

## EL SENTIDO DE COMUNIDAD COMO PRECURSOR DEL VOLUNTARIADO DEPORTIVO. EL CASO DEL CHINA OPEN 500

*The sense of community as a precursor to sports volunteering. The Chinese Open 500 case*

Runyuan Jia<sup>1</sup>, Juan Antonio Sánchez-Sáez<sup>2,1</sup>, María José Maciá Andreu<sup>1</sup>, Ana M<sup>a</sup> Gallardo Guerrero<sup>1</sup>, Francisco Segado Segado<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Universidad Católica de Murcia, Facultad de Deporte, Murcia, Spain*

<sup>2</sup> *Instituto Mediterráneo Estudios Protocolo (IMEP), Alicante, Spain*

**RESUMEN:** En el sector de los eventos deportivos, los voluntarios son un capital social más y una parte importante de los recursos humanos llegando a ser considerados como fundamentales en el éxito de cualquier actividad en la que participen. El sentido de comunidad como una emoción positiva puede verse afectada por la experiencia del voluntariado e influir en el propósito futuro de los voluntarios deportivos. El objetivo de esta investigación fue conocer cuál era el impacto del sentido de comunidad de los voluntarios deportivos del China Open 500 en su intención futura como voluntarios. El método de recogida de datos fue una encuesta personal en la ciudad China de Pekín (n=353). Los análisis factoriales efectuados, a la escala propuesta de medida para la percepción del sentido de la comunidad, permitieron extraer seis factores; la práctica totalidad de las cargas estuvieron por encima de 0,5 -Consideración Administrativa, Intereses Comunes, Equidad de las Decisiones Administrativas, Oportunidades de Liderazgo, Espacios Sociales y Competitividad-. El conocimiento, por parte de los gestores deportivos, del sentido de comunidad de los voluntarios permite alcanzar una mayor lealtad de los mismos.

**PALABRAS CLAVE:** Voluntariado deportivo, eventos deportivos, responsabilidad social corporativa, grupos de interés, sentido de comunidad.

**ABSTRACT:** *In the sport event sector, volunteers are an important part of the social capital and an important part of the human resources and come to be seen as central to the success of any activity in which they are involved. The sense of community as a positive emotion can be affected by the volunteering experience and influence the future purpose of sport volunteers. The aim of this research was to find out what the impact of China Open 500 sports volunteers' sense of community was on their future intention to volunteer. The method of data collection was a face-to-face survey in the Chinese city of Beijing (n=353). Factor analyses of the proposed scale measuring perceived sense of community yielded six factors, with almost all of the loadings above 0.5 - Administrative Consideration, Common Interests, Fairness of Administrative Decisions, Leadership Opportunities, Social Spaces and Competitiveness. The knowledge of sport managers of the volunteers' sense of community helps to achieve greater volunteer loyalty.*

**KEY WORDS:** Sports volunteering, sports events, corporate social responsibility, stakeholders, sense of community.

Recibido/received: 18-01-2022

Aceptado/accepted: 29-01-2023

### Contact details:

#### Corresponding author

Runyuan Jia	Juan Antonio Sánchez-Sáez	María José Maciá Andreu	Ana M <sup>a</sup> Gallardo Guerrero	Francisco Segado Segado
rjia@alu.ucam.edu	juanantonio.sanchez@proto	mjmacia@ucam.edu	amgallardo@ucam.edu	fsegado@ucam.edu
Campus de los Jerónimos, Guadalupe 30107, Murcia	coloimep.com	Campus de los Jerónimos, Guadalupe 30107, Murcia	Campus de los Jerónimos, Guadalupe 30107, Murcia	Campus de los Jerónimos, Guadalupe 30107, Murcia
	IMEP, Calle Arzobispo Loaces, 3, 3 <sup>o</sup> , 03003 Alicante, España			

## 1. Introducción

Provocar el sentido de comunidad en los diferentes grupos de interés de un acontecimiento deportivo se ha convertido en uno de los objetivos primordiales de los organizadores (Daigo & Filo, 2020; Fairley & Tyler, 2012; Kerwin et al., 2015; Legg et al., 2017; Warner & Dixon, 2011; Warner & Leierer, 2015), tanto de grandes citas deportivas como de pruebas populares (Babiak & Wolfe, 2006; Mao & Huang, 2016; Sánchez-Sáez et al., 2018). Uno de estos grupos, reconocido por diferentes autores como imprescindible en la organización de un acontecimiento, son los voluntarios (Getz et al., 2007; Hoye et al., 2019; Parent & Chappelet, 2015; Parent & Séguin, 2007; Reid, 2011; Sánchez-Sáez et al., 2020; Xue & Mason, 2011). Estos son definidos como aquellas personas que realizan una acción prosocial, no obligatoria y no remunerada, en un contexto organizativo prolongado durante un periodo de tiempo determinado y cuyo objetivo es beneficiar a los demás o ayudar a alguna causa (Davis-Smith, 1998; International Labour Organisation, 2011; Penner et al., 2005).

Por otro lado, a diferencia de los empleados remunerados o contratados, quienes deben cumplir con las demandas administrativas, los voluntarios son libres de dejar el trabajo de manera unilateral, sin embargo, existe un compromiso social (Doherty et al., 2014; Royce, 2007; Tsiotsou & Alexandris, 2009). Este compromiso con la comunidad vendría determinado por motivaciones orientadas hacia terceros (contribución a la sociedad, preocupación por los demás, ayudar al evento, etc.) y/o motivaciones centradas en el propio individuo (desarrollo de habilidades, obtener experiencia laboral, desarrollo personal, ocio, etc.) (Bae et al., 2011; Bang & Ross, 2009; Hayton, 2015; Strigas & Jackson, 2003; Twynam et al., 2002; Van den Berg et al., 2015).

En lo que al ámbito deportivo se refiere, el voluntariado deportivo es un fenómeno mundial que atrae a miles de personas cada año para que contribuyan con su tiempo y entusiasmo a ayudar a establecer, organizar y dirigir diferentes tipos de actividades en clubes y eventos deportivos (Zhuang & Girginov, 2012). En este sentido, el voluntariado aporta muchos beneficios a la sociedad, siendo una actividad muy promovida por los gobiernos, las instituciones educativas y otras organizaciones sin fines de lucro (Holmes et al., 2020). Este voluntariado en eventos deportivos podría definirse como una actividad elegida libremente en la que se dedica formalmente tiempo y energía para ayudar en la organización y realización de eventos deportivos puntuales o regulares que pueden variar en su alcance, escala y ubicación (Cuskelly et al., 2006). Por ello, el voluntariado deportivo es un pilar fundamental en los acontecimientos deportivos (Brotos & Molina, 2011; Hoye et al., 2019; Rozmiarek et al., 2021), no solo porque proporciona un importante apoyo al evento, sino que, en algunos casos, es un elemento crítico que contribuye a alcanzar con éxito los objetivos de la organización (Koutrou, 2018).

Los eventos deportivos generalmente ocurren en una frecuencia relativamente dispersa y en un corto período de tiempo, por lo tanto, las estrategias para la adquisición y la retención de voluntarios son diferentes a las de las organizaciones permanentes (Getz,

1991; Pauline, 2011; Studer & von Schnurbein, 2013), pudiendo influir la experiencia de voluntariado en el evento respecto a las futuras intenciones de participación (Bakhsh et al., 2021). Si no se retienen voluntarios, se perderá capital y el comité organizador deberá emplear más tiempo y recursos financieros o humanos para reclutar y capacitar nuevos voluntarios (Cheung et al., 2006; Costa et al., 2006; Galindo-Kuhn & Guzley, 2002).

Es por ello, y de acuerdo con la Teoría del Intercambio Social (Ap, 1992; Gursoy & Kendall, 2006; Liu, 2016; Llopis & Gil, 2011; Ma et al., 2013; Ma & Rotherham, 2016; Mao & Huang, 2016; Parra et al., 2016; Taek & Sil, 2006; Vetitnev & Bobina, 2017), el comportamiento de los voluntarios se rige por las relaciones recíprocas las cuales, si están desequilibradas y el individuo experimenta menos recompensas que costos, la relación no se mantendría (Ma & Rotherham, 2016; Mao & Huang, 2016; Parra et al., 2016; Pauline, 2011; Vetitnev & Bobina, 2017). Acorde con el principio de reciprocidad de la Teoría del Intercambio Social, los voluntarios recibirán beneficios proporcionales (tangibles o intangibles) mientras prestan servicios (Dickson et al., 2017; Öğüt et al., 2003). Esta teoría facilitará la comprensión de los resultados positivos o negativos obtenidos por los voluntarios, determinados por sus experiencias anteriores y que afectarán a su deseo de repetir su implicación en cualquier acontecimiento (Guillet et al., 2002).

La decisión de ser voluntario está influenciada por las expectativas emocionales (Barraza, 2011), por lo que es fundamental que los gestores de eventos creen una experiencia positiva para sus voluntarios (Lachance & Parent, 2020). El sentido de comunidad es una emoción positiva que predice el bienestar psicológico de los empleados (Dickson et al., 2017) y actúa como un catalizador para la participación comunitaria (Miranti & Evans, 2018). La comunidad es una plataforma dinámica y, a través de ella, se construyen las relaciones humanas, dando la oportunidad de fomentar la cohesión social y de desarrollar una conciencia colectiva (Cueto et al., 2016; Montero, 2004; Ravanal, 2006; Sánchez, 2007; Sánchez-Sáez, 2021), e incluso de satisfacer las necesidades fisiológicas o psicológicas del individuo (Boyd & Nowell, 2013).

El concepto de sentido de comunidad se usa para describir sentimientos de pertenencia a diferentes tipos de colectividades y se aplica tanto a las comunidades territoriales como a las relacionales o las entidades sociales como grupos deportivos, políticos, grupos de voluntarios, etc. (Cicognani et al., 2008; Fisher et al., 2002; Heller, 1989; McMillan & Chavis, 1986). Por otro lado, el sentido de comunidad en el ámbito laboral está estrechamente vinculado con los resultados relacionados con el bienestar, la satisfacción y la salud mental de los empleados, todos ellos precursores de su intención futura como voluntarios (Ellaway et al., 2001; Nowell & Boyd, 2010; Prezza et al., 2001).

Por todo lo anterior, la vinculación ente voluntariado y sentido de comunidad se encuentra demostrada positivamente (McCole, 2006; McCole et al., 2012; Miranti & Evans, 2018), la cual puede igualmente aplicarse al ámbito deportivo al ser estos eventos un vehículo cada vez más popular y potente para lograr beneficios para la región o país anfitrión (Agha & Taks, 2015; Desbordes & Falgoux, 2006; Parra et al., 2014; Sánchez, 2019; Taks et al., 2014). En este sentido, los acontecimientos se presentan como una herramienta única para influir en la sociedad en general y en las comunidades en particular (Babiak & Wolfe,

2006; Carey et al., 2011) y, por ello, es necesario desarrollar un sentido de comunidad en el entorno institucional, para poder influir positivamente en la motivación, en el compromiso o en la intención futura y la experiencia del voluntariado (Lachance & Parent, 2020). Esto podría contribuir al éxito de la organización al garantizar la lealtad de los voluntarios deportivos, favorecer la responsabilidad social corporativa (Sánchez-Sáez, 2021; Sánchez-Sáez et al., 2020) y traer la prosperidad a los grupos de interesados (Boyd & Nowell, 2017).

No obstante, las investigaciones que relacionan el sentido de comunidad de voluntarios en entornos deportivos son escasas (Kerwin et al., 2015; Lachance & Parent, 2020), si bien teniendo en cuenta el impacto social de los eventos deportivos, sus beneficios sociales a largo plazo y la necesidad de construir comunidades locales, el desarrollo de un sentimiento de comunidad entre los voluntarios debería ser uno de los aspectos prioritarios de los organizadores de eventos, ya que sin sentido de comunidad la satisfacción del voluntario puede disminuir, impactar negativamente en su experiencia y por lo tanto reducir las posibilidades de su participación como voluntario en eventos deportivos futuros (Lachance et al., en prensa). Por tanto, el objetivo de esta investigación fue conocer el impacto del sentido de comunidad de los voluntarios deportivos del China Open 500 en su intención futura como voluntarios. En este sentido nos fijamos la siguiente hipótesis “Una mayor percepción del sentido de comunidad de los voluntarios del China Open 500, lleva a una mayor lealtad de los mismos”.

## 2. Método

Se utilizó para la recogida de datos un cuestionario estructurado desarrollado ad-hoc que fue administrado a los voluntarios del China Open en la edición de 2019 una vez finalizado su voluntariado. El diseño de esta investigación fue de corte transversal y los datos conseguidos fueron sometidos a un análisis descriptivo y correlacional.

### 2.1. Muestra

Sobre una población de 999 voluntarios se realizó el cálculo muestral para realizar la investigación con un intervalo de confianza del 5% y un nivel de confianza del 95%. El resultado indicó la necesidad de recoger un mínimo de 278 sujetos tanto en el pre-evento como en el post-evento. Finalmente, esta cifra se superó en ya que se realizaron un total de 353 encuestas. El reparto de la muestra por sexo fue 137 hombres (38,81%) y 216 mujeres (61,18%). Todos sujetos eran mayores de 18 años con una media de edad de 20,20.

#### *Descripción del China Open 500*

El acontecimiento seleccionado fue el China Open 500 celebrado en Pekín y que cuenta con 16 ediciones celebradas desde 2004 a 2019. Este evento, posee el derecho a albergar los torneos de las tres grandes organizaciones internacionales de tenis (ATP, WTA e ITF). Además, es el acontecimiento de tenis internacional más completo, con el más alto nivel y la mayor cantidad de jugadores en Asia (Open China, 2021). El China Open 500 es promovido por la Administración General del Deporte y el Gobierno Popular del

Municipio de Pekín y organizado por el Centro de Administración de Tenis de la Administración General del Deporte de China, la Oficina Municipal de Deportes de Pekín, el Gobierno Popular del Distrito de Chaoyang de Pekín y la empresa pública China Open Promotions Limited (Open China, 2021).

Se clasifica el evento China Open 500 en función de los criterios establecidos en la literatura consultada (Añó, 2011; Barajas et al. 2012; Barget & Gouguet, 2007; Boyer et al., 2007; Desbordes, 2000; Ferrand & Chanavat, 2006; Gratton et al., 2000; Gresser & Bessy, 1999; Sánchez-Sáez, 2021; Sarmiento, 2002; Wilson, 2006) (Tabla 1):

Tabla 1. Criterios de Clasificación China Open 500.

- Antigüedad	- 2004 primera edición. - 16 ediciones.
- Fines	- Promocionales, exhibición, turísticos y lucrativos.
- Ámbito geográfico	- Internacional.
- Titularidad	- Administración General del Deporte y el Gobierno Popular del Municipio de Pekín
- Entes organizadores	- Centro de Administración de Tenis de la Administración General del Deporte de China. - Oficina Municipal de Deportes de Pekín. - Gobierno Popular del Distrito de Chaoyang de Pekín. - Empresa pública China Open Promotions Limited.
- Periodicidad	- Regular: celebración de manera anual.
- Duración	- 7-8 días.
- Tipología de la modalidad deportiva	- Modalidad deportiva: Tenis - Especialidad deportiva: Individual y Dobles (masculino y femenino). - Profesional.
- Lugar de desarrollo/Infraestructuras	- Centro de Tenis del Parque Olímpico de Pekín (17.400 espectadores). - Estandarizado.
- Tecnología	- Hawk-Eye - sistema de visión por ordenador.
- Público objetivo	- Niños/as. - Adolescentes. - Adultos.
- Participantes	- Profesionales. - Hombres y mujeres. - Procedencia nacional e internacional.
- Difusión	- Interés mediático: alto. - Internacional.
- Premios en metálico	- 3.573.220 \$.

Fuente: Elaboración propia.

Por todo lo anteriormente descrito, se podría decir que el China Open 500 se encuentra enmarcado dentro de la tipología de los eventos deportivos como de Tipo B-Gran Evento, cuyas características principales son: organización regular (una vez al año), misma sede, nivel internacional, competidores internacionales, gran asistencia de espectadores internacionales, elevado interés mediático, gran actividad económica y desarrollado en Pekín, capital de China. (Añó, 2003; Barajas et al., 2012; Boyer et al., 2007; Gratton et al., 2000; Gresser & Bessy, 1999; Roche, 2000; Sánchez-Sáez, 2021; Sarmiento, 2002; Wilson, 2006).

## **2.2. Instrumento**

Para esta investigación se emplearon como herramientas de recolección de datos un cuestionario estructurado por tres bloques y 28 ítems. a) Primer bloque, se solicitaban los datos sociodemográficos; b) Segundo bloque, donde están integrados los 21 ítems relacionados con la percepción del sentido de comunidad y que conforman la “Escala de Percepción de los Voluntarios del China Open 500 de Pekín sobre el Sentido de Comunidad de manera posterior al Acontecimiento”. Este segundo bloque estaba conformado por seis dimensiones: Consideración Administrativa, Intereses Comunes, Equidad en las Decisiones Administrativas, Oportunidades de Liderazgo, Espacios Sociales y Competitividad - con un total de 21 ítems (Kerwin et al., 2015; Warner et al., 2013; Warner & Dixon, 2011, 2013).

La intención futura como uno de los componentes de la lealtad hacia la continuidad como voluntario deportivo, fue estructurada en torno a dos grandes dimensiones para su posterior formulación en forma de ítems. Basándonos en los trabajos de Alexandris et al. (2002, 2004), Carpenter et al. (1993) y Scanlan et al. (1993), se adaptó al contexto de la investigación actual la dimensión del compromiso psicológico en torno a un total de cuatro ítems. Por otro lado, dentro de las intenciones futuras y basándonos en los trabajos de Alexandris et al. (2001), Alexandris et al. (2004) y Zeithaml et al. (1996), se adaptó la segunda dimensión de la intención futura o comunicación boca/oído en un total de tres ítems.

Respecto a la escala de respuestas se utilizó la de tipo Likert de siete puntos siendo 1 “muy en desacuerdo” y 7 “muy de acuerdo”, incluyendo una respuesta intermedia de indiferencia o de falta de juicio. De este modo se pretendía obtener una representatividad y libertad de respuestas de los sujetos encuestados (Churchill, 2003). La escala definitiva propuesta se conformó por varios bloques que recogen el conjunto de variables objeto de estudio.

## **2.3. Procedimiento**

La recogida de datos fue realizada una vez finalizado el evento mediante la encuesta personal a pie de calle. Se llevó a cabo en el último día de trabajo, cuando los voluntarios ya tenían la experiencia suficiente para poder valorar los aspectos sobre los que se les preguntaba. Se buscó realizar el encuentro con éstos en lugares o momentos en los cuales se mostraban más favorables a la realización de la encuesta, como zonas de descanso, cafeterías, etc. (Kim et al., 2015; Sánchez-Sáez et al., 2018).

## **2.4. Análisis estadístico**

Para el presente estudio se utilizaron técnicas estadísticas de Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), para dicho análisis se ha utilizado el paquete estadístico de SPSS 21 y EQS 6.1, en su versión para Windows. Se pretendía establecer la idoneidad de la “Escala de percepción de los voluntarios del China Open 500 de Pekín sobre el Sentido de Comunidad e intención futura”.

### 3. Resultados

El análisis factorial exploratorio realizado a la escala de medida para la percepción del sentido de la comunidad, permitió extraer seis factores (Tabla 2), la práctica totalidad de las cargas están por encima de 0,5. Esto nos permite mantener las variables dentro de su factor. Este análisis factorial también nos permite extraer un único factor que explica el 47,7% de la varianza de los 21 ítems que componen esta escala. El coeficiente  $\alpha$  Cronbach toma un valor de 0,934 lo que garantiza la fiabilidad de la escala. Los resultados del determinante son inferiores al 0,05, la prueba de esfericidad es significativa (\*\*\*)  $p < .001$ .) y el índice KMO es notable.

Tabla 2. Análisis factorial exploratorio del sentido de comunidad.

Variable	Factor 1 SC_Consi.Admi	Factor 2 SC_Inte.Co	Factor 3 SC_Equi.Deci. Admi	Factor 4 SC_Opor.Lide	Factor 5 SC_Espa.Soci	Factor 6 SC_Compe
SC_Consi.Admi1	,725					
SC_Consi.Admi2	,491					
SC_Consi.Admi3	,639					
SC_Consi.Admi4	,493					
SC_Inte.Co1		,786				
SC_Inte.Co2		,622				
SC_Inte.Co3		,865				
SC_Equi.Deci.Admi1			,863			
SC_Equi.Deci.Admi2			,502			
SC_Equi.Deci.Admi3			,772			
SC_Opor.Lide1				,774		
SC_Opor.Lide2				,790		
SC_Opor.Lide3				,775		
SC_Opor.Lide4				,864		
SC_Espa.Soci1					,841	
SC_Espa.Soci2					,857	
SC_Espa.Soci3					,563	
SC_Espa.Soci4					,533	
SC_Compe1						,881
SC_Compe2						,859
SC_Compe3						,888
% varianza explicada				47.751		
% acumulado de varianza explicada				47.751		
$\alpha$ Cronbach				,934		
número de ítems				21		
determinante de la Matriz de correlaciones				0,0380		
prueba de Esfericidad de Bartlett $\chi^2$ (3)				5914,380***		
índice KMO				,815		

\* $p < .05$ ; \*\* $p < .01$ ; \*\*\* $p < .001$ .

En el caso de la escala de medida para la lealtad o intención de continuar con el voluntariado (Tabla 3), el análisis factorial permite obtener dos factores, se explica el 53,891% de la varianza de los siete ítems que componen el instrumento de medida. Igualmente se observa que las cargas factoriales son superiores a 0,5 y el coeficiente  $\alpha$  Cronbach toma un valor de 0,826, respaldando la fiabilidad de la escala. El índice KMO presenta un valor mediano de 0,768, al igual que el determinante y la prueba de esfericidad de Bartlett, con índice significativo al 100%.

Tabla 3. Análisis factorial exploratorio de la lealtad de voluntarios.

Variable	Factor 1 Lal_CP	Factor 2 Lal_BO
Lal_CP1	,788	
Lal_CP2	,498	
Lal_CP3	,658	
Lal_CP4	,679	
Lal_BO1		,924
Lal_BO2		,910
Lal_BO3		,902
% varianza explicada	53,891	
% acumulado de varianza explicada	53,891	
$\alpha$ Cronbach	,826	
número de ítems	7	
determinante de la Matriz de correlaciones	0,008	
prueba de Esfericidad de Bartlett	1714,111***	
$\chi^2$ (3)		
índice KMO	,768	

\*p<.05; \*\*p<.01; \*\*\*p<.001.

Como se puede observar en la tabla 4 los procedimientos realizados en las sucesivas etapas nos llevan a mejores índices de ajuste del modelo de percepción del sentido de la comunidad. Podemos constatar que en la etapa 2 o modelo final, los índices de ajuste CFI y NNFI se encuentran por encima de los valores de referencia (.90) y que los índices de ajuste RMSEA y SRMR se encuentran por debajo de los valores de referencia (0.08 y 0.05, respectivamente), lo que indica un buen ajuste del modelo. Por último, ya se indicó anteriormente en relación al chi-cuadrado, que es posible verificar este índice como significativo.

Tabla 4. Análisis factorial confirmatorio del sentido de comunidad. Etapas 1 y 2.

Medidas de bondad del ajuste	Valor Óptimo	Etapas 1	Etapas 2
<b>MEDIDAS DE AJUSTE ABSOLUTO</b>			
Satorra – Bentler	*p>.05; **	1329.8810***(146)	605.1403***(130)
$\chi^2$ (g.l.) <sup>1</sup>	p>.01; ***p>.001		
McDonald (MFI) <sup>2</sup>	>.90	.761	.650
SRMR	<.05	.048	.040
RMSEA (90% I.C.) <sup>2</sup>	<.05<.08	.091 (.087-.095)	.043 (.038-.047)
<b>MEDIDAS DE AJUSTE INCREMENTAL</b>			
Bentler – Bonett Normed FIT index <sup>2</sup>	Escoger el mayor	.870	.938
Bentler – Bonett non – normed FIT index <sup>2</sup>	Escoger el mayor	.839	.911
CFI <sup>2</sup>	Próx a 1	.825	.933
Bollen (IFI) <sup>2</sup>	Próx a 1	.863	.901

Nota: 1 – Robust; 2 – Scaled Chi-Square (Yuan-Bentler); \*p<.05; \*\*p<.01; \*\*\*p<.001.  
Etapa 1 – Modelo propuesto; Etapa 2 – Introducción de parámetros.



El análisis de LM test mostró que la introducción de covarianzas entre los errores de medida conduciría a disminuciones significativas del índice chi-cuadrado. En este sentido se introdujeron tres covarianzas entre errores de medida de los indicadores. Finalmente se procedió al análisis del Wald test que indicó el mantenimiento de todos los parámetros estimados.

Como se puede apreciar en la tabla 5 los procedimientos realizados en las dos etapas nos llevan a mejores índices de ajuste del modelo de lealtad. Podemos constatar que en la etapa 2 o modelo final, los índices de ajuste CFI y NNFI se encuentran por encima de los valores de referencia (.90) y que los índices de ajuste RMSEA y SRMR se encuentran por debajo de los valores de referencia (0.08 y 0.05, respectivamente), lo que indica un buen ajuste del modelo. Por último, ya señalamos anteriormente en relación al chi-cuadrado, que es posible verificar este índice como significativo.

Tabla 5. Análisis factorial confirmatorio de lealtad de los voluntarios. Etapas 1 y 2.

Medidas de bondad de ajuste	Valor Óptimo	Etapas 1	Etapas 2
<i>Medidas de ajuste absoluto</i>			
Satorra-Bentler $\chi^2$ (g.l.) <sup>1</sup> es > ó <	*p> .05; **p>.01;***p>.001	2821.6782***(547)	872.1260***(470)
McDonald (MFI) <sup>2</sup>	>.90	.244	.572
SRMR	<.05	.080	.056
RMSEA (90% I.C.) <sup>2</sup>	<.05 <.08	.070 (.067 - .074)	.040 (.036 - .044)
<i>Medidas de ajuste incremental</i>			
Bentler – Bonett Normed Fit Index <sup>2</sup>	Escoger el mayor	.848	.899
Bentler – Bonett Non - Normed Fit Index <sup>2</sup>	Escoger el mayor	.896	.905
CFI <sup>2</sup>	Próximo a 1	.815	.905
Bollen (IFI) <sup>2</sup>	Próximo a 1	.817	.906

Nota: 1 – Robust; 2 – Scaled Chi-Square (Yuan-Bentler); \*p<.05; \*\*p<.01; \*\*\*p<.001.

La solución estandarizada obtenida (ver coeficientes  $\beta$  representado en la figura 1) permite verificar que casi todas variables independientes presentan un impacto positivo y significativo con en el factor intención futura o lealtad como voluntario deportivo. El factor que presenta un mayor impacto sobre la lealtad es la percepción hacia el interés común ( $\beta= .56$ ), seguido de la percepción de la competitividad ( $\beta= .49$ ). Los factores que menor impacto tiene sobre la intención futura son la percepción de la equidad de las decisiones ( $\beta= .19$ ) y la percepción de oportunidad de liderazgo ( $\beta= .21$ ). No obstante, hay un factor que no presenta impacto sobre la lealtad futura, es la percepción de las consideraciones administrativas ( $\beta= .09$ ). Entre los seis factores explican el 69% de la varianza del factor lealtad.

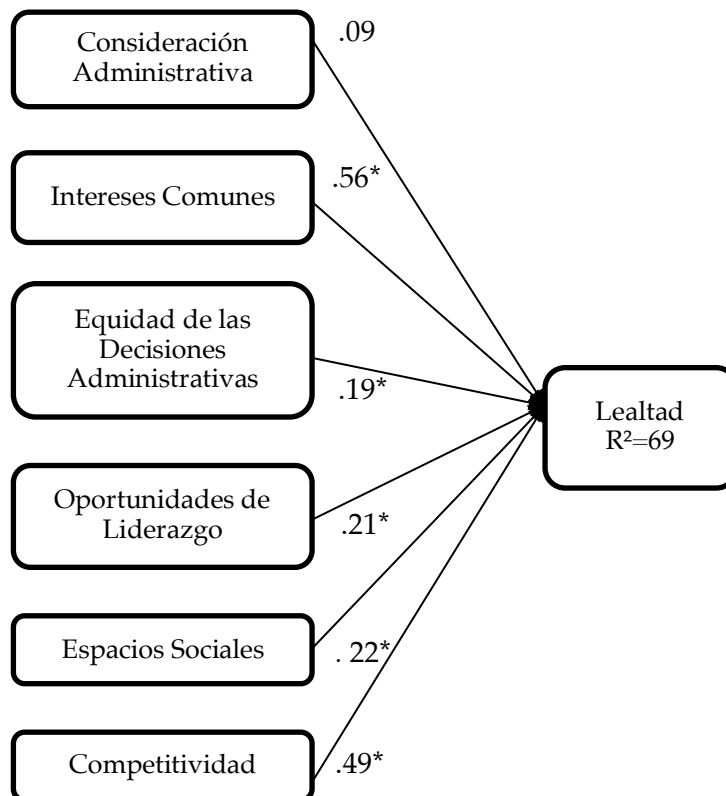


Figura 1. Modelo estructural entre sentido de comunidad y lealtad.

Nota: \* $p < .05$ .

#### 4. Discusión

Tras los resultados obtenidos, el presente estudio se encuentra alineado con investigaciones previas como las de Chang et al. (2016), McMillan y Chavis (1986) y Rego y Cunha (2008); en ellas el sentido de comunidad se ha asociado con resultados psicológicos positivos como el compromiso de continuidad, la lealtad como miembros de la comunidad y con un compromiso psicológico. Esta fidelidad podría hacer que el voluntario viva más intensamente todas y cada una de las experiencias que giran en torno al evento (Arroba-Jaroso et al., 2021); y de este modo conseguir incrementar la calidad del servicio y ser más competitivos en el mercado (Cavas-García, et al., 2018).

El resultado de la relación entre el sentido de comunidad y lealtad se encuentra en consonancia con las investigaciones de Omoto y Snyder (2002) y Okun y Michel (2006), donde no existe una relación obligatoria entre los voluntarios y los receptores de servicios u organizadores, por lo que los voluntarios con un fuerte sentido de comunidad pueden estar dispuestos a volver a ser voluntarios debido a su apego a la organización. El modelo teórico propuesto confirma que la percepción de sentido de comunidad podría ser un antecesor a la lealtad.

Parece haber una tendencia hacia el estudio del sentido de la comunidad virtual en el trabajo y su papel en el ámbito laboral y la gestión se está teniendo en cuenta gradualmente. Se ha manifestado,

al igual que afirma Chang et al. (2016), que el sentido de comunidad virtual puede ayudar a las organizaciones a establecer una plataforma de interacción entre los voluntarios más rápida y realizar la construcción de una comunidad laboral. En la presente investigación, en cuanto a la dimensión del espacio social, los recursos virtuales (por ejemplo, grupo en WeChat) facilitan las relaciones entre voluntarios y también mejoraron la lealtad y la intención futura de ser voluntarios. Este resultado está en consonancia con la sugerencia de Lee et. al (2016), según las cuales las interacciones sociales de los voluntarios deportivos afectan significativamente a la comunicación entre los miembros, además, pueden predecir la intención de los voluntarios de repetir el voluntariado, así como difundir una corriente positiva por medio de la comunicación boca/oído a los voluntarios potenciales.

Los resultados obtenidos en la fase empírica confirman que el impacto de la gestión del voluntariado en eventos deportivos sobre la lealtad del voluntario puede actuar como una variable intermediaria a través del sentido de comunidad de estos.

## 5. Conclusiones

Podemos afirmar que la hipótesis formulada al inicio “Una mayor percepción del sentido de comunidad de los voluntarios del China Open 500, lleva a una mayor lealtad de los mismos” se confirma casi en su totalidad. En la medida en que se cumplen todas las dimensiones, percepción de los intereses comunes, percepción de la equidad de las decisiones administrativas, percepción de las oportunidades de liderazgo, percepción de los espacios sociales y percepción de la competitividad, éstas influyen de forma positiva sobre la intención de seguir siendo voluntarios e influir en los demás. Sin embargo, la percepción de consideración administrativa no alcanza los valores mínimos para influir sobre la lealtad como voluntario.

## 6. Aplicaciones prácticas

Mediante la información arrojada por la presente investigación, los gestores deportivos y en concreto los organizadores de eventos deportivos podrían diseñar programas concretos de formación de voluntariado con la finalidad de aumentar la probabilidad de que estos tengan una intención futura de continuidad o de tasa de repetición de su voluntariado. De esta forma, aspectos fundamentales serían propiciar un sentido de comunidad y tener una consideración individualizada.

## 7. Referencias

- Aaker, D. A. & Day, G. S. (1989). *Investigación de mercados*. McGraw-Hill.
- Agha, N. & Taks, M. (2015). A theoretical comparison of the economic impact of large and small events. *International Journal of Sport Finance*, 10, 103-121.
- Alexandris, K., Dimitriadis, D. & Kasiara, A. (2001). Behavioural consequences of perceived service quality: An exploratory study in the context of private fitness clubs in Greece. *European Sport Management Quarterly*, 1(4), 251-280.

- Jia, R., Sánchez-Sáez, J.A., & Maciá-Andreu, M.J., Gallardo-Guerrero, A. & Segado-Segado, F. (2023). El sentido de comunidad como precursor del voluntariado deportivo. El caso del China Open 500. *Journal of Sports Economics & Management*, 13, 35-53.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsormpatzoudis, Ch. & Grouios, G. (2002). Testing the sport commitment model in the context of exercise and fitness participation. *Journal of Sport Behavior*, 25(3), 217-231.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C. & Grouios, G. (2004). An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European Sport Management Quarterly*, 4(1), 36-52. <https://doi.org/10.1080/16184740408737466>
- Añó, V. (2003). *Organización y gestión de actividades deportivas. Los grandes eventos*. Inde Publicaciones.
- Añó, V. (2011). *Organización de eventos y competiciones deportivas*. Universitat de Valencia Servei de publicacions.
- Ap, J. (1992). Resident's perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Arroba-Jaroso, T., Gea-García, G. M., Sánchez-Sáez, J. A., & Conde-Pascual, E. (2021). Fan identification as a precursor of loyalty towards a football team. A systematic review. *Journal of Sports Economics & Management*, 11(1), 22-60.
- Babiak, K. & Wolfe, R. (2006). More than just a game? Corporate social responsibility and Super Bowl XL. *Sport Marketing Quarterly*, 15(4), 214-222.
- Bae J., Lam E. T. & Lee H. G. (2016). Motivation of South Korean volunteers in international sports: A confirmatory factor analysis. *International Journal of Volunteer Administration*, 32(1), 1-19.
- Bae, S., Lee, H. G. & Massengale, D. (2011). Motivation of volunteers in college sports: gender and employment comparison among college students. *Journal of Contemporary Athletics*, 5(4), 273-289.
- Bakhsh, J. T., Lachance, E. L., Thompson, A. & Parent, M. M. (2021). Outcomes of the sport event volunteer experience: examining demonstration effects on first-time and returning volunteers. *International Journal of Event and Festival Management*, 12(2), 168-183. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2020-0057>
- Bang, H. & Ross, S. D. (2009). Volunteer Motivation and Satisfaction. *Journal of Venue and Event Management*, 1(1), 61-77.
- Barajas, A., Salgado, J. & Sánchez, P. (2012). Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos. *Estudios de Economía Aplicada*, 30(2), 441 - 462.
- Barget, E. & Gouguet, J. J. (2007). The total economic value of sporting events theory and practice. *Journal of Sports Economics*, 8(2), 165-182. <https://doi.org/10.1177/1527002505279349>
- Barraza, J. A. (2011). Positive emotional expectations predict volunteer outcomes for new volunteers. *Motivation and Emotion*, 35(2), 211-219. <https://doi.org/10.1007/s11031-011-9210-4>
- Boyd, N. M. & Nowell, B. (2013). Psychological Sense of Community: A New Construct for the Field of Management. *Journal of Management Inquiry*, 23(2), 107-122. <https://doi.org/10.1177/1056492613491433>

- Jia, R., Sánchez-Sáez, J.A., & Maciá-Andreu, M.J., Gallardo-Guerrero, A. & Segado-Segado, F. (2023). El sentido de comunidad como precursor del voluntariado deportivo. El caso del China Open 500. *Journal of Sports Economics & Management*, 13, 35-53.
- Boyd, N. & Nowell, B. (2017). Testing a theory of sense of community and community responsibility in organizations: An empirical assessment of predictive capacity on employee well-being and organizational citizenship. *Journal of Community Psychology*, 45(2), 210-229. <https://doi.org/10.1002/jcop.21843>
- Boyer, L., Musso, D., Barreau, G., Collas, L. B., & Addadl, A. (2007). Organising a major sport event. En J. Camy & L. Robinson (Eds.), *Managing Olympic Sport Organisations* (pp. 279-344). Human Kinetics.
- Brotons, J. M. & Molina, J. (2011). *Manual de Gestión del Voluntariado en las organizaciones deportivas de la Comunitat Valenciana*. Fundación deportiva Municipal de Valencia. <Tps://www.fdmvalencia.es/wp-content/uploads/2013/04/manual-voluntariado1.pdf>
- Carey, M., Mason, D. S., & Misener, L. (2011). Social Responsibility and the Competitive Bid Process for Major Sporting Events. *Journal of Sport and Social Issues*, 35(3), 246-263. <https://doi.org/10.1177/0193723511416985>
- Carpenter, P., Scanlan, T., Simons, J., & Lobel, M. (1993). A test of the sport commitment model using structural equation modeling. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 15(2), 119-133. <https://doi.org/10.1123/jsep.15.2.119>
- Cavas-García, F., Díaz-Suárez, A., & Martínez-Moreno, A. (2018). Lealtad de los clientes de un campo de golf. Un estudio de caso. *Journal of Sports Economics & Management*, 8(2), 100-106.
- Chang, H., Hsieh, P., & Fu, C. (2016). The mediating role of sense of virtual community. *Online Information Review*, 40(7), 882-899. <http://dx.doi.org/10.1108/OIR-09-2015-0304>.
- Cheung, F. Y. L., Tang, C. S. K., & Yan, E. C. W. (2006). Factors influencing intention of continue volunteering: A study of older Chinese in Hong Kong. *Journal of Social Service Research*, 32(4), 193-209. [https://doi.org/10.1300/J079v32n04\\_11](https://doi.org/10.1300/J079v32n04_11)
- Churchill, G. A. (2003). *Investigación de mercados*. International Thomson Editores.
- Cicognani, E., Pirini, C., Keyes, C., Joshanloo, M., Rostami, R., & Nosratabadi, M. (2008). Social Participation, Sense of Community and Social Well Being: A Study on American, Italian and Iranian University Students. *Social Indicators Research*, 89, 97-112. <https://doi.org/10.1007/s11205-007-9222-3>
- Costa, C. A., Chalip, L., Green, B. C., & Sime, C. (2006). Reconsidering the role of training in event volunteers' satisfaction. *Sport Management Review*, 9(2), 165-182. [https://doi.org/10.1016/s1441-3523\(06\)70024-9](https://doi.org/10.1016/s1441-3523(06)70024-9)
- Cueto, R. M., Espinosa, A., Guillén, H. & Seminario, M. (2016). Sentido de Comunidad Como Fuente de Bienestar en Poblaciones Socialmente Vulnerables de Lima, Perú. *Psykhé*, 25(1), 1-18. <https://doi.org/10.7764/psykhe.25.1.814>
- Cuskelly, G., Hoye, R., & Auld, C. (2006). *Working with volunteers in sport: Theory and practice*. Routledge.
- Daigo, E. & Filo, K. (2020). Using a sport event to create a sense of community: Charity sport event manager perspectives. *Event Management*, 24(1), 57-74. <https://doi.org/10.3727/152599519x15506259856039>
- Davis-Smith, J. (1998). *The 1997 national survey of volunteering*. Institute for Volunteering Research.

- Jia, R., Sánchez-Sáez, J.A., & Maciá-Andreu, M.J., Gallardo-Guerrero, A. & Segado-Segado, F. (2023). El sentido de comunidad como precursor del voluntariado deportivo. El caso del China Open 500. *Journal of Sports Economics & Management*, 13, 35-53.
- Desbordes, M. (2000). *Gestion du sport*. Éditions Vigot.
- Desbordes, M. & Falgoux, J. (2006). *Gestión y organización de un evento deportivo*. Inde Publicaciones.
- Dickson, G., Hallmann, K., & Phelps, S. (2017). Antecedents of a sport volunteer's sense of community. *Int. J. Sport Management and Marketing*, 17(1/2), 71–93. <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2017.083983>
- Doherty, B., Haugh, H., & Lyon, F. (2014). Social Enterprises as Hybrid Organizations: A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 16(4), 417–436. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12028>
- Ellaway, A., Macintyre, S., & Kearns, A. (2001). Perceptions of place and health in socially contrasting neighborhoods. *Urban Studies*, 38(12), 2219–2316. <https://doi.org/10.1080/00420980120087171>
- Fairley, S. & Tyler, B. D. (2012). Bringing baseball to the big screen: Building sense of community outside of the ballpark. *Journal of Sport Management*, 26(3), 258-270. <https://doi.org/10.1123/jism.26.3.258>
- Ferrand, A. & Chanavat, N. (2006). *How to manage human resources: Guidebook for the management of sport event volunteers*. IDHEAP.
- Fisher, T., Sonn, C., & Bishop, J. (2002). *Psychological sense of community: Research, applications, and implications*. Plenum Press.
- Galindo-Kuhn, R. & Guzley, R. M. (2002). The volunteer satisfaction index: Construct definition, measurement, development, and validation. *Journal of Social Service Research*, 28(1), 45–68. [https://doi.org/10.1300/j079v28n01\\_03](https://doi.org/10.1300/j079v28n01_03)
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D., Andersson, T., & Larson, M. (2007). Festival stakeholder roles: Concepts and case studies. *Event Management*, 10(2), 103-22. <https://doi.org/10.3727/152599507780676689>
- Gratton, C., Dobson, N., & Shibli, S. (2000). The economic importance of major sports events: A case-study of six events. *Managing Leisure*, 5, 17-28. <https://doi.org/10.1080/136067100375713>
- Gresser, B. & Bessy, O. (1999). *Le management d'un événement sportif*. Editions d'Organisation.
- Guillet, E., Sarrazin, P., Carpenter, P., Trouilloud, D., & Cury, F. (2002). Predicting persistence or withdrawal in female handballers with social exchange theory. *International Journal of Psychology*, 37(2), 92-104. <https://doi.org/10.1080/00207590143000243>
- Gursoy, D. & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events. Modelling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1999). *Análisis multivariante*. Prentice Hall.
- Hayton, J. (2015). Sports Volunteering on University-Led Outreach Projects: A Space for Developing Social Capital? *Journal of Sport and Social Issues*, 40(1), 38-61. <https://doi.org/10.1177/0193723515576598>

- Jia, R., Sánchez-Sáez, J.A., & Maciá-Andreu, M.J., Gallardo-Guerrero, A. & Segado-Segado, F. (2023). El sentido de comunidad como precursor del voluntariado deportivo. El caso del China Open 500. *Journal of Sports Economics & Management*, 13, 35-53.
- Heller, K. (1989). The return to community. *American Journal of Community Psychology*, 17(1), 1-15. <https://doi.org/10.1007/BFO0931199>
- Holmes, K., Paull, M., Haski-Leventhal, D., MacCallum, J., Omari, M., Walker, G., Scott, R., Young, S., & Maher, A. (2020). A continuum of University student volunteer programme models. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/1360080X.2020.1804658>
- Hoye, R., Cuskelly, G., Auld, C., Kappelides, P. & Misener, K. (2019). *Sport volunteering*. Routledge.
- International Labour Organisation (2011). *Manual on the measurement of volunteer work*. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/publication/wcms\\_162119.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/publication/wcms_162119.pdf)
- Kerwin, S., Warner, S., Walker, M., & Stevens, J. (2015). Exploring sense of community among small-scale sport event volunteers. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 77-92. <https://doi.org/10.1080/16184742.2014.996581>
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21–32. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.015>
- Koutrou, N. (2018). The Impact of the 2010 Women's Rugby World Cup on Sustained Volunteering in the Rugby Community. *Sustainability*, 10(4), 1030. <https://doi.org/10.3390/su10041030>
- Lachance, E. L., Bakhsh, J. T., Thompson, A., & Parent, M. M. (en prensa). What predicts the sport event volunteer experience? Examining motivation, satisfaction, commitment, and sense of community. *Event Management*. <https://doi.org/10.3727/152599521X16106577965107>
- Lachance, E. L. & Parent, M. M. (2020). The volunteer experience in a para-sport event: An autoethnography. *Journal of Sport Management*, 34(2), 93–102. <https://doi.org/10.1123/jsm.2019-0132>
- Lee, Y., Kim, M., & Koo, J. (2016). The impact of social interaction and team member exchange on sport event volunteer management. *Sport Management Review*, 19(5), 550-562. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2016.04.005>.
- Legg, E., Wells, M., Newland, A., & Tanner, P. (2017). Exploring sense of community in adult recreational tennis. *World Leisure Journal*, 59(1), 39-53. <https://doi.org/10.1080/16078055.2016.1277611>
- Liu, D. (2016). Social impact of major sports events perceived by host community. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 17(1), 78-91. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-02-2016-005>
- Llopis, M. P. & Gil, I. (2011). Un gran evento deportivo: Perspectiva de los residentes de la ciudad de acogida. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 4, 32 -61.
- Ma, S., Ma, S., Wu, J., & Rotherham, I. D. (2013). Host residents' perception changes on major sport events. *European Sport Management Quarterly*, 13(5), 511-536. <https://doi.org/10.1080/16184742.2013.838980>

- Jia, R., Sánchez-Sáez, J.A., & Maciá-Andreu, M.J., Gallardo-Guerrero, A. & Segado-Segado, F. (2023). El sentido de comunidad como precursor del voluntariado deportivo. El caso del China Open 500. *Journal of Sports Economics & Management*, 13, 35-53.
- Ma, S. C. & Rotherham, I. D. (2016). Residents' changed perceptions of sport event impacts: The case of the 2012 Tour de Taiwan. *Leisure Studies*, 35(5), 616–637. <http://doi.org/10.1080/02614367.2015.1035313>
- Mao, L. L. & Huang, H. (2016). Social impact of Formula One Chinese Grand Prix: A comparison of local residents' perceptions based on the intrinsic dimension. *Sport Management Review*, 19(3), 306–318. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2015.08.007>
- McCole, D. (2006). Sense of community among summer camp staff members. *Paper presented at the 8th Biennial Research Symposium for Coalition for Education in the Outdoors Conference*. Bradford Woods.
- McCole, D., Jacobs, J., Lindley, B., & McAvoy, L. (2012). The Relationship Between Seasonal Employee Retention and Sense of Community: The Case of Summer Camp Employment. *Journal of Park and Recreation Administration*, 30(2), 85-101.
- McMillan, D. W. & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14, 6-23. [https://doi.org/10.1002/1520-6629\(198601\)14:1<6::AID-JCOP2290140103>3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/1520-6629(198601)14:1<6::AID-JCOP2290140103>3.0.CO;2-I)
- Miranti, R. & Evans, M. (2018). Trust, sense of community, and civic engagement: Lessons from Australia. *Journal of Community Psychology*, 47(2), 254-271. <https://doi.org/10.1002/jcop.22119>
- Montero, M. (2004). *Introducción a la psicología comunitaria. Desarrollo, conceptos y procesos*. Editorial Paidós.
- Nowell, B. & Boyd, N. (2010). Viewing community as responsibility as well as resource: deconstructing the theoretical roots of psychological sense of community. *Journal of Community Psychology*, 38(7), 828 - 841. <https://doi.org/10.1002/jcop.20398>
- Öğüt, E., Yenel, F., & Kocamaz, S. (2003). The reasons for and the benefits of participation of the volunteers in turkish sport federations: an evaluation related to serious leisure theory. *Pamukkale Journal of Sport Science*, 4(1), 48-76.
- Okun, M. A., & Michel, J. (2006). Sense of community and being a volunteer among the young-old. *Journal of Applied Gerontology*, 25(2), 173-188.
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A behavioural perspective on the consumer*. McGraw Hill.
- Open China (2020). Extraído el 27-09-2020. <http://www.chinaopen.com/en/eventprofile/index.shtml>
- Omoto, A. M., & Snyder, M. (2002). Considerations of community: The context and process of volunteerism. *American Behavioral Scientist*, 45, 846-867. <https://doi.org/10.1177/0002764202045005007>.
- Parent, M. M. (2015). The Organizing Committee's Perspective. En M. M. Parent & J. L. Chappelet (Eds.), *Routledge Handbook of Sports Event Management* Routledge (pp. 43-64). Routledge.
- Parent, M., & Chappelet, J. L. (Eds.) (2015). *Conclusions and future directions for sport event management scholarship*. En M. Parent & J. L. Chappelet, Routledge Handbook of Sports Event Management, London:Routledge.



- Jia, R., Sánchez-Sáez, J.A., & Maciá-Andreu, M.J., Gallardo-Guerrero, A. & Segado-Segado, F. (2023). El sentido de comunidad como precursor del voluntariado deportivo. El caso del China Open 500. *Journal of Sports Economics & Management*, 13, 35-53.
- Parent, M. M. & Séguin, B. (2007). Factors that led to the drowning of a World Championship Organizing Committee: A stakeholder approach. *European Sport Management Quarterly*, 7(2), 187-212. <https://doi.org/10.1080/16184740701353372>
- Parra, D., Calabuig, F., Añó, V., Ayora, D., & Núñez-Pomar, J. M. (2014). El impacto de un evento deportivo mediano: percepción de los residentes de la comunidad de acogida. *Retos. Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 26, 88-93. <https://doi.org/10.47197/retos.voi26.34407>
- Parra, D., Elasri, A., Triadó, X., & Aparicio, P. (2016). Análisis de la relación entre los beneficios y los costes percibidos y la satisfacción del residente con la celebración de un evento deportivo: efecto mediador del valor percibido. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(3), 59-63.
- Pauline, G. (2011). Volunteer Satisfaction and Intent to Remain: An Analysis of Contributing Factors Among Professional Golf Event Volunteers. *International Journal of Event Management Research Volume*, 6(1), 10-32.
- Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., & Schroeder, D. A. (2005). Prosocial Behavior: Multilevel perspectives. *Annual Review of Psychology*, 56, 365-392. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.56.091103.070141>
- Prezza, M., Amici, M., Roberti, T., & Tedeschi, C. (2001). Sense of community referred to the whole town: Its relations with neighboring, loneliness, life satisfaction and area of residence. *Journal of Community Psychology*, 29, 29-52. [https://doi.org/10.1002/1520-6629\(200101\)29:1<29::AID-JCOP3>3.0.CO;2-C](https://doi.org/10.1002/1520-6629(200101)29:1<29::AID-JCOP3>3.0.CO;2-C)
- Ravanal, V. M. (2006). *El enfoque comunitario. El desafío de incorporar a la comunidad en las intervenciones sociales*. Universidad de Chile.
- Rego, A., & Cunha, M. (2008). Workplace Spirituality and Organizational Commitment: An Empirical Study. *Journal of Organizational Change*
- Reid, S. (2011). Event stakeholder management: Developing sustainable rural event practices. *International Journal of Event and Festival Management*, 2(1), 20-36. <https://doi.org/10.1108/17582951111116597>
- Roche, M. (2000). *Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. Routledge.
- Royce, M. (2007). Using human resource management tools to support social enterprise emerging themes from the sector. *Social Enterprise Journal*, 3(1), 10-19. <https://doi.org/10.1108/17508610780000718>
- Rozmiarek, M., Poczta, J., & Malchrowicz-Mosko, E. (2021). Motivations of Sports Volunteers at the 2023 European Games in Poland. *Sustainability*, 13(11), 6406. <https://doi.org/10.3390/su13116406>
- Sánchez, A. (2007). *Manual de Psicología Comunitaria. Un enfoque integrado*. Pirámide.
- Sánchez, J. A. (2019). Los eventos deportivos como instrumento de desarrollo local. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 14(41), 91-92.
- Sánchez-Sáez, J. A. (Ed.) (2021). *Eventos Deportivos Socialmente Responsables. Una vía sostenible de gestión deportiva*. Tirant Lo Blanch.

- Jia, R., Sánchez-Sáez, J.A., & Maciá-Andreu, M.J., Gallardo-Guerrero, A. & Segado-Segado, F. (2023). El sentido de comunidad como precursor del voluntariado deportivo. El caso del China Open 500. *Journal of Sports Economics & Management*, 13, 35-53.
- Sánchez-Sáez, J. A., Segado, F., Calabuig-Moreno, F., & Gallardo, A. M. (2020). Measuring Residents' Perceptions of Corporate Social Responsibility at Small- and Medium-Sized Sports Events. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(23), 8798. <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph17238798>
- Sánchez-Sáez, J. A., Segado-Segado, F., & Vidal, A. (2018). Los eventos deportivos socialmente responsables como motor del desarrollo local. *Journal of Sports Economics & Management*, 8(3), 172-186.
- Sarmiento, J. P. (2002). *Gestão de eventos desportivos. Relatório da disciplina de organização e gestão do desporto* (Relatório para concurso público para Professor Associado). Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física.
- Scanlan, T., Simons, J., Carpenter, P., Schmidt, G., & Keeler, B. (1993). The sport commitment model: Measurement development for the youth-sport domain. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 15 (1), 16-38. <https://doi.org/10.1123/jsep.15.1.16>
- Strigas, A. D. & Jackson, N. E. (2003). Motivating volunteers to serve and succeed: Design and results of a pilot study that explores demographics and motivational factors in sport volunteerism. *International Sports Journal*, 7(1), 112-123.
- Studer, S. & von Schnurbein, G. (2013). Organizational factors affecting volunteers: A literature review on volunteer coordination. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 24(2), 403-440. <https://doi.org/10.1007/s11266-012-9268-y>
- Taek, S. & Sil, J. (2006). Host population perceptions of the impact of megaevents. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(4), 407-421. <https://doi.org/10.1080/10941660600931259>
- Taks, M., Green, B., Misener, L., & Chalip, L. (2014). Evaluating sport development outcomes: The case of a medium-sized international sport event. *European Sport Management Quarterly*, 14(3), 213-237. <https://doi.org/10.1080/16184742.2014.882370>
- Thomas, J. R. & Nelson, J. K. (2007). *Métodos de investigación en actividad física*. Editorial Paidotribo.
- Tsiotsou, R. H. & Alexandris, K. (2009). Delineating the outcomes of sponsorship: sponsor image, word of mouth, and purchase intentions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 37(4), 358-369. <https://doi.org/10.1108/09590550910948583>
- Twynam, G., Farrell, J., & Johnston, M. (2002). Leisure and volunteer motivation at a special sporting event. *Leisure/Loisir*, 27(3-4), 363-377. <https://doi.org/10.1080/14927713.2002.9651310>
- Van Den Berg, L., Cuskelly, G., & Auld, C. (2015). A comparative study between Australian and South African university sport students' volunteer motives and constraints: sport management and governance. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance*, 21(Sup.1), 127-141. <https://hdl.handle.net/10520/EJC183677>
- Vetitnev, A. M. & Bobina, N. (2017). Residents' perceptions of the 2014 Sochi Olympic Games. *Leisure Studies*, 36(1), 108-118. <https://doi.org/10.1080/02614367.2015.1105857>
- Warner, S. & Dixon, M. A. (2011). Enhancing the sport experience: Understanding sense of community from an athlete's perspective. *Journal of Sport Management*, 25(3), 257-271. <https://doi.org/10.1123/jsm.25.3.257>

- Jia, R., Sánchez-Sáez, J.A., & Maciá-Andreu, M.J., Gallardo-Guerrero, A. & Segado-Segado, F. (2023). El sentido de comunidad como precursor del voluntariado deportivo. El caso del China Open 500. *Journal of Sports Economics & Management*, 13, 35-53.
- Warner, S. & Dixon, M. A. (2013). Sport and community on campus: Constructing a sports experience that matters. *Journal of College Student Development*, 54(3), 283–298. <https://doi.org/10.1353/csd.2013.0044>
- Warner, S., Kerwin, S., & Walker, M. (2013). Examining sense of community in sport: Developing the multidimensional ‘SCS’ Scale. *Journal of Sport Management*, 27(5), 349–362. <https://doi.org/10.1123/jsm.27.5.349>
- Warner, S. & Leierer, S. (2015). Building community via sport for adolescents. *Journal of Applied Sport Management*, 7(4). <https://doi.org/10.18666/JASM-2015-V7-I4-5994>
- Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport events: Significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events. *Managing Leisure*, 11, 57-70. <https://doi.org/10.1080/13606710500445718>
- Xue, H. & Mason D. S. (2011). The changing stakeholder map of Formula One Grand Prix in Shanghai. *European Sport Management Quarterly*, 11(4), 371-395. <https://doi.org/10.1080/16184742.2011.599205>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46. <https://doi.org/10.2307/1251929>
- Zhuang, J. & Girginov, V. (2012). Volunteer selection and social, human and political capital: A case study of the Beijing 2008 Olympic games. *Managing Leisure*, 17(2–3), 239–256. <https://doi.org/10.1080/13606719.2012.674397>



*Authors retain copyright and guaranteeing the Journal of Sports Economics & Management the right to be the first publication of the work as licensed under a Creative Commons Attribution License 3.0 that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.*

*Authors can set separate additional agreements for non-exclusive distribution of the version of the work published in the journal (eg, place it in an institutional repository or publish it in a book), with an acknowledgment of its initial publication in this journal*