la ciudad | 3,6442 | 0,92346 | 1,00 | 5,00 |
| P4: Mejorará la recuperación de la ciudad y los productos locales | 3,6990 | 0,75192 | 1,00 | 5,00 |
| P5: Incrementará las infraestructuras | 3,8846 | 0,65815 | 2,00 | 5,00 |
| P6: Incrementará la inversión inmobiliaria | 4,2157 | 0,79138 | 1,00 | 5,00 |
| P7: Mejorarán los servicios en general | 3,8846 | 0,75437 | 1,00 | 5,00 |
| P8: Mejorará la imagen y consolidará la ciudad de Valencia internacionalmente | 4,2115 | 0,70605 | 3,00 | 5,00 |
| P9: Incrementará la especulación inmobiliaria | 4,4038 | 0,76981 | 1,00 | 5,00 |
| P10: Incrementará el precio de la propiedad inmobiliaria | 4,5000 | 0,72407 | 2,00 | 5,00 |
| P11: Incrementará la riqueza y el empleo | 3,2885 | 0,83227 | 1,00 | 5,00 |
| Impactos en relación con la empresa | | | | |
| P12: Incrementará la oportunidad de dar a conocer mi empresa | 2,9712 | 1,17793 | 1,00 | 5,00 |
| P13: Mejorará la imagen de mi empresa | 2,8846 | 1,20925 | 1,00 | 5,00 |
| P14: Aumentará las ventas | 3,1923 | 1,26243 | 1,00 | 5,00 |
| P15: Mejorará la imagen del sector de actividad al que pertenece mi empresa | 2,8173 | 1,17221 | 1,00 | 5,00 |
| P16: Aumentará los beneficios | 3,0962 | 1,23477 | 1,00 | 5,00 |
| P17: Acelerará el crecimiento de la empresa | 2,5192 | 1,14892 | 1,00 | 5,00 |
| P18: Generará la oportunidad de nuevos clientes | 3,2115 | 1,18791 | 1,00 | 5,00 |
| P19: Todo ello derivará en una mejora en los servicios utilizados por mi empresa | 2,6346 | 1,03396 | 1,00 | 5,00 |
| P20: Generará nuevas oportunidades de negocio | 2,8846 | 1,14322 | 1,00 | 5,00 |
| P21: Incrementará la inversión para ser más competitivos | 2,6635 | 1,02029 | 1,00 | 5,00 |
| P22: Incrementará las ventas de empresas directamente relacionadas con la celebración de la AC | 3,8462 | 1,06825 | 1,00 | 5,00 |
| P23: Concentrará la inversión en infraestructuras directamente relacionadas con la celebración AC | 3,7885 | 1,16313 | 1,00 | 5,00 |
| P24: Generará problemas para el normal desarrollo de la actividad empresarial por la adecuación de las infraestructuras a la celebración de la AC | 2,4231 | 1,17987 | 1,00 | 5,00 |
| P25: Generará problemas para el normal desarrollo de la actividad empresarial por la afluencia de visitantes a la ciudad de Valencia | 2,1635 | 1,09819 | 1,00 | 5,00 |

(132,313, 1); $p = 0,000$) y el índice KMO es igual al nivel mínimo aceptable (0,5). Para examinar las dimensiones subyacentes en la escala procedimos a un análisis de componentes principales con rotación VARIMAX, el cual produjo un único factor (véase cuadro 4) que explicaba el 92,674%

de la varianza y al que denominamos «*perspectiva negativa sobre la propiedad inmobiliaria*». Las cargas factoriales de las dos variables son superiores a 0,5. El coeficiente α de Cronbach toma un valor de 0,920 mostrando la estabilidad y consistencia interna de las puntuaciones de la dimensión.

Cuadro 3

Análisis factorial de componentes principales con rotación Varimax de los impactos positivos del evento en la ciudad (N = 104)

| Ítems | Componentes | | |
|--|--|----------------------|----------------------|
| | F1 | F2 | F3 |
| P4 Mejorará la recuperación de la ciudad y los productos locales | 0,924 | | |
| P3 Mejorará la accesibilidad a la ciudad | 0,744 | | |
| P5 Incrementará las infraestructuras | 0,730 | | |
| P6 Incrementará la inversión inmobiliaria | | 0,870 | |
| P7 Mejorarán los servicios en general | | 0,733 | |
| P11 Incrementará la riqueza y el empleo | | 0,602 | |
| P8 Mejorará la imagen y consolidará la ciudad de Valencia internacionalmente | | 0,519 | |
| P1 Aumentará el número de visitantes a la ciudad de Valencia | | | 0,877 |
| P2 Acelerará el desarrollo de las infraestructuras turísticas | | | 0,845 |
| Autovalores | 3,563 | 1,405 | 1,097 |
| Varianza explicada | 39,591 | 15,614 | 12,194 |
| Varianza explicada acumulada | 39,591 | 55,205 | 67,398 |
| Coefficiente de fiabilidad (α de Cronbach) | 0,767 | 0,732 | 0,742 |
| Media | 3,7540 | 3,8971 | 4,2452 |
| | Revitalización urbana y desarrollo de infraestructuras | Proyección económica | Desarrollo turístico |

Cuadro 4

Análisis factorial de componentes principales con rotación Varimax de los impactos negativos del evento en la ciudad (N = 104)

| Ítems | Componentes |
|--|--|
| P9: Incrementará la especulación inmobiliaria | 1 0,963 |
| P10: Incrementará el precio de la propiedad inmobiliaria | 0,963 |
| Autovalores | 1,853 |
| Varianza explicada | 92,674 |
| Varianza explicada acumulada | 92,674 |
| Coefficiente de fiabilidad (α de Cronbach) | 0,920 |
| Media | 4,4519 |
| | Perspectiva negativa sobre la propiedad inmobiliaria |

Los indicadores de la adecuación de la aplicación del análisis factorial en la escala que evalúa los impactos positivos del evento en la empresa también nos confirman su aplicación (véase cuadro 5). El test de esfericidad de Bartlett es significativo (χ^2 (1178,958, 45); $p = 0,000$) y el índice KMO es superior al nivel mínimo aceptable ($0,927 > 0,5$). Para identificar la estructura factorial procedimos a efectuar un análisis de componentes principales con rotación VARIMAX. El resultado muestra la existencia de un único factor, al cual identificamos como «*impacto positivo sobre la empresa*» y explica el 76,036% de la varianza. Las cargas factoriales de las variables son superiores a 0,5. La fiabilidad y la consistencia interna de la escala se confirma por el valor del coeficiente α de Cronbach que es de 0,965.

La escala de impactos negativos del evento en la empresa también fue objeto de un análisis de componentes principales con rotación VARIMAX. Los indicadores para su aplicación también mostraron un comportamiento adecuado confirmándose las correlaciones significativas entre las variables por el test de esfericidad de Bartlett significativo (χ^2 (158,403, 6); $p = 0,000$) y el índice KMO es superior al nivel mínimo aceptable ($0,547 > 0,5$). Los resultados, como puede observarse en el cuadro 6, revelaron la existencia de dos factores que identificamos como «*problemas para el desarrollo de la actividad*» y «*empresas e infraestructuras relacionadas con la AC*», los cuales explican el 85,255% de la varianza. Las cargas factoriales son superiores a 0,5. El coeficiente α de Cronbach toma valores superiores a 0,7 mostrando la esta-

Cuadro 5

Análisis factorial de componentes principales con rotación Varimax de los impactos positivos del evento en su empresa (N = 104)

| Items | Componentes |
|---|-----------------------------------|
| | 1 |
| P14 Aumentará las ventas | 0,942 |
| P16 Aumentará los beneficios | 0,921 |
| P12 Incrementará la oportunidad de dar a conocer mi empresa | 0,905 |
| P18 Generará la oportunidad de nuevos clientes | 0,893 |
| P19 Todo ello derivará en una mejora en los servicios utilizados por mi empresa | 0,889 |
| P20 Generará nuevas oportunidades de negocio | 0,873 |
| P13 Mejorará la imagen de mi empresa | 0,855 |
| P15 Mejorará la imagen del sector de actividad al que pertenece mi empresa | 0,834 |
| P17 Acelerará el crecimiento de la empresa | 0,831 |
| P21 Incrementará la inversión para ser más competitivos | 0,761 |
| Autovalores | 7,604 |
| Varianza explicada | 76,036 |
| Varianza explicada acumulada | 76,036 |
| Coefficiente de fiabilidad (α de Cronbach) | 0,965 |
| Media | 2,8875 |
| | Impacto positivo sobre la empresa |

bilidad y consistencia interna de las puntuaciones de las dos dimensiones.

Analizadas las estructuras factoriales de las escalas propuestas y con el objetivo de observar y comparar las expectativas de los empresarios de los sectores objeto de estudio, procedimos a la realización de distintos análisis de la varianza.

Los resultados del test ANOVA sobre los impactos del evento en la ciudad de Valencia por sector de actividad se muestran en el cuadro 7. Las expectativas de los empresarios del sector comercio en relación a los impactos positivos sobre la ciudad son elevadas respecto a las dimensiones analizadas. En lo que se refiere a la dimensión «revita-

lización urbana y desarrollo de las infraestructuras» obtiene una media de 3,7645, siendo la variable «incrementará las infraestructuras» la que mayor valoración tiene con una media de 3,9324. La dimensión «proyección económica» alcanza una media de 3,8953. Cabe destacar que, en esta dimensión, las menores expectativas están puestas en la variable «incrementará la riqueza y el empleo» con una media de 3,2973. En lo que se refiere a la dimensión «desarrollo turístico» es la que mayores expectativas muestra en el empresariado de comercio respecto a los impactos positivos, con una media de 4,2770. En referencia a los impactos negativos sobre la ciudad, reflejados en la dimensión «perspectiva negativa sobre la propiedad inmobiliaria», ésta

Cuadro 6
Análisis factorial de componentes principales con rotación Varimax de los impactos negativos del evento en la empresa (N = 104)

| | Componentes | |
|--|--|--|
| | 1 | 2 |
| P25 Generará problemas para el normal desarrollo de la actividad empresarial por la afluencia de visitantes a la ciudad de Valencia | 0,922 | |
| P24 Generará problemas para el normal desarrollo de la actividad empresarial por la adecuación de las infraestructuras a la celebración de la AC | 0,915 | |
| P22 Incrementará las ventas de empresas directamente relacionadas con la celebración de la AC | | 0,902 |
| P23 Concentrará la inversión en infraestructuras directamente relacionadas con la celebración AC | | 0,897 |
| Autovalores | 2,290 | 1,21 |
| Varianza explicada | 57,242 | 28,013 |
| Varianza explicada acumulada | 57,242 | 85,255 |
| Coefficiente de fiabilidad (α de Cronbach) | 0,850 | 0,800 |
| Media | 2,2933 | 3,8173 |
| | Problemas para el desarrollo de la actividad | Empresas e infraestructuras relacionadas con la AC |

obtiene una valoración de 4,4122, la cual refleja las elevadas perspectivas negativas que los empresarios de comercio tienen al respecto, es decir, que consideran que incrementará la especulación inmobiliaria y los precios de la propiedad inmobiliaria.

Respecto al sector de la restauración, las expectativas de estos empresarios también son elevadas tanto para los impactos positivos como negativos. La dimensión «*revitalización urbana y desarrollo de las infraestructuras*» obtiene una valoración media de 3,6889, siendo la variable «*incrementará las infraestructuras*» la de mayor media con 3,7667. En cuanto a la «*proyección económica*», esta dimensión consigue una media de 3,9131; al igual que el sector comercio, la variable que menores expectativas levanta en esta dimensión es «*incrementará la riqueza y el empleo*» con una media de 3,2667. También la dimensión «*turismo*» es la de mayores expectativas en el empresariado de restauración en lo que respecta a los impactos positivos, con una media de 4,1667. En referencia a la dimensión «*perspectiva negativa sobre la propiedad inmobiliaria*», ésta obtiene la valoración más alta de los empresarios encuestados, con una media de 4,5500, la cual muestra la elevada expectativa de los empresarios de los efectos que el evento puede tener sobre la propiedad inmobiliaria, incrementando su precio así como la especulación asociada a ella.

En cuanto a la comparación de los dos sectores, podemos afirmar que no existen diferencias estadísticamente significativas en las medias de los dos sectores objeto de análisis. Como se observa, tanto para las dimensiones de forma global como para las

variables que conforman cada factor de los impactos positivos, las medias están muy próximas en los dos sectores de actividad analizados. Así mismo, también observamos que las mayores puntuaciones medias dadas por los dos sectores han sido en la dimensión «*desarrollo turístico*», seguida de la «*proyección económica*» y por la «*revitalización urbana y desarrollo de infraestructuras*». Respecto a la dimensión del impacto negativo «*perspectiva negativa sobre la propiedad inmobiliaria*» y a las variables que la integran, las medias de los dos sectores están muy cercanas también, y debemos anotar que es la dimensión que mayor puntuación media obtiene de los dos sectores en relación con los efectos del evento en la ciudad. Por tanto, la realización del evento genera una elevada expectativa en el empresariado respecto a las repercusiones positivas que el mismo tendrá en la ciudad de Valencia, sobre todo en el desarrollo turístico, teniendo como contrapartida la elevada expectativa de que la celebración del evento incrementará los precios de la propiedad inmobiliaria y su especulación.

Si bien las expectativas empresariales con respecto a la repercusión que tendrá la celebración del evento AC 2007 en la ciudad de Valencia son favorables, no lo son tanto en cuanto al impacto que tendrá en las empresas investigadas. Los resultados del test ANOVA para analizar y comparar las expectativas de los empresarios sobre los impactos positivos y negativos del evento en su empresa se muestran en el cuadro 8. Observamos en la misma que, para el sector comercio, la dimensión «*impacto positivo sobre su empresa*» obtiene una media de 2,7997, siendo el ítem más valorado en esta dimensión «*gene-*

Cuadro 7
ANOVA para comparar los impactos positivos y negativos del evento sobre la ciudad de Valencia por sector de actividad

| | Comercio | Restauración | F | Sig. |
|--|---------------|---------------|--------------|--------------|
| Impactos positivos | | | | |
| F1 Revitalización urbana y desarrollo de infraestructuras | 3,7645 | 3,6889 | 0,530 | 0,468 |
| P4 Mejorará la recuperación de la ciudad y los productos locales | 3,7260 | 3,6333 | 0,321 | 0,572 |
| P3 Mejorará la accesibilidad a la ciudad | 3,6351 | 3,6667 | 0,025 | 0,876 |
| P5 Incrementará las infraestructuras | 3,9324 | 3,7667 | 1,359 | 0,246 |
| F2 Proyección económica | 3,8953 | 3,9131 | 0,212 | 0,646 |
| P6 Incrementará la inversión inmobiliaria | 4,1892 | 4,2857 | 0,300 | 0,585 |
| P7 Mejorarán los servicios en general | 3,8919 | 3,8667 | 0,024 | 0,878 |
| P11 Incrementará la riqueza y el empleo | 3,2973 | 3,2667 | 0,029 | 0,866 |
| P8 Mejorará la imagen y consolidará la ciudad de Valencia internacionalmente | 4,2027 | 4,2333 | 0,040 | 0,842 |
| F3 Desarrollo turístico | 4,2770 | 4,1667 | 0,992 | 0,322 |
| P1 Aumentará el número de visitantes a la ciudad de Valencia | 4,3243 | 4,1333 | 1,739 | 0,190 |
| P2 Acelerará el desarrollo de las infraestructuras turísticas | 4,2297 | 4,2000 | 0,040 | 0,842 |
| Impactos negativos | | | | |
| F1 Perspectiva negativa sobre la propiedad inmobiliaria | 4,4122 | 4,5500 | 0,802 | 0,373 |
| P9 Incrementará la especulación inmobiliaria | 4,3784 | 4,4667 | 0,279 | 0,599 |
| P10 Incrementará el precio de la propiedad inmobiliaria | 4,4459 | 4,6333 | 1,436 | 0,234 |

rá la oportunidad de nuevos clientes» con una media de 3,1622 y el que menores expectativas empresariales genera es «acelerará el crecimiento de la empresa» con una valoración de 2,4324. En cuanto a los impactos negativos, la expectativa del sector comercio es baja respecto a la dimensión «problemas para el desarrollo de la actividad» con una media de 2,2973 y aumenta para la dimensión «empresas e infraestructuras relacionadas con la AC» con un valor medio de 3,6757. El sector de la restauración, da una valoración media a la dimensión «impacto positivo sobre su empresa» de 3,0303, siendo los ítems más valorados «aumentará las ventas» y «aumentará los beneficios» con una media en ambos casos de 3,3667. Respecto a los impactos negativos, las expectativas empresariales del sector restauración también son bajas respec-

to a la dimensión «problemas para el desarrollo de la actividad» con una valoración de 2,2834 y más elevadas para la dimensión «empresas e infraestructuras relacionadas con la AC» con una valoración de 4,1667.

En lo referente a la comparación de las expectativas de los empresarios sobre los impactos que el evento tendrá en su empresa, los resultados del test ANOVA nos llevan a afirmar (véase cuadro 8) que no existen diferencias estadísticamente significativas en las medias de la dimensión de los impactos positivos y de las variables que la conforman, exceptuando para la variable P15 «mejorará la imagen del sector de actividad al que pertenece mi empresa» en la que sí existen diferencias estadísticamente significativas ($p < 0,05$) en las medias de los sectores, sien-

do el sector de la restauración más optimista que el de comercio para dicha variable. Cabe anotar que, tanto en la dimensión como en todas las variables que la componen, se han obtenido medias superiores en el sector de la restauración frente al de comercio, aunque no sean diferencias estadísticamente significativas.

Respecto a los impactos negativos, el análisis nos permite afirmar que no existen diferencias estadísticamente significativas

en las medias de la dimensión «*problemas para el desarrollo de la actividad*» y las variables que la integran. Sin embargo, la dimensión «*empresas e infraestructuras relacionadas con la AC*» presenta diferencias estadísticamente significativas ($p < 0,05$) en las medias de los dos sectores analizados, así como la variable P22 «*incrementará las ventas de empresas directamente relacionadas con la celebración de la AC*», siendo el sector de la restauración el que tiene una mayor expectativa con res-

Cuadro 8
ANOVA para comparar los impactos positivos y negativos del evento en su empresa por sector de actividad

| | Comercio | Restauración | F | Sig. |
|--|---------------|---------------|--------------|---------------|
| Impactos positivos | | | | |
| F1 Impacto positivo sobre su empresa | 2,7997 | 3,0303 | 1,195 | 0,277 |
| P14 Aumentará las ventas | 3,1216 | 3,3667 | 0,803 | 0,372 |
| P16 Aumentará los beneficios | 2,9865 | 3,3667 | 2,044 | 0,156 |
| P12 Incrementará la oportunidad de dar a conocer mi empresa | 2,9054 | 3,1333 | 0,798 | 0,374 |
| P18 Generará la oportunidad de nuevos clientes | 3,1622 | 3,3333 | 0,441 | 0,508 |
| P19 Todo ello derivará en una mejora en los servicios utilizados por mi empresa | 2,5946 | 2,7333 | 0,382 | 0,538 |
| P20 Generará nuevas oportunidades de negocio | 2,8514 | 2,9667 | 0,216 | 0,643 |
| P13 Mejorará la imagen de mi empresa | 2,8108 | 3,0667 | 0,955 | 0,331 |
| P15 Mejorará la imagen del sector de actividad al que pertenece mi empresa | 2,6622 | 3,2000 | 4,653 | 0,033* |
| P17 Acelerará el crecimiento de la empresa | 2,4324 | 2,7333 | 1,471 | 0,228 |
| P21 Incrementará la inversión para ser más competitivos | 2,6486 | 2,7000 | 0,054 | 0,817 |
| Impactos negativos | | | | |
| F1 Problemas para el desarrollo de la actividad | 2,2973 | 2,2834 | 0,223 | 0,638 |
| P25 Generará problemas para el normal desarrollo de la actividad empresarial por la afluencia de visitantes a la ciudad de Valencia | 2,1622 | 2,1667 | 0,000 | 0,985 |
| P24 Generará problemas para el normal desarrollo de la actividad empresarial por la adecuación de las infraestructuras a la celebración de la AC | 2,4324 | 2,4000 | 0,016 | 0,900 |
| F2 Empresas e infraestructuras relacionadas con la AC | 3,6757 | 4,1667 | 5,765 | 0,018* |
| P22 Incrementará las ventas de empresas directamente relacionadas con la celebración de la AC | 3,7027 | 4,2000 | 4,797 | 0,031* |
| P23 Concentrará la inversión en infraestructuras directamente relacionadas con la celebración AC | 3,6486 | 4,1333 | 3,808 | 0,054 |

* Significativos $p < 0,05$.

pecto a la dimensión y variable mencionada.

En resumen, el evento no levanta gran expectación en las empresas encuestadas respecto a los efectos que puede tener en las mismas; podríamos decir, de forma global, que las expectativas futuras para estas empresas son «indiferentes». En lo que respecta a las repercusiones negativas que la celebración de la AC 2007 puede tener, los empresarios no perciben que el evento pueda generar problemas para el desarrollo de su actividad, aunque sí tienen una elevada expectativa, sobre todo el sector de la restauración, de que las empresas directamente relacionadas con la AC incrementarán sus ventas así como que se concentrará la inversión en las infraestructuras directamente relacionadas con la AC.

V. CONCLUSIONES

Desde el punto de vista de las aportaciones de la investigación, hemos podido comprobar lo prolifera que es la literatura de la última década en el análisis de los grandes eventos desde distintas perspectivas (expectativas, percepción, consecuencias socio económicas,...). A lo largo del tiempo se han analizado eventos de distinta naturaleza cuyas repercusiones igualan o superan a los de la celebración de una AC (olimpiadas de inviernos, JJOO, copa del mundo de fútbol,...). Los estudios aportados tienen como unidad de análisis a residentes, organizadores e incluso voluntarios, pero no es habitual que un gran evento se aborde desde la base de agentes económicos (restauración y comercio), del entorno donde va a celebrarse

el acontecimiento. Esta nueva perspectiva abre una línea de investigación cuya utilidad para los organizadores de los eventos y las autoridades que los promueven es evidente. En definitiva, unos de los beneficiados de manera directa del éxito o fracaso de un gran evento como la AC van a ser los agentes económicos que recibirán y abastecerán a los visitantes. En este sentido, conocer cuales son las expectativas ante el acontecimiento puede arrojar luz sobre decisiones posteriores.

Hemos analizado las expectativas desde un plano general (para la ciudad de Valencia), y desde el plano concreto de las consecuencias sobre la empresa.

En cuanto a la repercusión del evento para la ciudad de Valencia, los empresarios consideran que efectivamente, consecuencia del mismo, se va a revitalizar la ciudad y se desarrollarán sus infraestructuras. Así mismo, consideran que va a suponer una mejora económica, aunque en este aspecto, el ítem menos valorado es el que hace referencia al incremento de la riqueza y el empleo. Las expectativas sobre el desarrollo turístico son muy altas, manifestado en el aumento de los visitantes a la ciudad y la mejora de las infraestructuras turísticas. Es importante destacar que se contrastan aspectos que están en función del poder de atracción que el evento y la propia ciudad tenga sobre el posible visitante (revitalización de la ciudad, aumento de los turistas) con aspectos que dependen de la inversión que se realice por parte de los agentes públicos y privados (mejora de las infraestructuras de la ciudad, mejora de las infraestructuras turísticas).

Sin embargo el estudio ratifica como estas expectativas positivas tienen como contrapartida unas expectativas poco beneficiosas sobre la propiedad inmobiliaria, centrado en el incremento del precio y de la consecuente especulación.

Por otra parte, las empresas no tienen unas expectativas tan elevadas en cuanto a los impactos positivos que el evento puede ocasionar sobre la empresa, siendo un poco más optimista el sector de la restauración. La muestra considera que, en general, la celebración de la AC 2007 no va a generar problemas en el desarrollo de su actividad, aunque tampoco consideran que vaya a suponer un impulso importante en sus negocios. La transversalidad del estudio planteado abre una línea de investigación cuya continuidad estaría en la realización de un análisis de las consecuencias de la AC 2007 para la misma población con la que se ha elaborado el presente análisis, pudiendo así contrastar la consistencia con las aportaciones a la literatura de estudios longitudinales que concluyen que las percepciones y actitudes hacia un acontecimiento se modifican a lo largo del tiempo (Mihalik y Simonetta, 1999; Kim y Petrick, 2005) y que las mismas deben ser revisadas debido a que las relaciones individuo-acontecimiento no son estáticas sino dinámicas (Waite, 2003).

Además, el interés creciente de la literatura en una aproximación más holística de la evaluación de los impactos de un evento (Sherwood et al., 2005), ofrece la posibilidad de ampliar y refinar los ítems utilizados en esta investigación, pudiendo así aplicar el enfoque TBL desde la perspectiva empresarial.

Por otro lado, el análisis de las expectativas llevadas a cabo en este estudio se ha reducido a las del empresariado del sector comercio y restauración, por lo que también cabría extender el estudio a otros agentes económicos de la ciudad de los sectores productivos y de servicios.

Mientras que es difícil generalizar los resultados obtenidos en este estudio a otros acontecimientos, creemos que los mismos ayudan a comprender cuáles son las expectativas de los empresarios del sector comercio y restauración de la ciudad de Valencia respecto a un evento especial como es la AC 2007. Estos resultados pueden ser de ayuda a autoridades y organizadores para planificar e implementar futuros eventos en la ciudad, ya que permiten tener un punto de partida para poder gestionar las expectativas de estas entidades empresariales, permitiendo que puedan dar respuestas a las mismas, maximizando los impactos positivos percibidos y minimizando los negativos, para que el acontecimiento sea un éxito.

BIBLIOGRAFÍA

- ACORDIA, C. y ROBB, A. (2000): «A future for event management: A taxonomy of event management terms». *Events Beyond 2000: Setting the Agenda. Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*. Australian Centre for Event Management. Sydney, julio, p. 154-160.
- BARKER, M.; PAGE STEPHEN J. y MEYER, D. (2002): «Evaluating the impact of the 2000 America's Cup on Auckland, New Zealand». *Event Management*. Vol. 7, p. 79-92.
- BARKER, M.; PAGE STEPHEN J. y MEYER, D. (2003):

- «Urban visitor perceptions of safety during a special event». *Journal of Travel Research*. Vol. 41, p. 355-361.
- CHALIP, L. (2006): «Towards social leverage of sport events». *Journal of Sport & Tourism*. Vol. 11 (2), p. 109-127.
- COLLINS, A.; FLYNN, A.; MUNDAY, M. y ROBERTS, A. (2007): «Assessing the environmental consequences of major sporting events: The 2003/04 FA Cup Final». *Urban Studies*. Vol. 44 (3), p. 457-476.
- CONNELL, J. y PAGE, STEPHEN J. (2005): «Evaluating the economic and spatial effects of an event: The case of the World Medical and Health Games». *Tourism Geographies*. Vol. 7 (1), p. 63-85.
- DECCIO, C. y BALOGLU, S. (2002): «Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts». *Journal of Travel Research*. Vol. 41, p. 46-56.
- DELAMERE, T. A. (2001). «Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part II: verification of the scale». *Event Management*. Vol.7, p. 25-38.
- DELAMERE, T.A.; WANKEL, L. M. y HINCH, T. D. (2001): «Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part I: item generation and purification of the measure». *Event Management*. Vol.7, p. 11-24.
- DOWNWARD, P. y RALSTON, R. (2005): «Volunteer Motivation and expectations prior to the XV Commonwealth Games in Manchester, UK». *Tourism and Hospitality Planning & Development*. Vol. 2 (1), p. 17-26.
- DWYER, L.; FORSYTH, P. y SPURR, R. (2005): «Estimating the impacts of special events on an economy». *Journal of Travel Research*. Vol. 43, p. 351-359.
- DWYER, L.; FORSYTH, P. y SPURR, R. (2006): «Assessing the economic impacts of events: A computable general equilibrium approach». *Journal of Travel Research*. Vol. 45, p. 59-66.
- FREDLINE, E. y FAULKNER, B. (2000): «Community perceptions of the impacts of events». *Events Beyond 2000: Setting the Agenda. Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*. Australian Centre for Event Management. Sydney, Julio, p. 60-74.
- FREDLINE, L.; JAGO, L. y DEERY, M. (2003): «The development of a generic scale to measure the social impacts of events». *Event Management*, Vol.8, p. 23-37.
- GETZ, D. (1989): «Special events: defining the product». *Tourism Management*, junio, p. 125-137.
- GETZ, D. (1991): «Festivals, special events, and tourism». New York: Van Nostrand Reinhold.
- GURSOY, D. y KENDALL, K. W. (2006): «Hosting mega events. Modeling locals' support». *Annals of Tourism Research*. Vol. 33 (3), p. 603-623.
- GURSOY, D.; KIM, K. y UYSAL (2004): «Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation». *Tourism Management*, Vol. 25, p.171-181.
- HALL, C.M. (1989): «The definition and analysis of hallmark tourist events». *Geojournal*, 19.3, p. 263-268.
- HEDE, A.-M. y JAGO, L. (2005): «Perceptions of the host destination as a result of attendance at a special event: a post-consumption analysis». *International Journal of Event Management Research*. Vol. 1 (1), p. 1-12.
- HERRERO, L. C.; SANZ, J. A.; DEVESA, M.; BEDATE, A. y BARRIO (del), M. J. (2006): «The economic impact of cultural events. A case-study of Salamanca 2002, European capital of culture». *European Urban and Regional Studies*. Vol. 3 (1), p. 41-57.

- INSTITUTO VALENCIANO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS (2006): «Impacto económico de la 32ª América's Cup Valencia 2007». Diciembre, p. 1-30.
- JACKSON, J.; HOUGHTON, M; RUSSELL, R. y TRIANDOS, P. (2005): «Innovations in measuring economic impacts of regional festivals: A do-it-yourself kit». *Journal of Travel Research*. Vol. 43, p. 360-367.
- JAGO, L.K. y SHAW, R.N. (1998): «Special events: a conceptual and definitional framework». *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 5, p. 21-32.
- JAGO, L. K. y SHAW, R. N. (1999): «Consumer perceptions of special events: a multi-stimulus validation». *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 8 (4), p. 1-24.
- KASIMATI, E. (2003): «Economic aspects and the Summer Olympics: A review of related research». *The International Journal of Tourism Research*. Vol. 5, p. 433-444.
- KIM, H. J.; GURSOY, D. y LEE, S.-B. (2006): «The impact of the 2002 World Cup on South Korea: comparisons of pre-and post-games». *Tourism Management*, Vol. 27 (1), p. 86-96.
- KIM, S. S. y MORRISON, A. M. (2005): «Change of images of South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup». *Tourism Management*. Vol. 26, p. 233-247.
- KIM, S. S. y PETRICK, JAMES, F. (2005): «Residents perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city». *Tourism Management*. Vol. 26, p. 25-38.
- LIM, S. T. y LEE, J. S. (2006): «Host population perceptions of the impact of mega-events». *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. Vol. 11 (4), p. 407-421.
- MATHESON, V. A. y BAADER, R. A. (2006): «Padding required: Assessing the economic impact of the Super Bowl». *European Sport Management Quarterly*. Vol. 6 (4), p. 353-374.
- MIHALIK, B. J. y SIMONETA, 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*. Vol. 37, febrero, p. 244-248.
- MULES, T. y DWYER, L. (2005): «Public sector support sport tourism events: The role of cost-benefit análisis». *Sport in Society*. Vol. 8 (2), p. 338-355.
- OHMANN, S.; JONES, I. y WILKES, K. (2006): «The perceived social impacts of the 2006 Football World Cup on Munich residents». *Journal of Sport & Tourism*. Vol. 11 (2), p. 129-152.
- RITCHIE, J. R. Brent (1984): «Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues». *Journal of Travel Research*, Vol. 23, p. 2-11.
- RITCHIE, J. R. B. y AITKEN, C. E. (1984): «Assessing the impacts of the 1988 Olympic Winter Games: the research program and initial results». *Journal of Travel Research*. Vol. 22, invierno, p. 17-25.
- RITCHIE, J. R. B. y AITKEN, C. E. (1985): «Olympulse II: «Evolving resident attitudes toward the 1988 Olympic Winter Games». *Journal of Travel Research*. Vol. 23, Invierno, p. 28-33.
- RITCHIE, J. R. B. y LYONS, M. M. (1987): «Olympulse III/Olympulse IV: «A mid-term report on resident attitudes concerning the XV Olympic Winter Games». *Journal of Travel Research*. Vol. 26, Verano, p. 18-26.
- RITCHIE, J. R. B. y LYONS, M. M. (1990): «Olympulse VI: «A post-event assessment of resident reaction to the XV Olympic Winter Games». *Journal of Travel Research*. Vol. 28, Invierno, p. 14-23.
- RITCHIE, J. R. B. y SMITH, B. H. (1991): «The impact of a mega-event on host region awareness: A longitudinal study». *Journal of Travel Research*. Vol. 29, Verano, p. 3-10.
- SÁNCHEZ, M. y SARABIA, F. J. (1999). «Validez y

Fiabilidad de escalas», Sarabia, F. J. (coordinador). Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas. Madrid. Pirámide.

SANCHO, A. y GARCÍA, G. (2007): «The role of tourism stakeholders in sports events: The America's Cup competition». Destination and Event Marketing: Managing Network. 2007 Advances in Tourism Marketing Conference.

SHERWOOD, P.; JAGO, L. y DEERY, M. (2005): «Triple Bottom Line Evaluation of Special Events: Does the Rhetoric Reflect Reporting?» <http://www.businessandlaw.vu.edu.au/chtr/documents/Triple%20Bottom%20Line.pdf>

SMALL, Edwards y Sheridan (2005): «A Flexible Framework for Evaluating the Socio-Cultural impacts of a (Small) Festival». International Journal of Event Management Research. Vol. 1 (1), p. 66-77.

SOUTAR, Geoffrey N. y MCLEOD, Paul B. (1993): «Residents' perceptions on impact of the America's Cup». Annals of Tourism Research. Vol. 20, p. 571-582.

WAITT, G. (2003): «Social impacts of the Sidney Olympics». Annals of Tourism Research. Vol. 30 (1), p. 194-215.

www.americascup.com

www.copa-america.org

www.valenciasummit.org