



Universidad
Europea

Inversión en el deporte:

gestión inteligente,
sostenible y global

Coordinadores:

Pablo Burillo

Álvaro Fernández-Luna

Víctor Jiménez Díaz-Benito

Jairo León-Quismondo

2024

INVERSIÓN EN EL DEPORTE: GESTIÓN INTELIGENTE, SOSTENIBLE Y GLOBAL

Coordinadores:

Pablo Burillo

Álvaro Fernández-Luna

Víctor Jiménez Díaz-Benito

Jairo León-Quismondo

ISBN: 978-84-09-62616-8



Escuela Universitaria
Real Madrid
Universidad Europea



XIV Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte
Madrid 2024
Universidad Europea

Inversión en el deporte: gestión inteligente, sostenible y global

Coordinadores:

Pablo Burillo
Álvaro Fernández-Luna
Víctor Jiménez Díaz-Benito
Jairo León-Quismondo

ISBN: 978-84-09-62616-8

© de los textos: sus autores
© de la edición: Consejo COLEF



Esta obra se encuentra bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional
[CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

BIENVENIDA DEL PRESIDENTE DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ECONOMÍA DEL DEPORTE

El año 2024 es año olímpico. Se trata del evento más importante del deporte en el mundo que en esta ocasión tiene a París como epicentro. Es un acontecimiento que congrega la atención de millones de deportistas y seguidores del deporte y complementa otras grandes citas del calendario deportivo: la Eurocopa y la Copa América de selecciones nacionales de fútbol masculino y femenino, la Copa del América de Vela en aguas de la costa barcelonesa, además de las habituales competiciones anuales de los deportes profesionales con mayor atracción mediática, pero también en los deportes minoritarios, la presencia de distintos equipos españoles disputando las finales de competiciones europeas y mundiales, entre otros muchos eventos. Con todo esto no hay inconveniente alguno para decir que el deporte está de moda o, mejor dicho, que el deporte está en la agenda de los grandes acontecimientos deportivos. Las últimas cifras sobre los hábitos deportivos en España señalan que casi la mitad de la población dice que practica deporte de forma regular, aunque la cifra de personas que dice que lo hace tres o más veces por semana es de una tercera parte del total. Mantener o mejorar la forma física, perseguir un mejor bienestar personal o, sencillamente decir que se hace por entretenerse y pasarlo bien, son los principales argumentos de los que practican deporte y hacen actividad física. Estos datos ponen de manifiesto espacios para el crecimiento que es un aspecto que, entre otras cosas, redundará en el mejor estado de salud de la población. Si a esto se le añade el crecimiento de la oferta de centros deportivos para satisfacer la demanda de preparación física, es inmediato llegar a la conclusión de que el sector deportivo vive momentos de gran presencia social y empresarial.

La Sociedad Española de Economía del Deporte (SEED) sigue su camino de consolidación definitiva y, en este sentido, impulsa la celebración de una nueva edición del Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte (CIED) que, en esta oportunidad, se celebra en las instalaciones de la Universidad Europea de Madrid. La aportación que los asociados de la SEED y de todas aquellas otras personas - académicos, consultores y profesionales del sector- que participan en nuestros congresos contribuyen a la transferencia de conocimiento del fenómeno deportivo lo que, en definitiva, supone una relevante contribución al deporte. Bajo el lema genérico “Inversión en el deporte: gestión inteligente, sostenible y global”, el CIED 14 aspira a servir de lugar de encuentro, análisis, debate y propuestas orientadas al reconocimiento de la necesidad de nuevos modelos de gobernanza en un entorno global, sumido en un importante y trascendente cambio tecnológico hacia lo digital que no puede, ni debe, dejar en el olvido las pequeñas cosas y la importancia de lo local y de la proximidad en un entorno en el que el respeto por el medio ambiente, la sostenibilidad económica y la importancia de las personas deben estar en el punto de mira de la toma de decisiones de todos los agentes del sector.

Las ponencias, mesas redondas y taller de investigación responden al lema del congreso e invitan al análisis y el debate de la mano de una selección muy cuidada de los ponentes invitados. El programa de comunicaciones complementa las sesiones plenarias con interesantes aportaciones relativas también a la temática elegida para el congreso, sin olvidar el espacio que, como en cada cita congresual, se reserva para la transferencia de conocimiento de cuantos investigadores y profesionales han enviado sus trabajos para ser defendidos y discutidos en las sesiones paralelas.

La Universidad Europea de Madrid, con la colaboración admirable del Círculo de Gestores de Madrid y el compromiso e implicación de todos los que siguen la actividad de la SEED, ha preparado con gran esmero y cuidado de todos los detalles el congreso CIED. El Comité Organizador, presidido por el profesor Pablo Burillo de la Universidad Europea, y el Comité Científico, liderado por la profesora María José Suárez de la Universidad de Oviedo, son la cabeza visible de los equipos que han trabajado durante los meses previos al congreso para asegurar que, tanto desde el punto de vista material como de contenidos, el CIED cumpla con los objetivos previstos y alcance la cota de excelencia que todo este conglomerado de asociados y seguidores de la SEED merecen.

Carles Murillo
Presidente de la Sociedad Española de Economía del Deporte

BIENVENIDA A CARGO DEL COMITÉ ORGANIZADOR

En nombre de todos los miembros del Comité Organizador, es un honor darles la bienvenida al XIV Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte (CIED14), que se celebrará en la Universidad Europea del 12 al 14 de junio de 2024. Este evento, organizado con el apoyo incondicional de la Sociedad Española de Economía del Deporte (SEED), representa una nueva edición de este prestigioso congreso, consolidado como un referente en el ámbito de la economía y la gestión del deporte en toda Iberoamérica.

Nos llena de orgullo y entusiasmo acoger esta edición del CIED, confiando en la excelencia y el espíritu innovador de la Universidad Europea, una institución que destaca por su compromiso con la investigación, la innovación y la internacionalización. Esperamos que los participantes disfruten de nuestras instalaciones de vanguardia y del ambiente académico estimulante que ofrecemos.

El lema de este año, "Inversión en el Deporte: Gestión Inteligente, Sostenible y Global", refleja nuestra intención de abordar temas cruciales y contemporáneos que están transformando el sector deportivo. La innovación tecnológica y la sostenibilidad no solo presentan desafíos, sino también grandes oportunidades para mejorar la gestión deportiva y su impacto económico y social. Durante estos tres días, exploraremos cómo estas áreas están redefiniendo el panorama deportivo, ofreciendo nuevas perspectivas y soluciones.

El programa del CIED14 incluye más de cien comunicaciones distribuidas en áreas temáticas principales como inversión en el deporte, importancia económica y social de los eventos deportivos, el valor de la marca y del mercado deportivo, la inteligencia artificial y nuevas tecnologías en el deporte o el futuro de las competiciones deportivas. Además, se han organizado mesas redondas y conferencias plenarias con elementos de gran actualidad como la Candidatura de España para la organización de la Copa del Mundo FIFA 2030, o el renovado Estadio Santiago Bernabéu.

Igualmente, queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento al Círculo de Gestores de Madrid, por su apoyo y colaboración desde el inicio, a la Real Federación Española de Fútbol por su patrocinio, al Comité Científico del CIED14, y a todas las instituciones, entidades y mecenas que han hecho posible la realización de este evento. Toda su ayuda ha sido fundamental para el éxito del congreso y para seguir fomentando el crecimiento y desarrollo de la economía del deporte en la comunidad iberoamericana.

Un agradecimiento especial va dirigido a todos los participantes, cuyo entusiasmo y dedicación son el motor de este congreso. Sus investigaciones y aportaciones en las comunicaciones paralelas presentadas son esenciales para el intercambio de conocimientos y el desarrollo de nuevas ideas. Estamos convencidos de que sus presentaciones y debates contribuirán significativamente al avance de nuestra disciplina.

Finalmente, deseamos que disfruten de su estancia en Madrid y que este congreso no solo sea una oportunidad para aprender y compartir, sino también para fortalecer redes y colaboraciones que impulsen el futuro de la economía y la gestión del deporte.

Con la confianza de que esta edición será un éxito rotundo, les damos la más cordial bienvenida al XIV Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte y esperamos que esta experiencia sea enriquecedora y memorable para todos.

Pablo Burillo
Presidente del Comité Organizador

BIENVENIDA A CARGO DEL COMITÉ CIENTÍFICO

Un año más, los investigadores en economía y gestión del deporte de España, Portugal e Iberoamérica tenemos la oportunidad de compartir el estado de nuestras investigaciones e interactuar con el resto de la comunidad científica, profesionales y gestores deportivos, lo que seguro que generará sinergias que enriquecerán nuestro desarrollo profesional.

Las catorce ediciones del Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte ponen de manifiesto la relevancia de una actividad que tiene una vertiente social recreativa, con beneficios para la salud o el bienestar de la población, y también un impacto económico importante.

En esta decimocuarta edición del congreso, que se celebra en la Universidad Europea de Madrid y en la que he tenido el gusto de participar como Presidenta del Comité Científico, se han recibido aproximadamente cien comunicaciones cuyos contenidos muestran la multiplicidad de temas, enfoques y metodologías aplicadas en el ámbito de la economía y la gestión del deporte. Sin ánimo de ser exhaustiva, a continuación os ofrezco algunos ejemplos de las investigaciones que os encontraréis en este volumen de resúmenes.

En el CIED14 se presentan trabajos que estudian desde los deportes más tradicionales y populares, que ya han sido objeto de numerosos análisis en la literatura, como el fútbol o el baloncesto, hasta deportes más minoritarios, como la lucha olímpica, y otros que están despuntando en los últimos años, como es el caso de los deportes urbanos.

Hay una gran diversidad también en los temas objeto de estudio, que comprenden análisis relativos a la estrategia competitiva, el éxito o rendimiento deportivo, el mercado de trabajo de los deportistas profesionales, la gestión de entidades o federaciones, la legislación deportiva, además de otros temas de actualidad, como son aquellos relacionados con los objetivos de desarrollo sostenible y el uso de nuevas tecnologías y aplicaciones en el sector.

No quiero finalizar sin agradecer el trabajo de todos los miembros del comité científico y el apoyo del comité organizador y de la SEED.

Por último, espero que disfrutéis del congreso y que sea fuente de inspiración de nuevas ideas y proyectos de trabajo futuros que permitan seguir avanzando en esta disciplina.

*María José Suárez Fernández
Presidenta del Comité Científico*

MIEMBROS DEL COMITÉ ORGANIZADOR

Presidente:

Pablo Burillo Naranjo (Universidad Europea).

Vicepresidente:

Álvaro Fernández Luna (Universidad Europea).

Secretario:

Víctor Jiménez Díaz-Benito (Universidad Europea).

Vocales:

José Bonal Sánchez (Universidad Europea).

Francisco Javier del Arco Juan (Universidad Europea).

Iyán Iván Baragaño (Universidad Europea).

Mercedes Leguina Ortega (Universidad Europea).

Jairo León Quismondo (Universidad Europea).

Ricardo Macías Pla (Universidad Europea).

Benito Pérez González (Universidad Internacional de La Rioja).

MIEMBROS DEL COMITÉ CIENTÍFICO

Presidenta:

María José Suárez Fernández (Universidad de Oviedo, España).

Secretario:

Jairo León Quismondo (Universidad Europea, España).

Vocales:

Ana Debón Aucejo (Universidad Politécnica de Valencia, España).

Cristina Muñoz Artime (Universidad de Oviedo, España).

David Parra Camacho (Universidad de Valencia, España).

Francisco Cavas García (Universidad de Murcia, España).

James Reade (University of Reading, Reino Unido).

Marta Brosed Lázaro (Universidad Isabel I, España).

Miquel Carreras Simo (Universidad de Girona, España).

Ramón Gómez Chacón (Universidad CEU San Pablo, España).

Rui Biscaia (University of Bath, Reino Unido).

Thiago Santos (Universidade Europeia, Portugal).

Índice

SECCIÓN 1: ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS DEL DEPORTE

23-64

Valoración contingente de un equipo de fútbol: el caso de C.A. Osasuna	25
<i>Jaume García, Fernando Lera, José Manuel Sánchez y María José Suárez</i>	
Valoración personal vs comunitaria de los impactos de los Juegos Parapanamericanos 2023 .	29
<i>David Parra-Camacho; Jose Miguel Vegara Ferri; Gonzalo Bravo; Daniel Duclos Bastías</i>	
Can celebrities help reduce ethnic discrimination? A field experiment	33
<i>Carlos Gomez-Gonzalez</i>	
Formatos no convencionales, Streaming y co-streaming: Influencia en el proceso de transmisión de imagen en el patrocinio	37
<i>Mannuel Alonso Dos Santos, Beicy Viviana Acosta-González, Delia Angelica León Castro, Marcelo Enrique Delgado Guzmán</i>	
Who Wins the Olympic Games? A Regional Perspective	41
<i>Carlos Varela-Quintana and Marta Martínez de Yuso Bondi</i>	
Tokenization in soccer leagues. Is fan engagement for real?.....	45
<i>Pablo Agnese and Yuqing Xiao</i>	
How would self-determination Trans Laws affect to performance and efficiency in Sports? An applied analysis for Athletics	49
<i>Andrés Maroto Sánchez</i>	
Legado e impacto económico 37th America's Cup. Barcelona 2024.....	53
<i>Carles Murillo Fort, Júlia Bosch Bou, Jaume García Villar</i>	
Marsella 2024. Impacto de un gran evento deportivo. Diseño de investigación	57
<i>Morales-Baños, V., Cano-Coyle, L. y Casas, C.</i>	
Valoración del grado de inclusión de un evento deportivo por parte del deportista con discapacidad.....	61
<i>Rómulo Jacobo González García y Carlos Pérez Campos</i>	

SECCIÓN 2: ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS DEPORTIVOS

65-86

Ratio de cobertura movilidad activa en instalaciones y equipamientos deportivos en una zona urbana a escala micro	67
<i>Francisco Cavas García, Alfonso Martínez Moreno, Rodrigo Ibáñez García, Arturo Díaz Suárez</i>	
Los circuitos deportivos de proximidad y la promoción del deporte al aire libre	71
<i>Gerard Xixons Solé</i>	

Análisis exploratorio de alternativas al SBR como relleno técnico en césped artificial 75	
<i>Manuel León, Moisés Minguez, Alba Bajo y Ester López Moya</i>	
El auge de los deportes urbanos..... 79	
<i>Matteo Nicholas Mencuccini</i>	
FSF 2040: Future sports facilities 83	
<i>M^a Luisa Martín-Sánchez, Carlos Serrano Luengo, José Luis Esteban Penelas y Javier Sánchez-Sánchez</i>	

**SECCIÓN 3:
MERCADO DE TRABAJO DEL DEPORTE PROFESIONAL
87-100**

Análisis Preliminar de Factores que Influyen en los Salarios de Futbolistas: Limitaciones y Perspectivas Futuras..... 89	
<i>José Fernández-Alvarez, Angel Barajas y Elena Shakina</i>	
Financial compensation for performance and popularity in professional tennis..... 93	
<i>Pedro García-del-Barrio and James Reade</i>	
Apito final: estratégias e desafios dos atletas de futebol na preparação para a aposentadoria .. 97	
<i>Ricardo César Alves y Daniel Marangon Duffles Teixeira</i>	

**SECCIÓN 4:
ACTIVIDAD FÍSICA EN EL CENTRO DE TRABAJO
101-114**

Fomentando la participación en la actividad física corporativa: el papel fundamental de la satisfacción laboral en grandes empresas 103	
<i>Víctor Jiménez Díaz-Benito, Jairo León-Quismondo, Ricardo Macías Pla, José Bonal</i>	
ACTIVEUNITY: Diseño de un programa de pausas activas y voluntariado corporativo para trabajadores de oficina..... 107	
<i>María Marín-Farrona, Hugo Manso-Sanz, Manuel Carabias y Raquel Aparicio-Mera</i>	
El poder de la actividad física en el lugar de trabajo como herramienta para mejorar las emociones de los trabajadores. El caso de Mahou-San Miguel 111	
<i>José M. Núñez-Sánchez, Carmen Jambrino-Maldonado, Jerónimo García-Fernández, Manuel deDiego-Moreno</i>	

**SECCIÓN 5:
IMPORTANCIA SOCIAL DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA
115-148**

Efectos del ejercicio físico en las fortalezas del estudiante saludable en una universidad de Sevilla..... 117	
<i>Ramón Gómez-Chacón, José M. Núñez-Sánchez, Jesús Molina Gómez, Francisco Javier Moreno-Arrebola</i>	
Efecto en la salud derivado de los trabajos realizados en la tercera edad 121	
<i>Raquel Aparicio-Mera, Gemma Martínez-Torremocha, Antonio Alonso-Callejo y Leonor Gallardo</i>	

Efectos del ejercicio físico en el bienestar emocional del alumnado de ESO y Bachillerato en Murcia	125
<i>Jorge Rico Palao, Antonio José Perán-Orcajada, Nicolás Fernández Martínez y Ramón Gómez-Chacón</i>	
Variables psicológicas según grupo en usuarios de centros deportivos privados	129
<i>Nuria Molina García, Ana Gómez Tafalla, Cristian Gregori Faus</i>	
Relación entre la calidad general, el valor percibido y el impacto social en centros fitness Low Cost	133
<i>Jiménez-Jiménez, P., Parra-Camacho, D., Rodríguez-Rojas, F., González García, R.J.</i>	
Analysis of the validity and reliability of the brand love scale applied to the context of fitness centres	137
<i>Jiménez-Jiménez, P., Pedragosa, V., Alguacil-Jiménez, M., Calabuig-Moreno, F.</i>	
Perceived emotional value by fans of professional basketball clubs in Spain: An approach through WTP	141
<i>José Domingo García Merino, Xabier Mendizabal y Leire San Jose Ruiz de Aguirre</i>	
Impacto social de La Vuelta 2019-2021: Influencia del tamaño de la población y confianza en el gobierno local	145
<i>José Miguel Vegara-Ferri y José María López Gullón</i>	

SECCIÓN 6:
NUEVAS TECNOLOGÍAS Y TENDENCIAS EN EL DEPORTE
149-178

Análisis comparativo del perfil sociodemográfico y deportivo según tipo de corredor que usa apps deportivas	151
<i>Antonio Jesús Bermúdez Cutillas, Silvija Baubonyté, Alejandro Lara-Bocanegra, Salvador Angosto</i>	
Análisis de intención de uso y necesidad de interacción entre estudiantes no usuarios de apps deportivas según género	155
<i>Salvador Angosto, Silvija Baubonyté, Antonio Jesús Bermúdez Cutillas, Francisco José Rodríguez Rojas</i>	
Comparación de los factores influyentes en el uso de apps deportivas según tipo de corredor	159
<i>Antonio Jesús Bermúdez Cutillas, Silvija Baubonyté, José María López Gullón, Salvador Angosto</i>	
Optimización de la Salud en Población Joven mediante Nuevas Tecnologías de Control de la Condición Física	163
<i>Laura Moreno-González, Samuel Manzano-Carrasco, Antonio Hernandez-Martin, Enrique Colino</i>	
Self-service technology: Does its use influence satisfaction, behavioural intentions, and word-of-mouth intention in fitness centres?	167
<i>Helena Ferreira-Barbosa, Vânia Loureiro y Bebian Sabino</i>	
Influencia de las emociones discretas en las valoraciones mediante estrellas de las reseñas online de clientes de Gimnasios	171
<i>Enrique Alcántara Alocover, Jorge García-Unanue, Javier Sánchez-Sánchez y Daniel Duclos-Bastías</i>	

Perceived value, service quality and behavioural intentions: A comparison of customers with and without personal training services.....	175
<i>Helena Ferreira-Barbosa, João Fialbo, Vânia Loureiro y Bebiانا Sabino</i>	

**SECCIÓN 7:
RETOS DE LOS GESTORES DEPORTIVOS**
179-214

An Integrated Framework of Corporate Social Responsibility.....	181
<i>Bingjie Wang</i>	
Relative Age Effect (RAE) and Jensen's governance problem.....	185
<i>Benito Pérez-González; Jose Torres-Pruñonosa, Pablo Burillo y Álvaro Fernández-Luna</i>	
Prácticas de gestión de las federaciones deportivas y su relación con la dimensión social.....	189
<i>Joshua Muñoz, Francesc Solanellas y Francesc Genovard</i>	
Diferencias en las competencias del gestor/a deportivo en entidades públicas y privadas.....	193
<i>Manel Valcarve-Torrente, Virginia Serrano, Pablo Gálvez-Ruiz y Jerónimo García-Fernández</i>	
Gestión del riesgo en entidades deportivas: una revisión de la literatura.....	197
<i>Genovard, Francesc; Solanellas, Francesc y Muñoz, Joshua</i>	
Sport-T-Index: Transparencia y buena gobernanza en el deporte.....	201
<i>Samuel Manzano-Carrasco, José Luis Felipe, Enrique Hernando-Barrio y Jorge García-Unanue</i>	
Validación y fiabilidad de una escala sobre las competencias del gestor/a deportivo	205
<i>Virginia Serrano-Gómez, Nicolás Fernández Martínez, Ainara Bernal García, Manel Valcarve-Torrente</i>	
Global Analysis of Birth Date Distributions and the Relative Age Effect in the 2023 Women's Football World Cup.....	209
<i>Benito Pérez-González, Jairo León-Quismondo, José Bonal y Víctor Jiménez Díaz-Benito</i>	

**SECCIÓN 8:
FUTUROS GESTORES DEPORTIVOS**
213-242

Intenciones de emprendimiento entre los estudiantes de formación profesional deportiva...	215
<i>García-Vallejo, Aurora M. y Pérez-Martínez, Covadonga</i>	
¿Universidad pública o privada? Influencia en el comportamiento emprendedor de los estudiantes de Ciencias del Deporte.....	219
<i>Daniel Ordinaña-Bellver; Carlos Pérez-Campos; María Huertas González-Serrano</i>	
Explorando el camino hacia el empleo: Un estudio sobre el tiempo de ingreso laboral y características de los Graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte que acceden a puestos de gestión deportiva	223
<i>Ainara Bernal-García, Moisés Grimaldi-Puyana, Pablo Gálvez-Ruiz y Andrés Sánchez-García</i>	
Desafíos y oportunidades en la formación de entrenadores personales: Una visión integral desde los estándares académicos hasta la práctica.....	227
<i>Parrilla Montero, Ismael, Iván-Baragaño, Iyán, Burillo, Pablo, Fernández-Luna, Álvaro</i>	
Diferencias en la Satisfacción laboral de titulados en Ciencias de Actividad Física y el Deporte que ejercen la profesión como autónomo o asalariados.....	231
<i>Moisés Grimaldi-Puyana, Ainara Bernal-García, Andrés Sánchez-García y Antonio Muñoz-Lerena</i>	

Intenciones de emprender y barreras al emprendimiento en estudiantes-deportistas de la Universitat de València.....	235
<i>Alberto Vidal-Vilaplana, Manel Reig-Giner, Arturo Díaz-Suárez, Mauricio Javier Córdova- Paredes</i>	
Formando a los futuros gestores del deporte para afrontar los retos globales del siglo XXI: Innovación educativa SOS4ALL	239
<i>Samuel López-Carril, Laura Moreno-González, María Marín-Farrona y Jorge García-Unanue</i>	

**SECCIÓN 9:
DEPORTE Y GÉNERO**
243-272

El papel del género en el uso de aplicaciones de deporte en la recomendación de clientes de centros deportivos	245
<i>Sanchis-Giménez, L., García-Pascual, F., Lluch-Diago, M. y García- Fernández, J.</i>	
Asociación entre el recuerdo espontáneo de marcas comerciales y el sexo en jugadores de esports	249
<i>Iván-Baragaño, I., Leguina, M., Macías, R. & Del Arco, J.</i>	
Desafiando el techo de cristal: ¿Existe una brecha de competencias intraempresariales y de sostenibilidad entre gestoras y gestores deportivos?	253
<i>Ana María Gómez Tafalla, María Huertas González Serrano, Nuria Molina García y Mario Alguacil Jiménez</i>	
Estudio piloto de igualdad efectiva en mujeres deportistas de Lucha Olímpica.....	257
<i>María Carboneros, Ana Blanco Ayala, Luis Martín Martínez</i>	
Percepción de accesibilidad y crecimiento de mujeres deportistas según sus años de experiencia deportiva	261
<i>María Carboneros, Ana Blanco Ayala y José María López Gullón</i>	
Discrepancies in the linking of sport values according to gender: do stereotypes still exist? .	265
<i>Pilar Aparicio-Chueca and Sergio Rodríguez-Rodríguez</i>	
Percepción de barreras en el liderazgo femenino entre estudiantes de Gestión del Deporte. Estudio preliminar en Reino Unido	269
<i>Susana Monserrat-Revilla</i>	

**SECCIÓN 10:
ÉXITO Y RENDIMIENTO DEPORTIVO**
273.-298

Internacionalización de maratones. Un análisis de los casos de Chicago, Valencia y Tokio...	275
<i>Juan Luis Paramio-Salcines, Ramón Llopis-Goig and Jong-Chae Kim</i>	
La captación de valor económico en el fútbol: una comparación entre España y Chile	279
<i>Torres Mussatto, Alejandro, Merino Moreno, Carlos</i>	
Long-Term Forecasting in Sport: Predicting Seasonal Outcomes of English Football Teams	283
<i>J. James Reade</i>	
¿Influye el número de seguidores de los medios sociales del top 20 de clubes de fútbol europeos en sus ingresos anuales?: Un estudio piloto.....	287
<i>Manel Valcarve-Torrente, Benito Pérez-González, Juan Carlos Guevara-Pérez, Samuel López- Carril</i>	

Evaluación de la Eficacia de WhoScored como Herramienta Analítica para la Medición del Rendimiento de Jugadores en el Fútbol Profesional.....	291
<i>Ignacio Urrutia de Hoyos</i>	
¿Ganará el Girona la Liga?¿y el Barcelona la Liga? Predicción de ligas tras la primera vuelta	295
<i>Julio del Corral y Carlos Varela-Quintana</i>	

SECCIÓN 11:
LA EXPERIENCIA DE LOS USUARIOS EN SERVICIOS DEPORTIVOS
299-324

Análisis sobre la satisfacción y valor percibido de los usuarios del programa UV Runners - Sostenibilitat.....	301
<i>Pablo Jiménez Jiménez, Ana-María Gómez-Tafalla, Manel Reig-Giner, Rómulo Jacobo, González García</i>	
La experiencia del servicio, el apego y la satisfacción en las intenciones futuras en un centro deportivo: moderación en función del género	305
<i>Sanchis-Giménez, L., Prado-Gascó, V., Lluch-Diago, M. y García-Pascual, F.</i>	
Percepción sobre el gabinete de apoyo al deportista e influencia en el bienestar del alumnado-deportista de la UV.....	309
<i>Manel Reig Giner, Alberto Vidal Vilaplana y Fernando García Pascual</i>	
Análisis de Importancia-Rendimiento del valor percibido y satisfacción en centros fitness boutique.....	313
<i>García-Vallejo, A.M, Gálvez-Ruiz, P. Pedragosa, V.</i>	
Calidad percibida en un servicio deportivo universitario por estudiantes de pregrado: un estudio longitudinal	317
<i>Enrique Colino, Antonio Hernández-Martín, Carlos Majano y Daniel Duclos-Bastías</i>	
Diferencias en la percepción social del evento Sport4Cancer por los residentes según conocimiento previo y formación.....	321
<i>Carmen Sarah Einsle, Luis Miguel Márquez Povedano, Alejandro Lara-Bocanegra y José Miguel Vegara-Ferri</i>	

SECCIÓN 12:
SOSTENIBILIDAD Y PRÁCTICAS VERDES
325-354

Acciones de sostenibilidad en las federaciones deportivas de la Comunidad Valenciana.....	327
<i>Cristian Gregori-Faus, Josep Crespo Hervás, Sergio Aguado Berenguer y Alberto Vidal-Vilaplana</i>	
Análisis exploratorio sobre la percepción de las acciones de sostenibilidad de un centro deportivo	331
<i>Cristian Gregori-Faus, Nuria Molina-García, Juan Manuel Nuñez-Pomar y Daniel Ordinaña-Bellver</i>	
Eficiencia energética desde el punto de vista del gestor deportivo. Instalación de sistema de energía fotovoltaica y su resultado económico en Club Deportivo Santa Ana.....	335
<i>Rodrigo Ibáñez García, Manuel Chavarrías Olmedo, Francisco Cavas García y Alfonso Martínez Moreno</i>	

¿Construyendo un Futuro Activo y Sostenible? Factores que impulsan las intenciones de emprender sostenibles en el alumnado de Ciencias del Deporte	239
<i>Daniel Ordiñana-Bellver; Carlos Pérez-Campos; María Huertas González-Serrano y Sergio Aguado-Berenguer</i>	
El desarrollo sostenible en eventos deportivos: una revisión sistemática.....	243
<i>Luis Miguel Márquez-Povedano, Luis Martín-Martínez, Antonio Muñoz Llerena, Moisés Grimaldi-Puyana</i>	
Diferencias de percepción de la contribución a los ODS en el evento Sport4Cancer por los participantes según nivel de formación.....	247
<i>Luis Miguel Márquez-Povedano, Carmen Sarah Einsle, Luis Martín-Martínez, Alejandro Lara-Bocanegra</i>	
Importancia de las prácticas verdes de un evento deportivo para estimular una nueva participación	351
<i>María Quirante Mañas y David Cabello Manrique</i>	

SECCIÓN 13:

ESTRATEGIA COMPETITIVA Y RESULTADOS EN LIGAS PROFESIONALES

355-392

Análisis del efecto puertas cerradas sobre la ventaja de jugar en casa por división y sexo en baloncesto, fútbol y balonmano profesional.....	357
<i>Mary Elena Sánchez-Gabarre y Julio del Corral</i>	
Análisis del desequilibrio competitivo en las cinco grandes ligas europeas masculinas de fútbol	361
<i>Ana Debón y Francisco Puig</i>	
El papel de la experiencia del árbitro durante partidos de fútbol profesional.....	365
<i>Gemma Martínez-Torremocha, Jose Luis Felipe, Antonio Alonso-Callejo, Carlos Majano</i>	
The take-off of the Saudi professional football league in the context of the 2030 vision: effect on the competitive balance	369
<i>Mohammad Jamal Bataineh, Juan Carlos Guevara-Pérez, Emilio Martín Vallespín y R. Urdaneta-Camacho</i>	
Los precios de las entradas en la Premier y en LaLigaEA	373
<i>Gerard Freixa</i>	
Inversión en fichajes en LaLiga: análisis de la eficiencia de los directores deportivos	377
<i>Daniel Mejía Cayuela</i>	
An Intercontinental Expansion of European Club Competitions: A New Reality? The Case of Dubai and Euroleague	381
<i>Xabier Mendizabal</i>	
Diferencias Competitivas en las ligas profesionales inglesas y españolas.....	385
<i>Manuel Espitia-Escuer y Marta Brosed-Lázaro</i>	
Intensidad Competitiva en las ligas profesionales inglesas y españolas.....	389
<i>Manuel Espitia-Escuer y Marta Brosed-Lázaro</i>	

SECCIÓN 14:
OTROS TEMAS DE ECONOMÍA Y GESTIÓN DEPORTIVA

393-431

Esfuerzo de trabajo percibido por el voluntariado deportivo en el evento Sport4Cancer.....	395
<i>Aurora María García-Vallejo, María Carboneros, Ana Blanco Ayala, Carmen Sarah Einsle</i>	
La inversión económica en etapas juveniles en tenis de Costa Rica.....	399
<i>Ignacio Sabaté Lobo, Carlos Rodríguez Campo y Javier Padilla Huete</i>	
Construção e validação de um modelo de avaliação da maturidade digital de clubes desportivos	403
<i>Ferreira, Alan; Pedragosa, Vera y Silva, Alfredo</i>	
La búsqueda de un modelo predictivo de audiencia con aprendizaje automático	407
<i>Isabel Artero Escartín</i>	
Sport values. Differences between generations	411
<i>S. Rodríguez-Rodríguez and P. Aparicio-Chueca</i>	
La Ley de Sociedades Anónimas del Fútbol en Brasil: comparación internacional y desafíos	415
<i>Álvaro Prange y Carles Murillo Fort</i>	
Exploring the dynamics of private consumption and public expenditure on sporting goods and services in European countries with a distributed lagged values model	419
<i>Yzán Saavedra, Susanne Durst, Jose M Saavedra</i>	
National Pride, Subjective Well-being, Sporting Success and Sports Consumption: The Case of Portugal	423
<i>Alfredo Silva</i>	
Determinantes del gasto familiar vinculado al deporte en España: participación vs asistencia	427
<i>Mary Elena Sánchez-Gabarre, Jaume García Villar y José Manuel Sánchez-Santos</i>	



Sección 1

Aspectos
socioeconómicos
del deporte.

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Valoración contingente de un equipo de fútbol. El caso de C.A. Osasuna

**Jaume García¹, Fernando Lera², José Manuel Sánchez³ y
María José Suárez⁴**

^{1.} *Departament d'Economia i Empresa Universitat Pompeu Fabra.*

^{2.} *Departamento de Economía Universidad Pública de Navarra.*

^{3.} *Departamento de Economía Universidad de A Coruña.*

^{4.} *Departamento de Economía Universidad de Oviedo.*

1. Introducción

El principal objetivo de este trabajo es identificar los factores determinantes de la disposición a pagar (DAP) de los residentes en una comunidad - Comunidad Foral de Navarra- que cuenta con un club de fútbol que compite regularmente en la máxima categoría del fútbol profesional en España -Club Atlético Osasuna.

Existe una extensa literatura que aborda el tema de los efectos intangibles asociados a la presencia de un equipo profesional en una ciudad o región (una síntesis de la evidencia disponible hasta el momento puede verse en Bradbury et al., 2023). Uno de los métodos más utilizados para cuantificar monetariamente dichos efectos es el método de valoración contingente (MVC), que se fundamenta en la estimación de la DAP. En los contextos europeo y español se ha abordado este tema para los casos de los equipos de la Bundesliga y del RCD Deportivo de La Coruña (Frick & Wicker, 2018; Castellanos et al. 2011, respectivamente). A pesar de la existencia de precedentes en el uso de esta metodología, el presente estudio reviste interés, porque los resultados de la aplicación del MVC varían en función del deporte, el club y el vínculo de este con su ámbito geográfico de referencia.

La estimación de la DAP y la identificación de sus determinantes para cada caso específico es una cuestión clave por dos razones. Por un lado, permite estimar el valor de no uso, que puede servir de proxy del valor de los bienes públicos asociados a la existencia de un equipo y que, en la medida en que no tienen un precio de mercado, no se suelen tener en cuenta en los análisis coste-beneficio de la presencia de un equipo en una comunidad. Por otra parte, el valor de este tipo de efectos sirve para justificar subvenciones públicas para financiar el deporte profesional.

2. Método

DATOS

Se dispone de dos encuestas correspondientes a dos segmentos distintos de la población en Navarra: la población de adultos (N=774) y los socios del club C.A. Osasuna (N=363). La variable dependiente es el importe de la aportación anual voluntaria que cada individuo estaría dispuesto a contribuir para garantizar la permanencia del equipo en Primera División, medida en intervalos de 10 euros, incluido el valor 0 y un último intervalo de más de 100 euros. Las variables explicativas son: la edad, el género, los ingresos de la familia, una variable compuesta por la frecuencia de seguir las noticias del Club, participar en redes sociales o hablar con amigos sobre el Club,

y variables cualitativas correspondientes a frecuencia de seguir las noticias del Club, participar en redes sociales o hablar con amigos sobre el Club, y variables cualitativas correspondientes a: ver o no partidos de Osasuna en directo, ver o no partidos en televisión, práctica deportiva, la aportación al prestigio de la ciudad de la existencia del Club, seguimiento del equipo y contribución al orgullo de ser navarro. En este resumen se presentan las estimaciones correspondientes a la encuesta general para la población navarra, aunque en el futuro se pretende analizar en más detalle distintos colectivos (seguidores, no seguidores y socios).

MÉTODOS DE ESTIMACIÓN

Dadas las características de la variable dependiente: el importe de la aportación, se impone el tratamiento del tipo de información de la misma en intervalos, así como de la presencia de una proporción significativa de ceros en las observaciones. En este último caso los ceros pueden ser de distinta naturaleza: ceros protesta (no se considera la posibilidad de contribuir) o ceros genuinos (se considera la posibilidad de contribuir, pero la solución óptima es no contribuir). Asimismo, la encuesta facilita información que permite asignar los ceros a cada una de las dos categorías mencionadas, con el riesgo de introducir un error de medida como consecuencia de una clasificación inadecuada. Por ello se han estimado por máxima verosimilitud modelos que tienen en cuenta distintos supuestos sobre el origen de los ceros y/o sobre la clasificación de los mismos como genuinos o protesta. En concreto, se han estimado las versiones con la variable dependiente en intervalos del modelo Tobit, del modelo de selección de la muestra y del modelo de doble valla (con y sin clasificación de los ceros). Finalmente, se ha optado por el modelo de doble valla sin clasificación de los ceros, que es el que mejor ajuste presenta, y que permite correlación entre las decisiones de aportar y la cuantía de la aportación.

3. Resultados

En la tabla 1 se recogen los resultados preliminares de las estimaciones del modelo de doble valla sin clasificación de los ceros para la muestra general de la población de Navarra. Los resultados muestran que las variables relativas al seguimiento del Osasuna en el tiempo de ocio, al prestigio de que el equipo esté en Primera División o el ser seguidor del Club tienen efecto positivo sobre la probabilidad de estar dispuesto a pagar. En cambio, esta probabilidad es menor entre los que practican deporte.

En relación a la cuantía, las variables relativas al seguimiento y al orgullo que proporciona el equipo tienen el efecto positivo esperado, los que no asisten o no ven partidos por TV están dispuestos a pagar menos, y los solteros y aquellos con ingresos más altos en el hogar declaran mayores cantidades.

Tabla 1. Disposición a pagar (resultados preliminares)

	Cuantía a aportar		Probabilidad potencial de aportar	
	Coef.	t	Coef.	t
Edad	-0.172	-1.44		
No asiste a partidos	-15.21	-3.70		
No ve partidos por TV	-11.11	-1.99		
Orgullo (poco)	9.506	2.23		
Orgullo (mucho) ¹	12.86	2.52		
Ingresos familiares	0.208	1.68		
Seguimiento Osasuna poco/nada importante	-15.34	-3.57		
Soltero	8.569	1.82		
Hombre	6.278	1.23	-0.968	-2.59
No practica deporte			0.605	2.10
Seguidor de Osasuna			0.620	2.03
Prestigio ²			0.945	3.18
Redes/Noticias/Hablar sobre el Club			0.220	3.67
Constante	18.76	1.97	-1.240	-2.26

Nota. Categorías de referencia: ¹Osasuna no contribuye nada a estar más orgulloso de ser navarro.

² Que Osasuna esté en Primera División no proporciona mayor prestigio a Navarra

4. Referencias

- Bradbury, J. Ch., Coates, D. & Humphreys, B. R. (2023). The impact of professional sports franchises and venues on local economies: A comprehensive survey. *Journal of Economic Surveys*, 37, 1389-1431.
- Castellanos, P., García, J. & Sánchez, J.M. (2011). The willingness to pay to keep a football club in a city. How important are the methodological issues? *Journal of Sports Economics*, 12, 464-486.
- Frick, B. & Wicker, P. (2018). The Monetary Value of Having a First Division Bundesliga Team to Local Residents. *Schmalenbach Business Review*, 70, 63-103).

Valoración personal vs comunitaria de los impactos de los Juegos Parapanamericanos 2023

David Parra-Camacho¹; Jose Miguel Vegara Ferrí²; Gonzalo Bravo³; Daniel Duclos Bastías⁴

1. *Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Valencia.*
2. *Departamento de Actividad Física y Deporte, Universidad de Murcia.*
3. *School of Sport Sciences West Virginia University.*
4. *IGOID Research Group, Facultad de Ciencias del Deporte, Universidad de Castilla-La Mancha.*

1. Introducción

El estudio de los eventos deportivos ha centrado el interés en los clásicos mega eventos deportivos (Juegos Olímpicos y Mundiales de Fútbol). No obstante, cada vez existe un mayor número de aportaciones sobre los eventos deportivos de menor escala. En este sentido, la evidencia empírica sobre el impacto social de los eventos deportivos en los que los participantes son colectivos vulnerables como es el caso de las personas con algún tipo de discapacidad es aún más reducida. Por otro lado, la mayoría de los trabajos en esta área ha consultado la percepción de los residentes desde el punto de vista personal o comunitario, pero son escasas las aportaciones que han intentado integrar las dos perspectivas de análisis (e.g., Fredline et al., 2006; Oshimi et al., 2022; Taks et al., 2020).

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es doble, por un lado, se pretende comprobar la validez y fiabilidad de la escala de impactos sociales desde la perspectiva individual y comunitaria y, por otro lado, comparar la percepción de los residentes sobre los impactos percibidos a nivel individual y comunitario sobre los Juegos Parapanamericanos de 2023.

2. Método

En el estudio participaron 429 residentes en la región metropolitana de Chile. La edad media de los participantes es 37,79 (DT=12,56), siendo el 56,4% mujeres, el 43,4% hombres y un 0,2% otro género. Para entrevistar a los participantes se utilizó un cuestionario compuesto de 35 ítems agrupados en cinco factores de impactos positivos y tres de impacto negativos sobre la celebración del evento en Santiago de Chile, evaluados en una escala Likert de siete puntos, en la que 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo. Estos indicadores han sido adaptados de estudios previos (Parra-Camacho et al., 2020) y se consultaron desde la perspectiva individual y comunitaria, siguiendo la propuesta de los trabajos de Taks et al. (2020) y Oshimi et al. (2022). La distribución y recogida de los cuestionarios se realizó durante los días en los que se celebró los Juegos Parapanamericanos, es decir, del 17 al 26 de noviembre. Para comprobar la validez y fiabilidad de las dos escalas se realizó un análisis factorial confirmatorio y para comparar las puntuaciones medias de los factores desde las dos perspectivas se utilizó una prueba t para muestras relacionadas.

3. Resultados

PROPIEDADES PSICOMÉTRICAS DE LA ESCALA DE IMPACTO SOCIAL

Tanto la escala de impactos desde la perspectiva individual y comunitaria mostraron un buen ajuste, tal y como se puede observar en los índices de bondad de ajuste del modelo: Individual [S-B χ^2 = 884.48, gl=524; S-B χ^2 /gl=1.69; RMSEA=.040 (.035-.045); NNFI=.90; CFI=.91; IFI=.91] y Comunitaria [S-B χ^2 = 938.73, gl=524; S-B χ^2 /gl=1.79; RMSEA=.043 (.038-.047); NNFI=.92; CFI=.93; IFI=.93].

Se observaron las medidas del alfa de Cronbach y la fiabilidad compuesta (FC), con valores superiores a .80 y la Varianza Media Extraída (AVE) con valores superiores a .50. El modelo permite asegurar la validez convergente y discriminante. La primera se comprobó observando que todos los indicadores presentaban cargas factoriales significativas en los factores a los que pertenecían y, la segunda, se comprobó constatando que todas las correlaciones entre pares de factores eran inferiores a .85 y que la raíz cuadrada del AVE era inferior a las correlaciones.

VALORACIÓN MEDIA DE LOS IMPACTOS A NIVEL INDIVIDUAL Y COMUNITARIO

A continuación, se muestran las puntuaciones medias de las dimensiones de impactos positivos tanto desde la perspectiva individual como comunitaria. Se puede comprobar que a nivel individual las puntuaciones medias son más altas que a nivel comunitario para los impactos positivos. En cambio, esta tendencia es la inversa en el caso los impactos negativos. En este sentido, se observan diferencias estadísticamente significativas entre las puntuaciones a nivel individual y comunitario en los factores de impacto positivo socioeconómico, desarrollo urbano e infraestructuras, político y administrativo, psicosocial y sociocultural. A nivel de los impactos negativos también se observan diferencias en el impacto sociocultural y medioambiental.

Tabla 1. Valoración de los impactos a nivel individual y comunitario

Impactos	Indiv.	Com.	T	P valor
<i>Impactos positivos</i>				
Socioeconómico	6,28	6,12	5,44	p<,001*
Desarrollo urbano e infraestructuras	6,34	6,14	5,52	p<,001*
Político y administrativo	6,66	6,52	6,38	p<,001**
Psicosocial	5,79	5,69	2,70	,01*

Deportivo	6,23	6,23	-	-
Sociocultural	6,42	6,26	5,35	p<,001*
<i>Impactos negativos</i>				
Socioeconómico	3,29	3,33	-,62	,54
Sociocultural	1,89	3,33	-20,23	p<,001*
Medioambiental	2,45	2,66	-4,38	p<,001*

Nota. * indica diferencias estadísticamente significativas a nivel p<,01; ** p<,001

4. Conclusiones

El estudio permite confirmar la validez y fiabilidad de la escala de impacto social tanto a nivel personal como comunitario. Por otro lado, se comprueba que los Juegos Parapanamericanos han sido valorados positivamente por los residentes de Santiago en todas las dimensiones de impactos positivos, tal y como se puede comprobar en las puntuaciones medias. Desde el punto de vista de los impactos negativos, los residentes no consideran que este evento haya generado costes a nivel socioeconómico, sociocultural y medioambiental ya que las puntuaciones medias presentan una marcada tendencia al desacuerdo. Además, se constata que los residentes perciben de forma más positiva la mayoría de los impactos positivos a nivel individual que a nivel comunitario. En los impactos negativos perciben que el evento ha repercutido más negativamente a nivel de comunidad.

5. Referencias

- Fredline, L., Deery, M., & Jago, L. (2006). *Development of a scale to assess the social impacts of tourism within communities*. CRC for Sustainable Tourism.
- Oshimi, D., Taks, M., & Agha, N. (2023). Social impact of events: Advancing insights on social impact scales. *European sport management quarterly*, 23(6), 1843-1862. 10.1080/16184742.2022.2076891
- Parra-Camacho, D., Duclos, D., Giakoni Ramírez, F., & López-Carril, S. (2020). Evaluation of the perceived social impacts of the Formula E Grand Prix of Santiago de Chile David. *European Journal of Government and Economics*, 9(2), 155-169. <https://doi.org/10.17979/ejge.2020.9.2.5850>
- Taks, M., Oshimi, D., & Agha, N. (2020). Other- versus self-referenced social impacts of events: Validating a new scale. *Sustainability*, 12(24), Article 10281. <https://doi.org/10.3390/su122410281>

Can celebrities help reduce ethnic discrimination? A field experiment

Carlos Gómez-González¹

¹ *Departamento Department of Business Administration,
University of Zurich.*

1. Introduction

Discrimination is a persistent phenomenon and field experiments document different treatment for racial and ethnic minorities in several areas. While research provides extensive evidence of discrimination, evidence-based measures to reduce it are underexamined (Paluck et al., 2021). Information provision is increasingly attracting research attention, particularly the role of the messenger, who often is a celebrity or social referent (Olmedo et al., 2020). Celebrity endorsements in prosocial campaigns are widespread globally, but there is limited evidence of their effectiveness.

This paper aims to examine knowledge gaps in this area. We test a low-cost information intervention endorsed by professional athletes aimed at reducing ethnic discrimination in amateur sports. We compared the levels of ethnic discrimination when individuals try to access sports clubs before and after the intervention. Nessler et al. (2019) and Gomez-Gonzalez et al. (2021) showed that individuals with a foreign-sounding name are less likely to receive a response from amateur football clubs in 23 European countries.

The intervention is a short video message sent by two well-known professional soccer players in Switzerland. The players—one female and one male—represent ethnic minorities. The message, addressed directly to coaches, highlights the benefits of diversity for team performance. The coaches are thanked for developing soccer in the country and asked to be open to all interested players. The link to this video was distributed via email to a randomly selected group of amateur soccer coaches: the treatment group. The coaches in the control group did not receive any email. Two weeks after sending the video, we contacted all amateur soccer coaches with an inquiry about joining a training session.

2. Method

Using block randomization by region, we randomly assigned 1,116 coaches to the control group (577) and treatment groups (539). Only coaches in the treatment group received an email with a link to the video. Each video is stored in a hosting platform and has a unique identifiable link, which allows us to trace if the video has been watched. In the video, the players address the coach directly with a pro-diversity message, explaining the benefits of integration and thanking coaches for their work.

Following Dur et al. (2023), we waited for two weeks and performed a correspondence study to test the effect of the intervention. We sent all coaches an application from a fictitious applicant to join a training session. The applications are identical and only differ in the contact name. We replaced the name at the end of the email with either a typical Swiss- or foreign-sounding names (Turkish-, Arabic-, and Eastern European- groups). We randomized the names based on Swiss regions to ensure that names were not over- or under-represented in specific areas.

To evaluate the effect of the intervention, we estimate a probit model. The dependent variable is the binary response rate (negative = 0, positive = 1). The main model includes a binary variable *Treatment* for the soccer club that received the intervention video (received = 1), a binary variable *Native-sounding name* (native-sounding name = 1), and a vector of control variables: club characteristics, team performance, and information about clubs' surroundings at the municipality level. Additionally, we include a model that replaces the *Treatment* binary variable with a *Watched* binary variable, as we can identify through unique IDs the coaches who watched the video.

3. Results and discussion

Table 1 shows a reduced version of the probit results. Despite a change in baseline discrimination compared to Nessler et al. (2019), our celebrity-endorsed information campaign changed the behavior of coaches.

Table 1. *Probit results.*

<i>Dependent variable: positive response=1, no or negative response=0</i>				
	Model 1		Model 2	
	Coef.	ME	Coef.	ME
Intercept	-0.02 (0.40)		-0.09 (0.39)	
Treatment group (received email=1)	-0.04 (0.17)	0.00 (0.03)		
Treatment group (watched video=1)			0.70*** (0.24)	0.11*** (0.04)
Native-sounding name of applicant	-0.11 (0.17)	-0.02 (0.03)	0.00 (0.14)	-0.02 (0.03)
Control variables	Yes		Yes	
League and language dummies	Yes		Yes	
Num.Obs.	1116	1116	1116	1116
Log.Lik.	-737.431	-737.431	-732.404	-732.404
F	3.341	3.341	3.781	3.781

*Notes: *p < 0.1, **p < 0.05, ***p < 0.01. ME is for marginal effect calculated for the sample mean.*

On average, coaches who watched the informative video are 11 percent more likely to provide a positive response. We discussed several interpretations and tested the robustness of the results by considering club and municipality characteristics, video retention metrics, and an alternate definition of native name. Only a few control variables significantly influence the overall response rate: female teams, ethnic diversity within a team, and right-wing votes in the municipality.

The empirical strategy and limited statistical power constrain the extent of our analysis and our capacity to shed further light on interpretations and mechanisms. Interpreting null results is always challenging, coaches in the treatment group who received the email but did not watch the video, remain a limitation of our approach. Accordingly, two exciting avenues for future research remain. First, additional treatment arms can help test medium- and long-term effects over the observed outcomes. Second, we aim to add elements to the video message, explore different distribution channels, and complement the celebrity status with institutional support in forthcoming projects.

4. References

- Dur, R., Gomez-Gonzalez, C., & Nessler, C. (2023). How to reduce discrimination? Evidence from a field experiment in amateur soccer. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 49(1), 175-191.
- Gomez-Gonzalez, C., Nessler, C., & Dietl, H. M. (2021). Mapping discrimination in Europe through a field experiment in amateur sport. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(95), 1-8.
- Nessler, C., Gomez-Gonzalez, C., & Dietl, H. (2019). What's in a name? Measuring access to social activities with a field experiment. *Palgrave Communications*, 5(160), 1-7.
- Olmedo, A., Milner-Gulland, E. J., Challender, D. W., Cugnière, L., Dao, H. T. T., Nguyen, L. B. et al. (2020). A scoping review of celebrity endorsement in environmental campaigns and evidence for its effectiveness. *Conservation Science and Practice*, 2(10), 1-15.
- Paluck, E. L., Porat, R., Clark, C. S., & Green, D. P. (2021). Prejudice reduction: Progress and challenges. *Annual Review of Psychology*, 72, 533-560.

Formatos no convencionales, Streaming y co-streaming: Influencia en el proceso de transmisión de imagen en el patrocinio

**Manuel Alonso Dos Santos¹, Beicy Viviana Acosta
González², Delia Angélica León Castro² y Marcelo Enrique
Delgado Guzmán²**

- 1. Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de Granada.*
- 2. Departamento de Administración Universidad Católica de la Santísima Concepción*

1. Introducción

La era digital ha transformado la transmisión de los medios tradicionales hacia las redes sociales (Spilker et al., 2020), lo que permite a las entidades de fútbol tener estrategias para la creación de contenido (Otálora Gutiérrez et al., 2023), donde involucran a deportistas, espectadores, comunidades y a marcas patrocinadoras con el objeto de causar recordación en la mente de los consumidores y motivar su intención de compra al tiempo de moldear su percepción y actitud hacia la marca patrocinadora (Li et al., 2022; Mohammadi et al., 2024). Para los profesionales e investigadores es un desafío comprender los nuevos medios digitales en los que se interactúa, por la forma en las que las personas ven contenidos deportivos (Spilker et al., 2020). Por esta razón, la investigación seleccionó una muestra de 1055 participantes los cuales fueron expuestos a un semi-experimento, con el objetivo de *examinar la respuesta del consumidor ante el patrocinio de un evento deportivo con formatos no convencionales* (KingLeague, Champions League) en un medio también no convencional (Twitch y Facebook) co-creado por streamers. A continuación se presenta la revisión teoría que sustenta las hipótesis de investigación.

Los co-streaming surgen de la interacción de los usuarios con contenidos específicos, generará credibilidad en las personas sobre lo que dicen de una marca o producto, por la interacción constante con sus seguidores (Nash, 2022). La actitud del público hacia las marcas aumenta positivamente cuando los individuos perciben que los streamers son creíbles (Xu et al., (2022). Adicional a lo anterior, la co-creación influye sobre la actitud hacia el medio y la plataforma ya que implica colaboración activa entre los creadores de contenido y los usuarios, a su vez, tiene un impacto positivo en la actitud hacia la plataforma y el medio (Horbel et al., 2016).

Las actitudes de los consumidores con los patrocinadores son influenciadas por las creencias que determinan la intención de compra (Cheong et al., 2019). Las actitudes favorables hacia un producto o servicio suelen ser el precursor del comportamiento de word-of-mouth entre los consumidores (Brown & Reingen, 1987). La revisión de la literatura permitió elaborar el siguiente modelo teórico (Ilustración 1) dando soporte a las hipótesis de investigación.

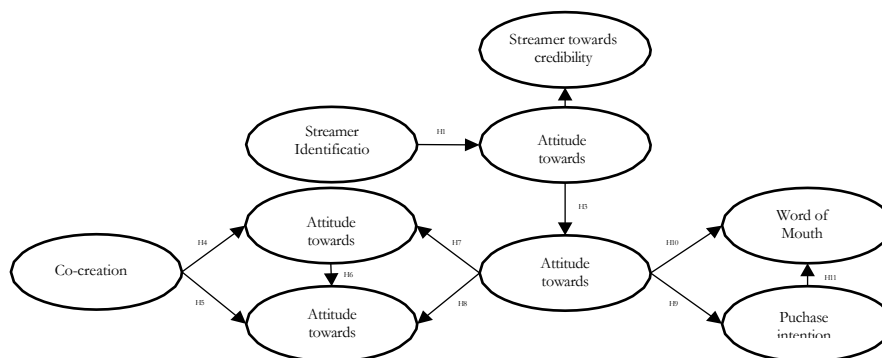


Ilustración 2. Modelo teórico. Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión teórica

2. Método

Se hace uso del análisis de modelo de ecuaciones estructurales (SEM), en una muestra de 1055 participantes los cuales fueron expuestos a un semi-experimento que dio respuesta a un cuestionario en línea. Las escalas fueron adaptadas de fuentes relevantes. Se hace chequeo de manipulación mediante ANOVA con el fin de identificar la congruencia obteniendo resultados significativos $p < 0.05$.

3. Resultados

El examen del modelo de medida se realizó comprobando la validez y la fiabilidad de las escalas. Según las indicaciones de Benitez et al. (2020), comprobamos que el alfa de Cronbach (α), el coeficiente de fiabilidad compuesta (ρ_a y ρ_c) y la varianza media extraída (AVE) fueron superiores a los umbrales establecidos en la literatura ($AVE > .05$, α , and $\rho > 0.7$). Los resultados del análisis del modelo estructural indica que todas las hipótesis son soportadas de forma positiva. Los valores f^2 que miden el tamaño del efecto, muestran que la relación StreamerIde \rightarrow ActMedio es muy débil. En cambio, las relaciones ActMedio \rightarrow ActForm, AttSpo \rightarrow PurInt, PurInt \rightarrow WoM tienen un efecto significativo.

4. Discusión

Las hipótesis que se plantean están en consonancia con la teoría, los resultados tienen efectos positivos y significativos. Los resultados sugieren que hay un efecto significativo en la actitud hacia el medio con la actitud hacia el formato (Meng et al., 2015) y según la experiencia que se tenga con el evento deportivo, mayor se identificará el fan con el evento deportivo y mayor será la influencia de este con la marca patrocinadora (Eddy et al., 2020). La limitada literatura sobre el tema, resalta su importancia de explorar y profundizar para ofrecer nuevas perspectivas y contribuciones en la investigación de los actuales medios de transmisión y formatos en el patrocinio de eventos deportivos y su afectación en el comportamiento del consumidor y de las audiencias

5. Conclusiones

Los deportes desempeñan un papel fundamental en la sociedad por el poder que tiene para trascender las barreras culturales y económicas. Los eventos deportivos han experimentado una transformación significativa por la transición de los medios tradicionales al uso de plataformas de streaming, que moldean la experiencia, acceso y participación de los espectadores, su relación con los patrocinadores y su intención de compra que mejora los ingresos a la industria deportiva.

6. Referencias

- Benitez, J., Henseler, J., Castillo, A., & Schuberth, F. (2020). How to perform and report an impactful analysis using partial least squares: Guidelines for confirmatory and explanatory IS research. *Information & Management*, 57(2), 103168. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.05.003>
- Cheong, C., Pyun, D. Y., & Leng, H. K. (2019). Sponsorship and advertising in sport: A study of consumers' attitude. *European Sport Management Quarterly*, 19(3), 287-311. <https://doi.org/10.1080/16184742.2018.1517271>
- Horbel, C., Popp, B., Woratschek, H., & Wilson, B. (2016). How context shapes value co-creation: Spectator experience of sport events. *The Service Industries Journal*, 36(11-12), 510-531. <https://doi.org/10.1080/02642069.2016.1255730>
- Li, J., Gu, Z., & Dai, Y. (2022). Impact of Sports Sponsorship Motivation on Consumer Purchase Intention: Mediating Effect Based on Consumer Attitude. *Sustainability*, 14(22), 15430. <https://doi.org/10.3390/su142215430>
- Meng, M. D., Stavros, C., & Westberg, K. (2015). Engaging fans through social media: Implications for team identification. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 5(3), 199-217. <https://doi.org/10.1108/SBM-06-2013-0013>
- Mohammadi, S., Ghasemi Siani, M., & Alonso Dos Santos, M. (2024). Effectiveness of sponsorship type, sport team identification, team support and congruence. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 25(1), 188-209. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-05-2023-0110>
- Nash, M. (2022). *What's next for branded virtual experiences—Think with Google*. What's next for Branded Virtual Experiences, According to the Creatives Who Build Them. <https://www.thinkwithgoogle.com/future-of-marketing/emerging-technology/branded-virtual-experiences/>
- Otálora Gutiérrez, O. S., Peñaherrera Rivadeneira, N. M., & Anda Andrade, Á. J. (2023). Guerra en Instagram: “La Liga” versus la “Kings League”. *ComHumanitas: revista científica de comunicación*, 14(1), 69-82. <https://doi.org/10.31207/rch.v14i1.378>
- Spilker, H. S., Ask, K., & Hansen, M. (2020). The new practices and infrastructures of participation: How the popularity of Twitch.tv challenges old and new ideas about television viewing. *Information, Communication & Society*, 23(4), 605-620. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1529193>
- Xu, Q., Kim, H., & Billings, A. C. (2022). Let's Watch Live Streaming: How Streamer Credibility Influences Brand Attitude in Esports Streamer Marketing. *Communication & Sport*, 10(2), 271-290. <https://doi.org/10.1177/21674795211067819>

Who Wins the Olympic Games? A Regional Perspective

Carlos Varela-Quintana¹ and Marta Martínez de Yuso Bondi¹

^{1.} *Department of Applied Economics, University of Oviedo*

1. Introduction

Over the last two decades, the literature has used the Bernard and Busse's (2004) model to analyze how the availability of a country's resources explains the number of medals won at the Olympic Games. Estimates show that, as predicted by their model, population and GDP per capita are significant variables that provide insight into a country's sporting success, not only in the Olympic Games (see, for example, Bernard and Busse, 2004; Forrest et al., 2010), but also in sports such as soccer (Gásquez and Royuela, 2016) or chess (Forrest et al., 2023).

The aim of the present study is to analyze whether these results hold at the regional level. The hypotheses of the present work are that while population may remain significant, GDP per capita does not necessarily have to be. The reason is that, unlike what happens between nations, within a country, individuals born in regions with fewer resources have the opportunity to capitalize on their talents in wealthier regions through emigration. This mechanism would facilitate investment in human capital related to sport rendering the GDP per capita variable non-significant. In addition, redistributive policies would equalize access to public services across the country, allowing for the development of talented athletes regardless of the region's per capita income.

In order to test these hypotheses, this work conducts an empirical analysis that examines the possible effect of the population and GDP per capita of each of the Spanish provinces on the total medals won by these provinces in the Summer Olympic Games held during the period 2000-2020.

2. Methodology

ECONOMETRIC SPECIFICATION

Following the standard procedure in the literature, we use a Tobit model for panel data to deal with the fact that the dependent variable is censored at zero. The model is specified as

$$\text{medalshare}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln(\text{population})_{it} + \beta_2 (\text{GDPpc})_{it} + \beta_3 (\text{coast})_i + \beta_4 \ln(\text{licenses})_{it} + \text{year}_t + u_i + e_{it}$$

where the subscript i denotes the province and the subscript t denotes the year.

The dependent variable of our model is the share of medals won by province i in year t out of the total number of medals won by all provinces in year t (*medalshare*). To calculate it, we consider medals won by athletes born in the province competing individually or as part of a team. Following Bernard and Busse (2004), we use the population (*population*) and the gross domestic product per capita (*GDPpc*) of the province, expressed in natural logarithms, as the main explanatory variables. We extend the model by including a dummy variable indicating whether the province has a coastline (*Coast*) to control for a possible competitive advantage in water sports, and the number of federative sporting licenses in the region (*licenses*), expressed in logs, to account for the different tastes of the population in the practice of sports. Finally, we include five dummy variables (*year*) to control for time-specific shocks.

SAMPLE

The sample covers 52 Spanish provinces over six Olympic Games (from 2000 to 2020), resulting in 316 observations. The data come from the website <https://www.olympedia.org> and from the National Statistics Institute of Spain (<https://www.ine.es>).

3. Results

As can be seen in Table 1, the effect of GDP per capita and population on Olympic performance is significant. A 1% increase in the population of a province is associated with a 0.000571 increase in the medal share. The effect of GDP per capita is even larger (0.000949) while coast and federative licenses were not significant.

Despite the existence of an integrated labor and fiscal market, our estimates provide strong evidence in favor of the idea that the GDP per capita remains significant at the regional level. This finding has implications not only for sport, but also for the Spanish economy as a whole. Given that the development of talent in the sports sector can serve as a proxy to see what happens in other industries, a generalization of our results would lead to the conclusion that there is room for improving resource allocation through regional redistribution policies and measures that encourage interregional labor mobility. In Model 4, we perform a robustness check using the population born in the province in the last 55 years instead of the current population residing in the province.

Table 1. Tobit panel model estimates

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
ln(population)	0.0571*** (0.0084)	0.0542*** (0.0089)	0.0599*** (0.0110)	0.0575*** (0.0108)
ln(GDP per capita)	0.0949*** (0.0309)	0.0963*** (0.0309)	0.0927*** (0.0347)	0.1119*** (0.0344)
Coast		0.0131 (0.0148)	0.0123 (0.0159)	0.0174 (0.0155)
ln(federative licenses of the region)			-0.0151 (0.0094)	-0.0126 (0.0091)
Constant	-1.2946*** (0.3013)	-1.2969*** (0.3013)	-1.1535*** (0.3584)	-1.7359*** (0.3674)
σ_{ini}	0.0406	0.0404	0.0443	0.0440
σ_{ee}	0.0425	0.0425	0.0329	0.0332
Rho	0.4763	0.4747	0.6446	0.6377
AIC	-198.5	-197.3	-181.0	-179.0
BIC	-161.1	-156.1	-147.6	-145.6
Observations	312	312	208	208

Note: Dependent variable: medal share of province i in year t . All models include year dummies. OIM standard errors in parentheses. *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

4. References

- Bernard, A. B., & Busse, M. R. (2004). Who wins the Olympic Games: Economic resources and medal totals. *Review of Economics and Statistics*, 86(1), 413-417. <https://doi.org/10.1162/003465304774201824>
- Forrest, D., Sanz, I., & Tena, J. D. (2010). Forecasting national team medal totals at the Summer Olympic Games. *International Journal of Forecasting*, 26(3), 576-588. <https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2009.12.007>
- Forrest, D., Tena, J. D., & Varela-Quintana, C. (2023). The influence of schooling on performance in chess and at the Olympics. *Empirical Economics*, 64(2), 959-982. <https://doi.org/10.1007/s00181-022-02259-9>
- Gásquez, R., & Royuela, V. (2016). The determinants of international football success: A panel data analysis of the Elo rating. *Social Science Quarterly*, 97(2), 125-141. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12262>

Tokenization in soccer leagues. Is fan engagement for real?

Pablo Agnese¹ and Yuqing Xiao²

- 1. Faculty of Economics and Social Sciences, UIC Barcelona, Spain, and IZA Bonn, Germany.*
- 2. Faculty of Economics and Business, University of Barcelona, Spain.*

1. Motivation

The subject of fan tokens can be addressed in the context of both financial and behavioral studies. On the one hand, just like stocks, cryptos, and other financial assets, fan tokens can be traded on the open market, with daily price updates, while exhibiting the characteristics of assets which are susceptible to the changing market conditions and also to speculative investors and governments. On the other hand, fan tokens are quite distinctive in that a significant portion of buyers come from a fan base whose motivation for investing comes from the identification with an emotional attachment to their clubs, which might then lead to a more erratic and irrational behavior.

In this study we set out to explore the main drivers behind the price of major fan tokens in soccer. Specifically, it aims to answer the following questions: 1) How does the fan token market react to different information; does it respond differently to hardcore fans and the general public?; and 2) -\re the fan tokens' prices driven by the same pervasive speculative forces of the crypto ecosystem, or do they rather respond to more idiosyncratic club-specific and performance-related factors?

Table 1 illustrates the increasing importance of commercial revenue in recent years for top soccer clubs, which comes at the expense of more traditional sources like match day revenue and broadcasting rights. Notice that in most cases, match day revenue barely scratches the 10% mark of the total. Moreover, a few country leagues are monopolizing the landscape of European soccer, with half of the top-10 revenue generators hailing from England¹.

Table 1: Avg. revenue generated by clubs in FY 2019/20 and 2020/2021 (M€)

Rank	Club	Matchday	Broadcast	Commercial	Total
1	Real Madrid	58.4	267.3	340.6	666.3
2	FC Barcelona*	71.3	269.1	307.5	647.8
3	Bayern Munich	41.0	228.9	352.9	622.8
4	Manchester City*	24.2	276.5	296.4	597.1
5	Manchester Utd.	53.4	223.9	292.0	569.2
6	Liverpool	45.5	268.1	240.9	554.5
7	Paris St. Germain*	54.7	175.7	318.0	548.4
8	Chelsea	35.4	258.6	187.5	481.4
9	Tottenham Hotsp.	54.9	194.2	176.9	426.0
10	Juventus*	25.1	201.9	189.3	416.2

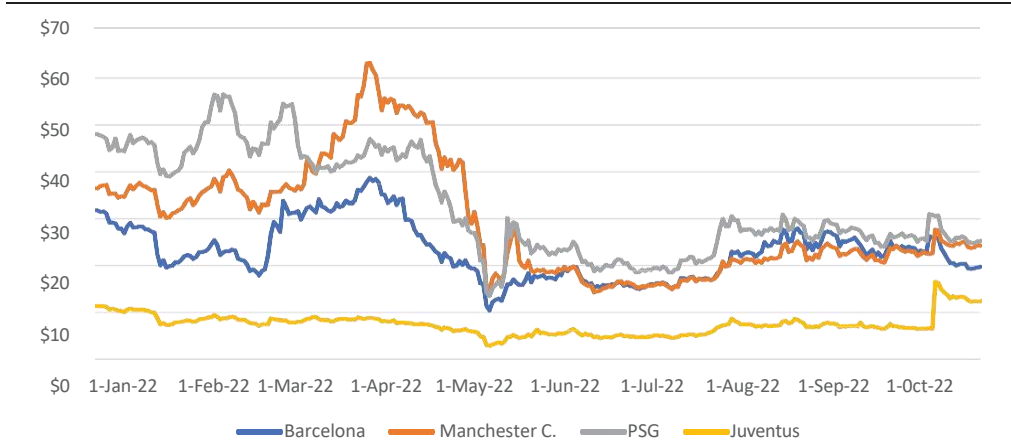
* Fan tokens available at *Socios.com* as of Oct. 2022. Source: *Deloitte Football Money*

-\rguably, even when rather trivial in money terms for today's business operations in virtually all soccer clubs, the revenue generated by fan tokens might soon turn into larger shares within the clubs' commercial domain. It is however no surprise to see that, at the moment, only a small number of clubs have made fan tokens available in platforms like *Socios.com*. Figure 1 shows recent historical data for those four major clubs in Table 1 with fan tokens, namely, Barcelona FC, Manchester City, Paris Saint Germain, and Juventus-the market cap has been very much stable since mid-

¹ This is also the case for the top-20 clubs in revenue (not shown in Table 1).

year and, with one exception Juventus), in the range of \$20 to \$30 million. In light of the revenue figures discussed above, we can say that fan tokens yet lack the impact usually attributed to the blockchain technology itself-but time will tell.

Figure 1: Fan tokens' market cap, major clubs (million USD)



Source: Coinmarketcap.com (2022).

2. Empirical framework

Our research relies on a combination of event studies and counterfactual simulations. Event studies focus on the examination of market reactions to selected matchdays, while counterfactual simulations involve the analysis of market behavior under controlled conditions. Consistent with this and with our previous discussion, we posit the following working hypotheses:

- H1: Specific matchdays, particularly those relevant to the club, lead to cumulative losses in the fan token market.
- H2: Specific matchdays, particularly those irrelevant to the club, lead to cumulative returns in the fan token market.
- H3: The fan token market is more responsive to fan soccer-related sentiments than crypto speculation.

3. Results

Our results shed some light on the drivers of fan token prices and speculation. By using the event study method and cross-sectional analysis, we select some matchdays that were relevant to the clubs and discuss how different information concerning matchdays affects abnormal returns. Our results suggest some room for noise trading due to fan-driven irrational behavior and give the idea that the variability of major fan token prices is not an offshoot of the crypto ecosystem, and the fan engagement is real. Furthermore, our simulations also suggest that fan tokens are more driven by fan sentiments than by speculation in crypto, thus meaning that noise traders seem to be larger in number than skilled crypto traders in the tokens market.

4. Conclusions

In this paper we show, through a very intuitive event study, that abnormal returns in the fan tokens of major soccer clubs, are negatively driven by fan sentiment during and around the clubs' match days, but this effect turns out to be positive if we considered instead the national team's match days. In addition, our counterfactual simulations offer further evidence pointing to fan tokens being a fan-driven phenomenon more than a crypto speculative fad. In a nutshell, while the event study suggests that sports-related sentiments can drive token prices in both directions, the simulation confirms that it is basically a sentiment (not a speculative) driven phenomenon.

We believe our results are very timely and could be used as a framework of reference, as governments and institutions are currently debating the nature of these assets and deciding on their legal form. Introducing these nuances early on in any future legislation concerning crypto assets might be a judicious move at these uncertain times.

5. Rererences (abridged)

- Abudy, M., Mugerman, Y., & Shust, E. (2022). The Winner Takes It All: Investor Sentiment and the Eurovision Song Contest. *Journal of Banking & Finance*, 137. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2022.106432>
- Agnes, P. (2023). Too hot and too close. Bitcoin and gold dynamics during COVID times. *Studies in Economics and Finance*, 40(5), 901-912. <https://doi.org/10.1108/sef-03-2023-0123>
- Corbet, S., Hou, Y., Hu, Y., Larkin, C., Lucey, B., & Oxley, L. (2022). Cryptocurrency liquidity and volatility interrelationships during the COVID-19 pandemic [Article]. *Finance Research Letters*, 45, Article 102137. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102137>
- De Long, J. B., Shleifer, A., Summers, L. H., & Waldmann, R. J. (1990). Noise Trader Risk in Financial Markets. *Journal of Political Economy*, 98(4), 703-738. <http://www.jstor.org/stable/2937765>
- Demir, E., Ersan, O., & Popesko, B. (2022). Are Fan Tokens Fan Tokens? *Finance Research Letters*, 47. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.102736>
- Drummond, P. A. (2023). Market quality surrounding anticipated distraction events: Evidence from the FIFA World Cup. *Journal of Financial Markets*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.finmar.2022.100768>
- Edmans, A., García, D., & Norli, O. (2007). Sports Sentiment and Stock Returns. *The Journal of Finance*, 62(4), 1967-1998. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2007.01262.x>
- Ehrmann, M., & Jansen, D.-J. (2016). It Hurts (Stock Prices) When Your Team is about to Lose a Soccer Match *. *Review Of Finance*, 20(3), 1215-1233. <https://doi.org/10.1093/rof/rfv031>
- Foglià, M., Maci, G., & Pacelli, V. (2024). FinTech and fan tokens: Understanding the risks spillover of digital asset investment. *Research in International Business And Finance*, 68. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.102190>
- Heyden, K. J., & Heyden, T. (2021). Market reactions to the arrival and containment of COVID-19: An event study. *Finance Research Letters*, 38, 101745. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101745>
- Hong, H., & Stein, J. C. (1999). A Unified Theory of Underreaction, Momentum Trading, and Overreaction in Asset Markets. *The Journal of Finance*, 54(6), 2143-2184. <http://www.jstor.org/stable/797990>
- Kaplanski, G., & Levy, H. (2014). Sentiment, irrationality and market efficiency: The case of the 2010 FIFA World Cup. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 49, 35-43. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2014.02.007>
- Lopez-Gonzalez, H., & Griffiths, M. D. (2023). Gambling-like Features in fan Tokens. *J Gambli Stud*, 39(4), 1579-1596. <https://doi.org/10.1007/s10899-023-10215-0>
- Palomino, F., Renneboog, L., & Zhang, C. (2009). Information salience, investor sentiment, and stock returns: The case of British soccer betting. *Journal Of Corporate Finance*, 15(3), 368-387. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2008.12.001>
- Scharnowski, M., Scharnowski, S., & Zimmermann, L. (2023). Fan tokens: Sports and speculation on the blockchain. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 89. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2023.101880>
- Vidal-Tomás, D. (2023). Blockchain, sport and fan tokens. *Journal of Economic Studies*, 51(1), 24-38. <https://doi.org/10.1108/jes-02-2023-0094>
- White, G. F. (1989). Media and violence: The case of professional football championship games. *Aggressive Behavior*, 15(6), 423-433. [https://doi.org/https://doi.org/10.1002/1098-2337\(1989\)15:6<423::ATD-AB2480150603>3.0.CO;2-1](https://doi.org/https://doi.org/10.1002/1098-2337(1989)15:6<423::ATD-AB2480150603>3.0.CO;2-1)

How would self-determination Trans Laws affect to performance and efficiency in Sports? An applied analysis for Athletics

Andrés Maroto Sánchez¹

¹: *Departamento de Análisis Económico: Teoría Económica e Historia Económica, Universidad Autónoma de Madrid.*

1. Motivation & objectives

The transgender-rights discourse has brought sports involvement and regulation to the forefront, with far-reaching implications beyond the sphere of athletics. The acceptance of transgender individuals' involvement in competitive sports has generated considerable controversy.

On one side, the International Olympic Committee (2021) has issued a statement outlining guidelines for determining the inclusion of transgender athletes in elite-level sports¹. The statement advises against using hormone levels as the sole criterion for inclusion and instead defers to the governing body of each sport to make the final decision. In 2022, World Athletics implemented a ban on transgender women participating in high-level female sports, citing the primary objective of safeguarding the integrity of the female category.

On the other hand, there is an increasing prevalence of laws and consensus statements that endorse or promote the participation of transgender individuals in sports competitions based on their gender identity (Coggon et al., 2008). Across Europe, most nations have implemented legal frameworks that acknowledge and safeguard the rights of individuals who identify as transgender. However, it is noteworthy that only seven of them incorporate the crucial aspect of self-determination in the procedure².

Inclusivity rights of transgender people versus competition equality and fairness for women are in the centre of the discussion surrounding the inclusion of transwomen athletes in elite female competitions (Buzuvis, 2021). Until now there is a lack of satisfactory solution for balancing both issues. This paper aims to examine the potential impact of the enactment of these self-determination laws on sports performance and efficiency, specifically in the context of athletics. After proving a gender gap against female athletes, we examine the impact of altering the gender variable, with particular emphasis on the transition from male to female. We conduct simulations of diverse scenarios that could arise with the legislation and thereby evaluate the potential impacts it could exert on sports as presently understood. Although there is some research on performance of transwomen in sports and their performance advantage against women³, the main value added of this paper is that we analyse the effects on efficiency too.

¹The International Olympic Committee was a groundbreaker when introduced 'the Stockholm consensus' for inclusion of transgender athletes under some conditions (IOC, 2004).

² The latest has been Spain in 2023 (Law 4/2023). Denmark, Malta, Luxembourg, Belgium, Ireland, and Portugal are the other ones.

A database has been established containing the information of athletes who competed in diverse athletic competitions during the Olympic Games held in London 2012, Rio de Janeiro 2016, and Tokyo 2020. The performance and efficiency of each athlete has been evaluated by constructing various indicators that consider both the physical attributes and their respective marks and personal records.

2. Results

According to the findings of the estimations on gender gap, it can be inferred that being male is associated with a performance increase of 2.43 points. Based on the p- value, it can be concluded that there is a statistically significant gender disparity in performance (PG), with men having a more advantageous position. In the efficiency model, the coefficient value for gender is 2.09. On average, males exhibit a higher efficiency score by 2.09 points. Once again, it is evident that this finding holds statistical significance. There exists a disparity in athletic efficiency (referred to as the efficiency gap) between men.

When counterfactual scenarios are estimated to test the likely effects of self-regulation laws, findings indicate that transgender women may exhibit a slight advantage compared to cisgender women, in terms of both performance and efficiency. These self-determination-type Trans Laws may give rise to concerns regarding their fairness. This inquiry falls outside the scope of our jurisdiction to address. Our primary responsibility has been to develop a comprehensive model of the scenario using real data, perform counterfactual simulations, and analyse the outcomes in a wholly impartial and objective fashion.

3. Conclusions

The aim of this study was to analyse the potential outcomes associated with the implementation of self-determination Trans Laws within the framework of athletic regulations. Preliminary findings indicate that, based on a dataset encompassing the most recent three iterations of the Olympic Games, gender significantly influences both the performance and efficiency of athletes. The presence of a gender gap has been observed in both performance (PG) and efficiency (EG). Subsequently employing estimations pertaining to the performance and efficiency of athletes, we conducted a counterfactual analysis.

³ See, among others, Nokoff et al. (2023) and Hilton and Lundberg (2021).

We conduct a comprehensive simulation to assess the potential impact of self-determination Trans Laws on the performance and efficiency of athletes at a significant scale. The present simulation demonstrates a slight advantage in favour of transgender women, as they exhibit superior average performance and efficiency compared to cisgender women in athletic competitions.

The question of fairness emerges in the moral discourse surrounding the potential enactment of this self-determination laws. Considering the analysis's underlying motivation, it is worth noting that there exist various cases where cisgender women have expressed concerns. They complain regarding the potential infringement upon fair competition that may arise from the inclusion of transgender women in official sporting events. However, it is essential to critically examine the fairness of precluding a woman from participating solely since her gender. The focal point of the societal discourse revolves around the inherent trade-off between equity and individual rights.

4. References

- Buzuvis, E. (2021). Law, policy, and the participation of transgender athletes in the United States. *Sport Management Review*, 24(3): 439-451.
- Coggon J., Hammond N. and Holm S. (2008) Transsexuals in sport—fairness and freedom, regulation and law. *Sports Ethics and Philosophy*, 2(1):4–17.
- International Olympic Committee (2004). Statement of the Stockholm Consensus on Sex Reassignment and Sports. Available from: <http://www.olympic.org/news/iocapprovesconsensuswith-regard>
- International Olympic Committee (2021). *Framework on fairness, inclusion, and non-discrimination on the basis of gender identity and sex variations*. Accessed August 26, 2022. <https://stillmed.olympics.com/media/Documents/Beyond-the-Games/Human-Rights/IOC-Framework-Fairness-Inclusion-Non-discrimination-2021.pdf>
- Nokoff, N.J., Senefeld, J., Krausz, C., Hunter, S. and Joyner, M. (2023). Sex differences in athletic performance: Perspectives on transgender athletes. *Exercise and Sport Sciences Reviews*, 51(3): 85-95.

Legado e impacto económico 37th America's Cup. Barcelona 2024

Carles Murillo Fort^{1,2}, Júlia Bosch Bou², Jaume García Villar^{2,3}

1. *UPF Barcelona School of Management.*
2. *2UPF Sports_Lab.*
3. *3 Departament d'Economia i Empresa. UPF.*

1. Introducción

La 37th *America's Cup* (37AC) tendrá lugar en Barcelona en 2024. La competición en sí misma es el reto entre el defensor (*defender*) del título y el ganador de las eliminatorias previas que constituyen la denominada Luis Vuitton Cup. En esta edición compiten representantes de Nueva Zelanda (*defender*), así como de EUA, Francia, Italia, Reino Unido y Suiza (aspirantes). La competición, además, contará con regatas preliminares desarrolladas desde el verano de 2023, una competición para jóvenes tripulantes y otra reservada a mujeres. La *America's Cup* es una de las competiciones deportivas con mayor aporte tecnológico y de las más significadas en cuanto a su legado y, en especial, a la repercusión económica y mediática. La edición número 37 de Barcelona 2024 se espera confirme esta trayectoria histórica y deje una huella imborrable en la ciudad y en todo el territorio catalán. En esta contribución se revisan los resultados de la estimación *ex ante* del impacto económico del evento y se plantean los principales problemas para la estimación *ex post* tanto del impacto económico como del legado.

2. Método

ESTIMACIÓN EX ANTE DEL IMPACTO ECONÓMICO

El impacto económico se ha estimado¹ a partir de dos fuentes informativas: los datos facilitados por el ente coordinador del evento (Fundación Barcelona Capital Náutica, FBCN) en relación con las inversiones en infraestructuras, el gasto corriente de la organización y el de los 6 equipos participantes y, en segundo lugar, la previsión del número de visitantes, pernoctaciones y gasto diario. El impacto económico estimado se refiere al impacto total (directo, indirecto e inducido) usando para ello el marco input-output de Catalunya para 2016. Los resultados se expresan en términos de valor de la producción, valor añadido, empleos y repercusión fiscal. La repercusión sobre la economía catalana se expresa para 63 ramas de actividad.

ESTIMACIÓN EX POST DEL IMPACTO ECONÓMICO

El método de estimación está previsto que siga el mismo método que el utilizada en el estudio *ex ante*. Para ello, FBCN aportará las cifras de las inversiones efectivamente realizadas (liquidación de los presupuestos de las entidades implicadas), y gastos de organización.

¹ Estudio encargado por FBCN a un equipo de investigación de UPF_Sports Lab (2022).

Además se requiere la estimación precisa del número de visitantes (junto con su perfil sociodemográfico), pernoctaciones y gastos efectivamente realizados. El hecho de que la estimación del impacto se refiera al conjunto de actividades a lo largo de todo el calendario de competición incorpora un conjunto de aspectos metodológicos que conviene tener en cuenta: inclusión de las inversiones y gastos de organización una vez descontados aquellos que se hubieran llevado a cabo, independientemente de la celebración de la 37AC; estimación de las características de los visitantes y sus gastos a lo largo de los, aproximadamente, dos meses de duración del evento a partir de encuestas por muestreo; necesidad de estimar el universo al que hace referencia la encuesta a los visitantes para poder establecer los coeficientes de elevación y los efectos de sustitución.

En cuanto al legado, más allá de los aspectos económicos, FBCN tiene previsto diseñar un conjunto de indicadores que permitan evaluar en el medio y largo plazo la repercusión del evento en, por lo menos, el aumento de la práctica deportiva, el conocimiento del medio marítimo, las sinergias en el tejido empresarial relacionado con la tecnología incorporada, así como la repercusión mediática del evento.

3. Resultados y discusión

El estudio del impacto económico ex ante proporciona (Tabla 1) cifras que sitúan la 37AC en el ámbito de las competiciones deportivas de mayor repercusión en el territorio. Las inversiones previstas ascienden a 117,6M, los gastos de organización a 77,3M y los de los equipos a 231M). Los gastos de los visitantes se estima que ascenderán a 688,9M, lo que da una cifra total de gasto esperado con impacto de 1.114,8M. Esta inyección de dinero se traducirá en un valor añadido de 1.238,8 M (todas las cifras están expresadas en millones de euros).

Tabla 1. *Impacto total de la 37AC para Catalunya. (Elaboración propia)*

Impacto total (directo + indirecto + inducido)			
Inversiones y gasto	Producción	PIB (VAB)	Empleo (ETC)
1.114,8	2.284,6	1.238,8	18.876

El efecto multiplicador del gasto supone que por cada euro de gasto de organización con impacto se generan 6,35 de PIB. Los resultados, con las previsiones manejadas en el cálculo del impacto económico, auguran un importante retorno de las inversiones y gastos para la economía de Catalunya, tanto en términos de valor agregado, repercusión fiscal como empleos. Para la estimación del impacto económico ex post deben resolverse cuestiones metodológicas cruciales, dadas las características del evento y del lugar desde donde podrán seguirse las regatas, para garantizar la fiabilidad de las estimaciones del gasto de los visitantes. Los avances de la tecnología deben permitir sustituir, o cuando menos complementar, el uso de las encuestas por muestreo a los seguidores del evento. Algo parecido ocurre con los indicadores de aproximación a la cuantificación del legado que deben expresar el resultado del fomento de la práctica deportiva, el ahorro energético, el reforzamiento de la imagen y marca ciudad, así como del crecimiento de la actividad empresarial derivada del evento.

4. Conclusiones

La comparación entre el enfoque metodológico de las aproximaciones para medir ex ante el impacto económico de grandes eventos deportivos con la propuesta de medición ex post plantea una problemática habitual en este tipo de aproximaciones. A dichos problemas se le añaden los derivados de las características singulares del evento analizado, es decir, de la 37th *America's Cup*, Barcelona 2024.

5. Referencias

- Bosch, J., Murillo, C. y Raya, J.M. (2019). "The Economic Importance of the Sports Sector and the Economic Impact of Sporting Events", en García, J. (ed.) *Sport (and) Economics*. FUNCAS.
- Fresh Info (2021). *36th America's Cup Impact Evaluation. Final Report*. 30 June 2021.
- Matheson, V. A. (2009). "Economic Multipliers and Mega-Event Analysis". *International Journal of Sport Finance*, 4, 63-70.
- Preuss, H. (2005). "The economic impact of visitors at major multi-sport events". *European Sport Management Quarterly*, 5 (3), 281-301. Doi: 10.1080/16184740500190710.

Marsella 2024. Impacto de un gran evento deportivo. Diseño de investigación

Morales-Baños, V.¹, Cano-Coyle, L.² y Casas, C.³

- 1. Departamento de Actividad Física y Deporte, Umusport Research Group Universidad de Murcia*
- 2. Umusport Research Group Universidad de Murcia*
- 3. Umusport Research Group Universidad de Murcia*

1. Introducción

Proyecto de investigación financiado por la Unión Europea a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Ministerio de Universidades, Gobierno de España.

El mayor evento deportivo relacionado con la Vela, los Juegos Olímpicos Paris 2024, tendrá su sede para el deporte de la Vela en la ciudad de Marsella. Por ello realizaremos 3 estudios relacionados con los impactos social y turístico del evento.

Estudio 1: Impacto Social de los Juegos Olímpicos, Marsella 2024

Los residentes de la localidad de celebración de un evento deportivo son los principales receptores de los beneficios y costes de su celebración, sobre ellos recae la mayoría de impactos del evento y su opinión es muy importante para que todo transcurra con el éxito esperado. Los impactos positivos percibidos por los residentes son superiores a los impactos negativos percibidos y por tanto están a favor de la celebración del evento, o en cambio, existe un mayor número de impactos negativos que positivos y los residentes por tanto no apoyan el evento (Fredline, Jago y Deery, 2002).

El objetivo de este estudio es analizar la percepción social a nivel personal y comunitario (Oshimi, Taks y Agha, 2022), es decir, la opinión de los residentes de Marsella sobre la celebración de los Juegos Olímpicos en la ciudad, analizando los impactos positivos y negativos que produce el evento y afectan de forma directa/indirecta a los residentes.

Estudio 2: Impacto Turístico de los Juegos Olímpicos Marsella 2024

El potencial que posee la combinación de deporte y turismo no ha pasado desapercibido por las entidades organizadoras de eventos, tanto organismos públicos como privados, que se han percatado del potencial que tiene el turista deportivo constituyendo un mercado potencial de variedad y cantidad de eventos que crece exponencialmente año a año (Allameh, Khazaei, Jaber, Salehzadeh, y Asadi, 2015).

El turismo representa un porcentaje importante en las economías de los diferentes países a nivel mundial, siendo los eventos deportivos uno de los elementos que permite promover el turismo tanto nacional como internacional a una determinada localidad. Por tanto, conocer la percepción de calidad y de la imagen turística de la localidad por parte de los turistas es importante para el gobierno local a la hora de promover otras iniciativas turísticas y cómo promocionan sus atractivos turísticos (Añó, Calabuig, Ayora, Parra y Duclos, 2013).

El objetivo de este estudio es analizar el perfil turístico de los turistas/excursionistas que se desplazan a Marsella para asistir a los Juegos Olímpicos 2024: su procedencia, comportamiento y gasto generado en la localidad. (¿De dónde proceden los turistas?

¿Con quién y cómo vienen? ¿Qué actividades y gastos realizan? ¿Cómo valoran el evento? ¿Tienen intención de regresar a la ciudad?... son alguno de los ejemplos).

Estudio 3. Análisis IPA de los Juegos Olímpicos Marsella 2024

El análisis de Importancia-Valoración (IPA) es una técnica que como sus autores indican permite conocer las fortalezas y debilidades de una organización (Martilla y James, 1977). En esta investigación se va a emplear esta técnica para analizar los atributos del evento deportivo “Juegos Olímpicos Marsella 2024”, basándose en el nivel de expectativa (Importancia) y su percepción (Valoración), tanto desde el punto de vista del residente como del turista.

2. Método

ESTUDIO 1: IMPACTO SOCIAL DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS, MARSELLA 2024

Se trata de un estudio transversal y longitudinal.

— Recogida de muestra: 2 fases

- Pre-evento: 3 meses antes de la celebración del evento.
- Post evento: 3 meses después de la celebración del evento).

— Uso de muestreo no probabilístico por conveniencia online/muestreo estratificado

ESTUDIO 2: IMPACTO TURÍSTICO DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS, MARSELLA 2024

Se trata de un estudio transversal, con una única fase de recogida de datos, in situ (zonas públicas concurridas como centros comerciales o calles principales... y estadios o espacios deportivos durante la celebración del evento).

— Uso de muestreo no probabilístico por conveniencia

— A través de Códigos QR facilitados por las oficinas de turismo de Marsella.

ESTUDIO 3. ANÁLISIS IPA DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS MARSELLA 2024

Para ello, se utiliza un cuestionario con una serie de atributos (ítems) que forman el cuestionario fueron extraídos de los cuestionarios citados anteriormente.

Este cuestionario está formado por un total de 23 ítems (6 ítems extraídos del cuestionario de impacto turístico y 17 ítems del cuestionario de impacto social) que formaron tres dimensiones (Organización del evento, atributos positivos, atributos negativos).

3. Plan de trabajo y cronograma

El estudio se desarrollará en las instalaciones de la Faculté des Sciences du Sport de Aix-Marseille Université y de forma general en la ciudad de Marsella y alrededores.

Este proyecto de investigación se divide en 3 etapas o bloques:

- Etapa 1. En esta primera etapa se configurará el diseño y los procedimientos para la recogida de datos y su traducción al francés.
- Etapa 2. En esta fase se iniciará la recogida de información a través de los cuestionarios preparados al efecto.
- Etapa 3. Esta última fase permitirá el cierre y la elaboración de todos aquellos informes finales y análisis de resultados sobre los datos obtenidos de los cuestionarios.

4. Referencias

- Allameh, S., Khazaei, J., Jaber, A., Salehzadeh, R., y Asadi, H. (2015). Factors influencing sport tourists' revisit intentions: The role and effect of destination image, perceived quality, perceived value and satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(2), 191-207. <https://doi.org/10.1108/apjml-12-2013-0159>
- Añó, V., Calabuig, F., Ayora, D., Parra, D., y Duclos, D. (2013). Análisis sobre el grado de conocimiento e identificación de los tarraconenses con la candidatura a los Juegos Mediterráneos de Tarragona en 2017, *Apunts. Educació Física i Esports*, (111), 70. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2013/1\).111.07](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2013/1).111.07)
- Fredline, E., Jago, L. y Deery, M. (2002). Assessing the social impacts of events: Scale development. In Jago, L.; Deery, M.; Harris, R.; Hede, A.M. & Allen, J. (Eds.), *Events and Place Making: Proceedings of International Event Research Conference*, Sydney, July 2002 (pp. 760-787). Lindfield, Australia: Australian Centre for Event Management.
- Martilla, J.A. y James, J.C., 1977. Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79. <https://doi.org/10.2307/1250495>
- Oshimi, D., Taks, M. y Agha, N. (2022): Social impact of events: advancing insights on social impact scales, *European Sport Management Quarterly*, <https://doi.org/10.1080/16184742.2022.2076891>

Valoración del grado de inclusión de un evento deportivo por parte del deportista con discapacidad

Rómulo Jacobo González García¹ y Carlos Pérez Campos¹

^{1.} *Campus Capacitas, Universidad Católica de Valencia.*

1. Introducción

En las últimas décadas, el deporte inclusivo está cobrando más relevancia como una herramienta de desarrollo social. Así las personas suelen involucrarse en la práctica deportiva por razones de disfrute, beneficios para la salud y aspectos sociales relacionados (McLoughlin, et al., 2017), las personas con discapacidad suelen presentar una menor participación en programas vinculados con la actividad física, el deporte y la recreación (Jimenez y Cárdenas, 2020). El primer obstáculo que las personas con discapacidad enfrentan al unirse a la práctica deportiva es la falta de apoyo por parte de las entidades públicas en la promoción de programas y actividades orientados hacia individuos. Además, existen barreras de acceso por no disponer de programas deportivos adecuados en la comunidad o forzar a las personas a desplazarse requiriendo de una red social de apoyos para poder realizar dicha actividad como facilitadora en dicha cuestión (Vancampfort et al., 2022).

Así para un adecuado desempeño de la práctica de actividad física y deporte, es importante que una persona con discapacidad tenga la autonomía suficiente para desenvolverse en las instalaciones deportivas o el lugar donde se celebran los eventos deportivos, además de comprender las instrucciones que recibe durante la celebración de dicho evento. La práctica de actividad física y deporte inclusiva es un derecho que debe ser garantizado para todas las personas. Es por ello por lo que superar las barreras existentes y fomentar la participación de las personas con discapacidad en la práctica de actividad física y deporte es un desafío que requiere un compromiso conjunto de la sociedad. Por lo tanto, el objetivo general de este trabajo es conocer la valoración de deportistas con discapacidad sobre el grado de inclusión percibida de un evento deportivo popular.

2. Método

La muestra estaba compuesta por un total de 67 deportistas con discapacidad participantes en un evento deportivo popular. La edad media de los encuestados de 27,88 años (dt=14,16). En cuanto al tipo de discapacidad, los encuestados señalaban tener discapacidad visual (62,7%), discapacidad por parálisis cerebral (17,9%), discapacidad física (14,9%) y discapacidad intelectual (4,5%). Se diseñó un instrumento que permitía analizar las percepciones de los deportistas con discapacidad sobre el grado de inclusión del evento deportivo popular. Así, se contó con la colaboración de un grupo de expertos para valorar la idoneidad y comprensión de los ítems elaborados.

El instrumento contaba con un total de 20 ítems que respondían a indicadores específicos referentes a los espacios y accesos, los vestuarios, el equipamiento, el personal del evento, el personal voluntario, la organización del evento (cumplimiento de horarios, resolución de problemas, atención individualizada), el transporte y la información facilitada del evento.

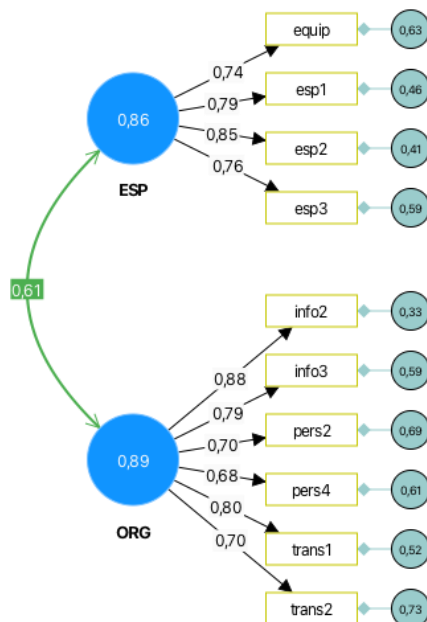
En una primera aproximación, se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) de los resultados. Seguidamente, se procedió a realizar un modelo de ecuaciones estructurales basados en covarianza (CB-SEM) con la finalidad de confirmar los compuestos lineales extraídos previamente y estimar el grado de inclusión percibida en el evento deportivo. Para ello se han utilizado los paquetes estadísticos Jamovi (versión 2.3.26) y SmartPLS (versión 4.1.0.2).

3. Resultados

Para medir la idoneidad de los datos a la hora de aplicar el análisis factorial se realizó una prueba de KMO reportando una puntuación de 0.86, superior a lo recomendado (≥ 0.60). Por su parte el AFE reportó 2 factores: el primero de ellos compuesto por 4 ítems con cargas factoriales entre 0.69 y 0,87; el segundo factor se compuso de un total de 6 ítems presentando cargas factoriales entre 0,61 y 0.83. El porcentaje de varianza total es del 52,3%. Por su parte el error de aproximación (RMSEA) fue aceptable con una valoración de 0,09 (≤ 0.1), Un total de 10 ítems fueron excluidos del modelo final por no cumplir con algunos de los supuestos que permitían optimizar el ajuste del mismo.

Seguidamente se procedió a realizar un análisis de CB-SEM para confirmar la relación estructural de las variables identificadas en el constructo. Los resultados del ajuste del modelo obtenidos son igual o superiores al punto de corte recomendado (0,90): GFI=0,90; CFI 0,97; TLI=0,96. El valor de SRMR es de 0,06, inferior al punto recomendado (0,08). Por su parte, el valor de Chi cuadrado Normado es de 1,28, inferior al punto de corte recomendado de 3.0. Por lo que respecta a las dimensiones obtenidas, la consistencia interna para la dimensión denominada “Espacios” presenta un valor de Alfa de Cronbach de 0,86, mientras que la dimensión denominada “Organización” presenta un valor de Alfa de Cronbach de 0,89. Por su parte, la validez discriminante se calculó mediante el Ratio Heterotrait-Monotrait (HTMT) presentando un valor de adecuado de 0,64, inferior al punto de corte recomendados de 0,90. Finalmente, el valor de correlación entre variables es de $r=0,61$.

Figura 1. Estructura del modelo de ecuaciones basado en covarianzas.



Nota: ESP= Espacios; ORG= Organización.

4. Conclusiones

A modo de conclusión, se observa que el instrumento diseñado para medir el grado de inclusión de los eventos deportivos populares puede utilizarse como una herramienta útil para los organizadores gestores de este tipo de eventos. Por su parte, las personas con discapacidad asocian la inclusión hacia dos dimensiones, una relativa a los espacios donde se desarrolla el evento y otra asociada a aspectos organizativos del propio evento.

5. Referencias

- Jimenez, L. E. C., & Cárdenas, A. I. G. (2020). Validity and confiability of the scale of physical activity for disabled adults PASIPD-C. *Retos*, 41(41), 162–170.
- McLoughlin, G., Fecske, C. W., Castaneda, Y., Gwin, C., & Graber, K. (2017). Sport participation for elite athletes with physical disabilities: Motivations, barriers, and facilitators. *Adapted Physical Activity Quarterly*, 34(4), 421-441.
- Vancampfort, D., Van Damme, T., Firth, J., Stubbs, B., Schuch, F., Suetani, S., ... & Van Biesen, D. (2022). Physical activity correlates in children and adolescents, adults, and older adults with an intellectual disability: A systematic review. *Disability and Rehabilitation*, 44(16), 4189-4200.



Sección 2

Espacios y equipamientos deportivos

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Ratio de cobertura movilidad activa en Instalaciones y Equipamientos deportivos en una zona urbana a escala micro

**Francisco Cavas García¹, Alfonso Martínez Moreno¹,
Rodrigo Ibáñez Garcíaz^{1,2}, Arturo Díaz Suárez¹**

^{1.} *Actividad Física y Deportes. Grupo Investigación
UMUSPORT.*

^{2.} *Universidad de Murcia 2Escuela Universitaria de Osuna.
Universidad de Sevilla.*

1. Introducción

En el contexto de la planificación urbana contemporánea, las “Ciudades de 15 Minutos” han emergido como un concepto clave para la creación de entornos urbanos más sostenibles, inclusivos y habitables. Este enfoque, promovido por urbanistas como Carlos Moreno (Moreno et al., 2021), propone reorganizar las ciudades para que los residentes tengan acceso a todos los servicios y necesidades básicas dentro de un radio de 15 minutos a pie, bicicleta o transporte público. La idea de reorganizar las ciudades en torno a la proximidad, la accesibilidad y la diversidad de funciones urbanas tiende a la promoción de una distribución equitativa de servicios básicos, como tiendas, escuelas, parques y, en nuestro caso de interés, equipamientos deportivos, de manera que sean fácilmente accesibles para todos los ciudadanos en un corto período de tiempo y preferiblemente a través de medios sostenibles de transporte, como caminar o andar en bicicleta. Los equipamientos deportivos desempeñan un papel fundamental en la promoción de estilos de vida saludables y activos, así como en la cohesión social dentro de las comunidades urbanas (Caballero & Such, 2019). Por lo tanto, su integración dentro de los principios de las Ciudades de 15 Minutos es esencial para fomentar la actividad física y el bienestar de los residentes. La presencia de instalaciones deportivas dentro de un radio de 15 minutos a pie o en bicicleta no solo facilita el acceso a la actividad física, sino que también promueve un sentido de pertenencia y comunidad entre los habitantes locales (Cáceres Seguel & Ahumada Villarroel, 2020).

2. Objetivo

Con el apoyo de herramientas para sistemas de información geográfica (GIS) en un entorno determinado recopilar, gestionar y analizar datos con el fin de determinar el ratio de cobertura movilidad activa en Instalaciones y Equipamientos deportivos en una zona urbana a escala micro para testear la eficacia de estas herramientas como elementos de análisis y ayuda a la planificación urbanístico deportiva en la gestión deportiva municipal.

3. Material y método

Procedimiento: 1. Recopilación de Datos: Obtención de datos geoespaciales de equipamientos deportivos y vías ciclables del municipio. Estos datos pueden estar disponibles a través de diversas fuentes. 2- Preparación de Datos: Importación de datos en formato compatible con QGIS, format shapefiles. 3- Proyección y georreferenciación de datos para asegurar la consistencia espacial. 4- Análisis de Cobertura de Equipamientos Deportivos: 5- Utilización de herramientas de análisis de proximidad en QGIS para calcular áreas que se encuentren dentro de un radio de 15 minutos a pie o en bicicleta desde los equipamientos deportivos existentes. (BUFFER) Generación de mapas temáticos que visualicen las áreas cubiertas y no cubiertas por los equipamientos deportivos dentro de este radio. 5- Evaluación de Interconexión con Vías Ciclables: Obtener información crítica sobre la distribución espacial de los equipamientos deportivos y su accesibilidad a través de vías ciclables dentro de un determinado ratio de cobertura (fig1).

4. Resultados.

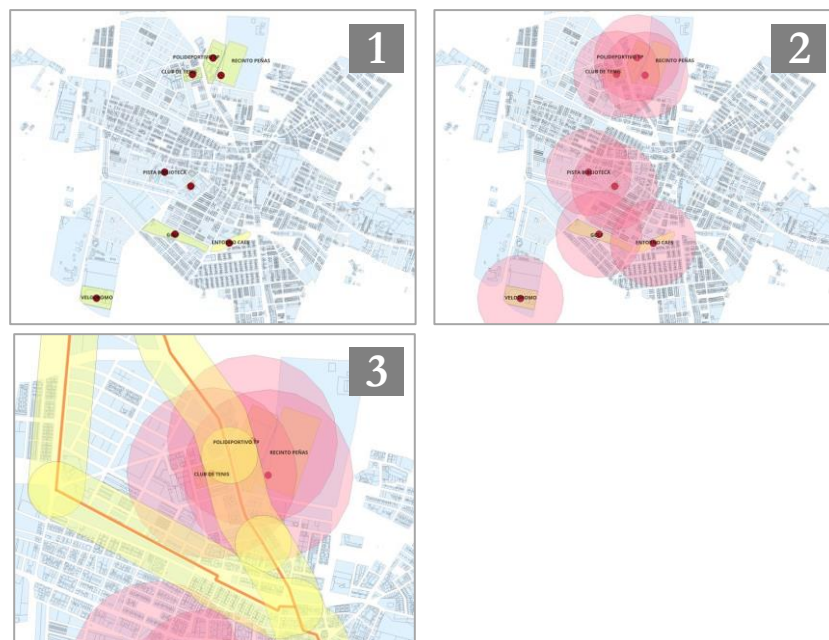


Figura 1. 1. Análisis de Cobertura de Equipamientos Deportivos. Identificación, localización de los equipamientos deportivos. 2. Análisis de ratio de cobertura con herramienta “Buffer” para establecer áreas dentro de desplazamiento a 15 minutos a pie o en bicicleta. 3- Análisis a escala micro en la zona del Polideportivo de Torre Pacheco y Club de tenis TP sobre de la interacción entre vías ciclables existentes y su área de influencia (buffer via ciclable) con el área de cobertura de los equipamientos deportivos.

5. Conclusión

La evaluación de ratios de cobertura y movilidad activa en instalaciones y equipamientos deportivos dentro de una zona urbana es sin duda uno de los parámetros fundamentales a tener en cuenta para una óptima planificación urbana y deportiva centrada en el concepto de las Ciudades de 15 Minutos. Al mismo tiempo las herramientas mediante software libre sirven para iniciar un proceso de ayuda a la toma de decisiones en cuanto a la planificación urbanístico-deportiva con criterios de movilidad sostenible. El uso de herramientas GIS de código abierto facilita este proceso al proporcionar acceso a datos espaciales para realizar análisis flexibles y detallados. Estas herramientas son altamente escalables y pueden adaptarse para satisfacer las necesidades de proyectos urbanístico-deportivos de cualquier escala, desde el análisis de barrios individuales hasta la planificación a nivel de ciudad o región metropolitana. Por tanto, son altamente recomendables desde el punto de vista de la planificación de las políticas deportivas en la gestión municipal y ayudarán al análisis y toma de decisiones para gestores deportivos en la redacción de los Planes Locales de Equipamientos Deportivos Municipales favoreciendo la creación de entornos más accesibles, sostenibles y habitables para todos los ciudadanos.

6. Referencias

- Caballero, G. A., & Such, J. A. (2019). Planificación urbana integral, aprendiendo de Europa. Diputació de Barcelona.
- Cáceres Seguel, C., & Ahumada Villarroel, G. (2020). Acceso a equipamiento urbano y calidad de vida. Quilpué y Villa Alemana, Chile. *Bitácora Urbano Territorial*, 30(3), 263-275.
- García-Almirall, M. P., Valls Dalmau, F., & Moix Bergadà, M. (2011). SIG en la Gestión de la Información Urbanística en el ámbito local. CENTRE DE POLÍTICA DE SOL I VALORACIONS (CPSV).
- Moreno, C.; Allam, Z.; Chabaud, D.; Gall, C. & Pratlong, F. (2021). Introducing the “15-Minute City” Resilience and Place Identity in Future Post-Pandemic Cities. *Sustainability*, 4, 93-111.

Los circuitos deportivos de proximidad y la promoción del deporte al aire libre

Gerard Xixons Sole¹

^{1.} *Oficina de Equipamientos Deportivos Área de Deportes y Actividad Física, Diputación de Barcelona.*

1. Introducción

La Diputación de Barcelona es una institución de gobierno local que tiene como misión impulsar el progreso y el bienestar de la ciudadanía de la provincia de Barcelona. En concreto, a través del Área de Deportes y Actividad Física, actúa asistiendo y cooperando de manera técnica y económica con los ayuntamientos en el ámbito de la actividad física y deportiva, con la finalidad de contribuir a la mejora de la calidad de vida de la población.

2. Marco teórico

La planificación de los equipamientos para la práctica de la actividad física y deportiva se ha focalizado históricamente en la creación y mantenimiento de instalaciones deportivas. No obstante, hay que tener en cuenta que más de las 2/3 partes del volumen de práctica deportiva tiene lugar en los entornos urbanos y naturales (Generalitat de Catalunya, 2020).

Además, el deporte al aire libre proporciona beneficios significativos para la salud física y mental que a menudo van más allá de los beneficios de la actividad física en interiores y parece ser una respuesta eficaz a los problemas de estrés y otras enfermedades asociadas a la vida moderna (Eigenschenk et al., 2019).

Por lo tanto, hay que tener presente nuevas perspectivas en el ámbito de la planificación de los espacios deportivos, como, por ejemplo, las facilidades que aporta el entorno para realizar ejercicio al aire libre (Gallardo, 2020).

3. Objetivos

La Diputación de Barcelona impulsa el proyecto Circuitos Deportivos de Proximidad, que tiene como finalidad la creación de recorridos conectados a instalaciones deportivas municipales, para fomentar la práctica física y deportiva al aire libre de la ciudadanía de forma sostenible, aprovechando la geografía de la provincia de Barcelona como gran pabellón verde (Diputació de Barcelona, 2022). La iniciativa nació en 2022 y pretende conseguir los siguientes objetivos:

- Crear circuitos deportivos de proximidad, complementarios a las instalaciones deportivas municipales, en los cuales la población pueda practicar la actividad física de forma libre y gratuita.
- Aumentar el número de entornos activos al espacio público, teniendo en cuenta la perspectiva de género, la sostenibilidad y las nuevas tecnologías.

- Favorecer la práctica física y deportiva de la ciudadanía, sin exclusión, e incluyendo hábitos de vida saludables y en colaboración con los entes locales.
- Aprovechar y poner de relieve las externalidades del territorio, como gran pabellón verde y espacio de actividad física y deportiva.

4. Metodología

El proyecto se basa en la utilización de instrumentos de cooperación técnica y económica entre la Diputación de Barcelona y los ayuntamientos participantes en la iniciativa para poder desarrollar los siguientes tres ámbitos de actuación:

- La redacción de los estudios de instalación de señales y otros elementos complementarios (máquinas cardiovasculares, barras para estiramientos, etc.) de los circuitos deportivos mediante soporte técnico.
- La ejecución de las acciones de mejora detalladas en los estudios de circuitos deportivos a través de asistencia económica a los ayuntamientos.
- La elaboración de documentos técnicos de apoyo al proyecto: manual de estilo de señalización de circuitos, estudio sobre pavimentos de itinerarios, etc.

5. Resultados

El proyecto ha desarrollado su prueba piloto durante el período 2022-2023, a través de la cual se ha instalado señalización y otros elementos complementarios en un total de 9 circuitos deportivos de proximidad pertenecientes a municipios de diferentes características geográficas. En este sentido, cabe destacar que la inversión ha resultado sostenible tanto desde el punto de vista ambiental, ya que se ha utilizado material biodegradable siempre que ha sido posible, como en términos económicos, puesto que ha representado una inversión de solo 0,81 €/persona beneficiaria.

Tabla 1. Resultados de la prueba piloto 2022-2023 del proyecto Circuitos Deportivos de Proximidad (Fuente: Diputación de Barcelona)

Población beneficiaria	Inversión en acciones de mejora	Inversión por persona beneficiaria
198.620	159.900 €	0,81 €

En el año 2024 se da continuidad al proyecto y se prevé la redacción de 11 estudios (60 km) y la ejecución de acciones de mejora en 12 circuitos deportivos (65 km).

6. Conclusiones

La ejecución de la prueba piloto del proyecto ha permitido llegar a la conclusión de que la creación de circuitos deportivos de proximidad es una experiencia positiva y exitosa de iniciativa pública sostenible para la promoción de los espacios deportivos al aire libre. En consecuencia, la Diputación de Barcelona tiene la voluntad de seguir impulsando el proyecto, ofreciendo anualmente los recursos técnicos y económicos destinados a implementar circuitos deportivos de proximidad a los municipios, y de promover la actividad física y deportiva al aire libre de la provincia de Barcelona.

7. Referencias bibliográficas

- Diputació de Barcelona (2022). *Projecte de creació de circuits esportius de proximitat*. Documento inédito.
- Eigenschenk, B., Thomann, A., McClure, M., Davies, L., Gregory, M., Dettweiler, U., & Inglés, E. (2019). Benefits of Outdoor Sports for Society. A Systematic Literature Review and Reflections on Evidence. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. <https://doi.org/10.3390/ijerph16060937>
- Gallardo, L. (2020). Nuevas perspectivas en los equipamientos en el primer cuarto del siglo XXI. En Puig, N., & Camps, A. (Eds.). *Diàlegs sobre el deporte (1975-2020)* (pp. 137-144). Editorial INDE. ISBN: 978-84-9729-387-7.
- Generalitat de Catalunya (2020). *Enquesta sobre l'activitat física i esportiva a Catalunya 2019*. Consell Català de l'Esport, Generalitat de Catalunya.

Análisis exploratorio de alternativas al SBR como relleno técnico en césped artificial

Manuel León¹, Moisés Mingüez², Alba Bajo² y Ester López Moya²

- 1. IGOID-SPORTEC - Grupo IGOID, Universidad de Castilla-La Mancha. Toledo (España)*
- 2. Departamento de Actividad Física y Ciencias del Deporte. Grupo IGOID, Universidad de Castilla-La Mancha. Toledo (España)*

1. Introducción

El mercado de las superficies deportivas de césped artificial es un eslabón fundamental en el sistema deportivo y en el sector de las instalaciones deportivas. Sin embargo, a pesar de ser una superficie necesaria para la sostenibilidad social en el deporte, no es en absoluto sostenible desde el punto de vista medioambiental y económico, debido al uso de microplásticos y en especial el uso neumático reciclado (SBR) como principal material para el relleno técnico, que aporta la principal parte de la función deportiva a estas superficies.

No obstante, este hecho no ha tenido un impacto importante en este tipo de instalaciones deportivas hasta la entrada en septiembre de 2023 de la normativa europea por la que se prohíbe el uso de microplásticos (Reglamento (UE) 2023/2055). Hay que tener en cuenta que este tipo de contaminación es altamente preocupante para el medio ambiente. Rochman (2018) la nombraba como una contaminación moderna y perversa, pues entra en diferentes ciclos naturales y es imposible de evadir, llegando hasta la alimentación de los animales. La ECHA (Agencia Europea Química), promotora de las restricciones, indicaba que el principal liberador de microplásticos es el césped artificial deportivo.

Sin embargo, en la actualidad los campos de tercera generación son construidos en su mayoría con microplásticos. Hay alternativas orgánicas viables, pero que no presentan una solución estándar o única como ocurría con el SBR, por ejemplo. Por ello, el objetivo de este trabajo es realizar una primera aproximación al comportamiento biomecánico de diferentes alternativas de relleno técnico que puedan cumplir la normativa de microplásticos.

2. Metodología

Para este trabajo se han construido muestras de 1x1 m de césped artificial deportivo en laboratorio, siguiendo las indicaciones de montaje de la norma UNE-EN 12229:2000. *Pavimentos para superficies deportivas. Procedimiento para la preparación de probetas de ensayo de hierba artificial y moqueta*. Se han construido X moquetas utilizando el mismo tipo de césped artificial (césped artificial de 60 mm monofilamento, 13.000 Dtex, 8.750 puntadas/m² y un peso total de moqueta de 2.321 g/m²). De esta manera, el comportamiento biomecánico estará producido principalmente por el relleno técnico a ensayar. Las muestras fueron rellenadas con 18 kg/m² y cada uno de los rellenos técnicos a ensayar, en cantidad suficiente hasta alcanzar 15 mm de pelo libre. Los rellenos utilizados fueron (se montó una muestra por cada relleno):

- Relleno SBR actual, < 5 mm. SBR.
- Relleno polimérico de material reciclado > 5 mm en 3 versiones diferentes (fases iniciales de ecolastene, procedente del proyecto LIFEt4C). Eco 1 a 3.
- Relleno de hueso de aceituna. Oli.
- Relleno de hueso de aceituna mezclada con caucho en proporción 80/20. Oli+Cor

Sobre cada muestra se realizaron pruebas de absorción de impactos (SA), deformación vertical (VD), resistencia rotacional (RR) y rebote de balón (BR), siguiendo los métodos establecidos en el FIFA Quality Orogramme for Football Turf, Test Manual I – Test Methods, October 2015 edition, v3.4 01.02.2022. Se debe tener en cuenta que el Test Manual II – Test Requirements, October 2015 edition, v3.4 01.02.2022, del mismo programa, propone unos rangos recomendados, considerados seguros y funcionales para la práctica del fútbol (Tabla 1).

Tabla 1. *Valores recomendados para pruebas biomecánicas*

Ensayos	Unidades	Mínimo	Máximo
Absorción impactos	%	55	70
Deformación vertical	mm	4	11
Resistencia rotacional	Nm	25	50
Rebote vertical	m	0,60	1,00

3. Resultados

Los resultados se muestran en la figura 1. Se observa como el SBR < 5 mm, material predominante hasta el momento, presentaba unos valores biomecánicos muy adecuados. Sin embargo, el resto de rellenos presentan valores menos uniformes, con valores dentro y fuera de lo recomendado, según la prueba. Destaca como los rellenos eco, a pesar de ser material polimérico, presentan valores muy diferentes, mostrando por tanto la gran versatilidad de este material. Por el contrario, el relleno de aceituna presenta unos valores muy bajos en absorción de impactos y deformación vertical si no se combina con otros materiales.

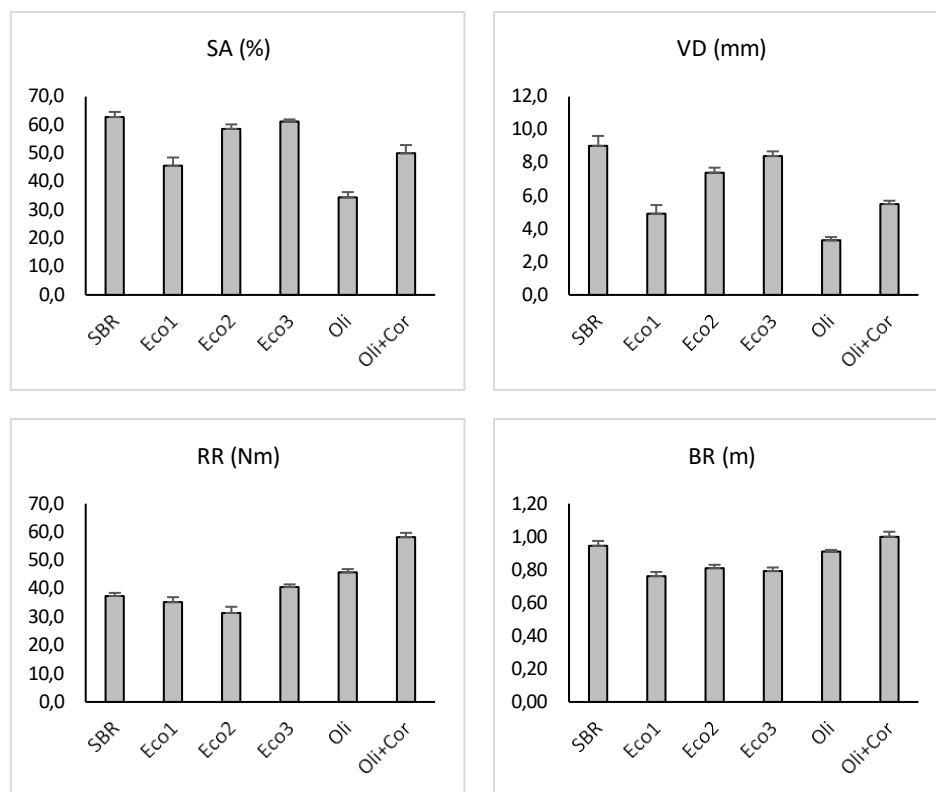


Figura 1. Resultados de los ensayos

4. Bibliografía

- Rochman, C. M. (2018). Microplastics research—from sink to source. *Science*, 360, 28-29. Sánchez-Sánchez, J., García-Unanue, J., Gallardo, A. M., Gallardo, L., Hexaire, P., & Felipe, J.
- L. (2018). Effect of structural components, mechanical wear and environmental conditions on the player–surface interaction on artificial turf football pitches. *Materials & Design*, 140, 172-178.

Los resultados de este estudio forman parte de la ayuda PINVE-45-0023/2021 del Programa Investigo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, financiada por la Unión Europea, Next Generation EU.

De igual modo, este estudio ha contado con financiación del programa LIFE de la Unión Europea bajo el acuerdo de subvención N° 101113745. Los puntos de vista y opiniones expresados son únicamente los del autor y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o el programa LIFE. Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser considerados responsables de ellos.

El auge de los deportes urbanos

Matteo Nicholas Mencuccini¹

¹: *Máster en Gestión Deportiva UPF Barcelona School of Management.*

1. Introducción

Durante la última década, los deportes urbanos como el skate y el BMX, entre otros, han experimentado una explosión en popularidad, emergiendo como una forma de expresión cultural y estilo de vida más allá de las limitaciones tradicionales del deporte. De esta manera, se plantea la primera hipótesis de este trabajo de investigación de que los deportes urbanos surgen a la cultura convencional a través de la búsqueda de deportes individualistas e interés en subculturas urbanas a los principios del siglo XX, así reflejando una búsqueda de identidad y una forma de resistencia cultural por parte de la juventud contemporánea. A su vez, también se plantea el concepto de que estos deportes actualmente están poco aprovechados y explotados a nivel de patrocinios privados y sponsors externos, además de tener una limitada cantidad de competiciones oficiales, lo cual impide a estos deportes a seguir creciendo.

2. Objetivos

Para asegurar un cumplimiento correcto del estudio, se han planteado unos objetivos previos, los cuales servirán como de guía para la elaboración del análisis. Estos son:

- Estudiar cada disciplina urbana individualmente.
- Analizar el interés de la cultura popular en los deportes urbanos.
- Evaluar competiciones de los deportes según oficialidad y respaldo federativo.
- Averiguar cuáles son los ingresos de estas disciplinas.
- Comparar los deportes urbanos con aquellos tradicionales.
- Proponer propuestas de mejora y de expansión para estas disciplinas.

A raíz de los objetivos establecidos y las hipótesis planteadas, se elaboran unas preguntas de investigación para guiar la dirección del trabajo. Estas preguntas son:

- ¿Cuáles han sido las causas y consecuencias del auge de los deportes urbanos?
- ¿Cuáles son los ingresos actuales de estos deportes?
- ¿Qué relevancia mediática tienen estos deportes?
- ¿Cómo se comparan estos datos a aquellos de deportes tradicionales?

Esta propuesta de comunicación tiene que ver con el TFM del autor, que cuenta con la mentoría del profesor Xavier Moyano Vijuesca. El trabajo está previsto que se presente en el mes de junio, siguiendo el calendario del máster en Gestión Deportiva de la UPF Barcelona School of Management.

El autor se compromete a presentar los resultados de la investigación en la línea de lo expresado en este abstract.

- ¿Qué pueden hacer los deportes urbanos para seguir creciendo en el futuro?

3. Método

Para poder cumplir con todo lo establecido anteriormente y poder obtener la mayor cantidad de información relevante para el caso planteado, se utilizará un método mixto como método de investigación, una mezcla de herramientas cualitativas y cuantitativas. Se ha empleado la recopilación de información de distintas fuentes, ya sean artículos, estudios o escritos académicos, un análisis comparativo con otros deportes para demostrar en qué situación se encuentran estas disciplinas, además de contacto y entrevistas con profesionales, deportistas y distintos agentes del sector.

4. Resultados

Al ser un trabajo final de máster, el cual se encuentra en proceso aún, los resultados finales, a día de hoy, aún no están del todo desarrollados. A su vez, se está colaborando con la Real Federación Española de Patinaje para crear la primera liga nacional oficial de skateboarding, con el objetivo de fomentar el crecimiento del deporte y aumentar los ingresos en este ámbito. A pesar de no encontrarse completado hay algunos primeros resultados que se pueden presentar para ya empezar a demostrar las hipótesis explicadas al principio de este documento. Según un estudio Sports Survey realizado por PwC en 2020 indica que los deportes urbanos se encuentran en cuarta posición en cuanto a deportes con potencial de crecer ingresos. Asimismo, se puede examinar como la liga predominante del deporte del skateboarding conocida como la SLS, Street League Skateboarding, consigue alrededor de 17 millones de interacciones en redes sociales, así compitiendo con las de las principales ligas profesionales de deportes en los Estados Unidos. En comparación con MLB, MLS, NFL, NHL y NBA, SLS ocupa un destacado tercer lugar en cuanto a interacciones totales, solo por detrás de MLB y la NFL, con un impresionante promedio que supera las 725 mil.

5. Discusión y primeras conclusiones

Aunque los deportes urbanos tienen cifras de interacción y potenciales de crecimiento superiores en comparación con algunos deportes tradicionales, existe disparidad en términos de recompensa económica. Según Forbes, en 2014, los jugadores de la NBA ganaron un promedio de \$4.9 millones.

El salario promedio para jugadores de la MLB (\$3.82 millones), NHL (\$2.58 millones) y NFL (más de \$2 millones) superó con creces las ganancias anuales de casi todos los principales deportistas de acción. Mientras tanto, los atletas de deportes de acción como el ciclismo de montaña a menudo ganan entre \$50,000 y \$200,000 anuales.

Además, la falta de competiciones oficiales y financiamiento en los deportes urbanos contrasta con los grandes eventos como los Grand Slam en tenis, que generan ingresos que superan los 1.000 millones de dólares, mientras que los X Games en Minnesota en 2023 generaron \$42 millones en actividad económica.

6. Referencias

Bach, L. (1993). Sports without facilities: the use of urban spaces by informal sports.

International review for the sociology of sport, 28(2+3), 281-98. Obtenido Enero 10, 2024.

Batuev, M. y Robinson, L. (16 de octubre de 2017). Inder Science Online. How skateboarding made it to the Olympics: an institutional perspective. Obtenido febrero 10, 2024 de

<https://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJSMM.2017.087446>

Post, A. (n.d.). Subcultures and Social Media: Mass Differentiation. Social Media Data. <http://socialmediadata.com/subcultures-and-social-media-mass-differentiation/>.

Thorpe, H. y Wheaton, B. (2022). Action Sports and the Olympic Games: Past, Present and Future. Obtenido febrero 10, 2024 de <https://www.routledge.com/sport/series/RCSIS>

Esta propuesta de comunicación tiene que ver con el TFM del autor, que cuenta con la mentoría del profesor Xavier Moyano Vijuesca. El trabajo está previsto que se presente en el mes de junio, siguiendo el calendario del máster en Gestión Deportiva de la UPF Barcelona School of Management. El autor se compromete a presentar los resultados de la investigación en la línea de lo expresado en este abstract.

FSF 2040: Future Sports Facilities

M^a Luisa Martín-Sánchez¹, Carlos Serrano Luengo¹, José Luis Esteban Penelas² y Javier Sánchez-Sánchez¹

- ^{1.} *Facultad de Ciencias del Deporte, Universidad Europea de Madrid.*
- ^{2.} *Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño, Universidad Europea de Madrid.*

1. Introducción

El Aprendizaje Basado en Retos (CBL) es un enfoque educativo, que, empleado dentro del alumnado universitario, los sitúa en situaciones problemáticas que requieren de la aplicación de sus conocimientos y habilidades para encontrar soluciones (Alba Ruiz-Morales et al., 2017; Marra et al., 2014). Este enfoque promueve el aprendizaje activo, la colaboración en diferentes áreas de trabajo y la resolución de problemas (Jonassen, 2014; Savery, 2015) y, por lo tanto, permite a los estudiantes aplicar sus conocimientos y habilidades en contextos reales. No obstante, si tenemos en cuenta la aplicación de este tipo de metodología de aprendizaje, actualmente, no es habitual su práctica en los grados relacionados con la actividad física y el deporte.

2. Objetivos

El objetivo principal de este proyecto será dotar al alumnado de Diseño y planificación de espacios deportivos del Grado de Gestión Deportiva (2º curso), al alumnado de Diseño y planificación de instalaciones deportivas de CCAFYD (4º curso) y al alumnado del Área de Proyectos Arquitectónicos del Grado de Arquitectura (4º y 5º cursos) de las herramientas y experiencias clave con la que diseñar instalaciones deportivas avanzadas.

Objetivos específicos:

- Desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios para diseñar, organizar y gestionar espacios e instalaciones deportivas avanzadas y complementarias.
- Adquirir conocimientos sobre las herramientas y técnicas de diseño de instalaciones y espacios de manera digital.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en las asignaturas “Diseño y planificación de instalaciones deportivas” y “Diseño y planificación de espacios deportivos” a un proyecto real.
- Fomentar las habilidades y conocimientos necesarios para diseñar e implementar espacios deportivos que tengan un impacto positivo en el medio ambiente, la sociedad y la economía. Es vital que los estudiantes desarrollen una alta capacidad de empatía ante el mundo que vivimos y los modelos de vida establecidos, fomentando así su lado más activo con respecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

3. Metodología

MUESTRA

67 alumnos: 30 alumnos/as de Diseño y Planificación de Espacios Deportivos del Grado de Gestión Deportiva, 2º curso; 17 alumnos de Diseño y Planificación de Instalaciones Deportivas del Grado de CCAFYD (5º curso); y 20 alumnos/as de TFG del grado de Arquitectura (4º curso) de la Universidad Europea de Madrid.

PROCEDIMIENTO

Este proyecto se corresponderá al trabajo final de la asignatura Diseño y planificación de espacios deportivos que se realiza en 2º del Grado en Gestión Deportiva y en la asignatura Diseño y planificación de instalaciones deportivas de 4º de CCAFYD, así como ejercicios evaluables individuales de Proyectos Arquitectónicos, 4º y 5º de Arquitectura, como actividad evaluable en el curso. No obstante, en lugar de realizar este trabajo de forma tradicional, se realizará mediante un reto en el que, con la mezcla del alumnado de los Grados de Arquitectura, Grado de Gestión Deportiva y CCAFYD, “lucharán” por lograr la mejor propuesta de diseño. El reto se compondrá de las siguientes fases:

- **Fase 1:** El director del COI en la UEM y lanzará el reto de diseñar un espacio deportivo desde cero enfocado a los JJOO de París 2024. Para ello, explicará “in situ” mediante una ponencia mostrando los diferentes espacios deportivos que se pueden encontrar, tendencias, características de la organización, así como el legado del COI.
- **Fase 2:** En grupos, los alumnos/as de cada Grado ejecutarán su propuesta conforme a los criterios marcados en el trabajo. El alumnado deberá trabajar conjuntamente para que, puedan mostrar el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta las directrices y feedback sobre ese diseño por parte del alumnado del Grado de Arquitectura, incorporando al propio diseño las pautas propuestas por ellos.
- **Fase 3:** Tras esto, expondrán su trabajo delante de los docentes correspondientes de cada asignatura y expertos tanto en instalaciones deportivas como arquitectura. En esta sesión intermedia, se seleccionarán las 2 mejores propuestas, y que, tras mejorarse competirán entre ellas en una sesión final.
- **Fase 4:** Una vez realizadas las mejoras de propuestas, estas serán las que representen a dichos Grados en la defensa final ante un tribunal de expertos.
- **Fase 5:** Los representantes de cada grado presentarán la propuesta seleccionada ante un comité de expertos en un acto público y este comité elegirá la propuesta ganadora.

Los alumnos cuya propuesta sea seleccionada en la Fase 4 obtendrán un diploma recogiendo este éxito. Por último, la propuesta ganadora vendrá acompañada por un trofeo y un nuevo diploma tanto para el grupo del Grado de Gestión Deportiva o CCAFYD y el grupo del Grado de Arquitectura.

El reto será compartido en las redes sociales de la universidad y se publicará una noticia en los medios pertinentes de la propia UE. Cabe resaltar que, el equipo docente se encontrará como mínimo 15 días, aunque se pueden ejecutar encuentros adicionales.

INSTRUMENTOS

Se analizará la predisposición de los alumnos al reto y la satisfacción con el mismo mediante el Net Promoter Score antes y después. Además, se pasará un cuestionario antes y después del reto (escala de Likert de 1 a 7), para analizar cambios pre-post en la autopercepción del alumnado en competencias relacionadas con: trabajo en equipo, liderazgo, la toma de decisiones, pensamiento crítico, solución de problemas, planificación, motivación hacia la calidad y uso de TIC. También se analizará el resultado en la nota media del grupo con las notas del año anterior y con la nota media del resto de trabajos de la asignatura. Por último, se analizará el grado de acierto en el examen en aquellas preguntas relacionadas con los contenidos del reto. El impacto del proyecto se medirá a través de varios indicadores:

- **Grado de participación en el proyecto:** N° estudiantes – N° estudiantes que no han terminado el CBL.
- **Nota final obtenida por los estudiantes:** Nota final media, Nota modal de cada grado y N° de grupos con una nota igual o superior al 9.
- **Grado de satisfacción con el reto del alumnado:** se esperará un resultado promedio por encima de 4 sobre 5 en la satisfacción general.
- **Grado de recomendación del reto:** utilizando el NPS score se preguntará a los alumnos sobre si recomendarían la participación en este proyecto a otros compañeros. Se espera un resultado del 25% de forma que uno de cada 3 alumnos responda entre un 9 y 10.
- **Aceptación de la comunicación** en el Congreso Internacional.
- **Publicación de un capítulo de libro:** En editorial SPI Q1.

ANÁLISIS DE DATOS

Los datos se expondrán en forma de media y desviación típica. Se utilizará la T de Students para analizar cambios pre-post en toda la muestra salvo que no haya una distribución normal, en cuyo caso se utilizaría la prueba equivalente no paramétrica (prueba de los signos de Wilcoxon). La comparación basal entre grados se analizará con la Prueba T de Student para muestras independientes o su equivalente no paramétrico (Mann-Whitney U).

4. Resultados esperados

Los resultados del reto estarán disponibles entre junio y julio de 2024. Se espera que la autopercepción de dominio de competencia sea diferente entre los grados pudiendo ser debido a que uno es de 2º y otro de 4º año. No se espera ver cambios pre-post significativos en la evolución de competencias al ser un reto de un de menos de un mes de duración. Sin embargo, si se espera una nota superior a la media del resto de trabajos presentados.

5. Conclusiones

El CBL, unido a experiencias transdisciplinares, permite desarrollar proyectos y trabajos en el aula motivantes a la vez que vinculados a diferentes entornos profesionales de la industria. Además, contribuye a diseñar experiencias de aprendizaje de alto nivel gracias a exigir que los alumnos realicen procesos cognitivos complejos conforme a lo marcado en la Pirámide de Bloom.

6. Referencias

- Alba Ruiz-Morales, C., Gómez, K., Mattera, M., Rodríguez Gómez, M., y Soto, F. (2017). Aprendizaje experiencial para el acercamiento al mundo profesional aprendizaje experiencial a través de proyectos empresariales con colaboraciones interdisciplinarias. En V. Baena Graciá (Ed.), *El Aprendizaje Experiencial como metodología docente Buenas prácticas* (1ª ed., pp. 89-103). Madrid: Editorial Narcea.
- Jou, M., Hung, C. K., & Lai, S. H. (2010). Application of challenge based learning approaches in robotics education. *International Journal of Technology and Engineering Education*, 7(2), 17-18.
- Marra, R., Jonassen, D. H., Palmer, B., & Luft, S. (2014). Why problem-based learning works: Theoretical foundations. *Journal on Excellence in College Teaching*, 25(3&4), 221-238.
- Savery, J. R. (2015). Overview of problem-based learning: Definitions and theoretical framework. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, 9(1), 1-19.



Sección 3

Mercado de
trabajo del deporte
profesional

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Análisis preliminar de factores que influyen en los salarios de futbolistas: limitaciones y perspectivas futuras

José Fernández-Alvarez¹, Angel Barajas¹ y Elena Shakina¹

*1. Dpto. Economía Financiera y Contabilidad,
Universidade de Vigo*

1. Introducción

Tanto las normas del Juego Limpio Financiero de la UEFA como el Reglamento de Control Económico de los Clubes y SADs por parte de la Liga, buscan que los clubes sean financieramente sostenibles y que lo hagan principalmente acompañando sus ingresos con sus gastos. Tan importante es el tema que La Liga establece cada temporada el límite de la plantilla deportiva de cada club (véase <https://www.laliga.com/transparencia/gestion-economica/limite-coste-plantilla>).

Ya Barajas & Rodríguez (2010) habían advertido del peso de los sueldos en las débiles finanzas de los clubes españoles. Aunque la situación está mejorando todavía se siguen encontrando problemas. Por ejemplo el Barcelona estaba excedido en 130 millones de euros en septiembre de 2023 (Malagón, 2023) y casi duplicando su límite de 204 millones en febrero de 2024 (Malagón, 2024). La mayoría de los estudios sobre el peso económico de los futbolistas se centran en el valor de mercado o su precio de traspaso (p.e. Felipe et al., 2020; Mario et al., 2022; Poza, 2020). Recientemente, García-del-Barrio et al., (2023) analizan el valor de traspaso de los jugadores y la probabilidad de un futbolista juegue. En sus modelos incluyen el salario como variable independiente junto con otro conjunto de variables. Gerrard (2001) utilizó precios hedónicos para explicar el valor de traspaso de jugadores. En los últimos años, la disponibilidad de informaciones sobre rendimiento de jugadores se ha multiplicado. Incluso han aparecido estadísticas que son más propias de determinadas posiciones de juego. En este sentido, existe una oportunidad de investigar los factores que explican los salarios utilizando precios hedónicos con variables novedosas y explorar la interacción de las posiciones con algunas de estas variables.

2. Método

Partimos de una base de datos, con datos de panel con más de 26.000 observaciones de futbolistas (donde se han excluido a los porteros por sus características peculiares) que han jugado desde la temporada 2013 hasta la 2023 en las 5 grandes ligas. Información sobre salarios y variables de rendimiento se ha obtenido de www.capology.com, el valor de mercado y otras variables se ha extraído de www.transfermarkt.es. Se emplean diversos modelos de regresión por OLS. El modelo básico es:

$$\begin{aligned} \text{Sueldo anual} = & a + \beta_1 \text{ Variables personales} + \beta_2 \text{ Variables rendimiento} \\ & + \beta_3 \text{ Variables rendimiento} \times \text{Posición} + \beta_4 \text{ Equipo} \\ & + \beta_5 \text{ Temporada} + \varepsilon \end{aligned}$$

3. Resultados

Dada la limitación de espacio en este abstract no se presentan las tablas con las salidas de las regresiones. Se comentan aquí los principales hallazgos. En primer lugar, se encuentra una relación de U-invertida con respecto a la edad de los jugadores. Cuando se realiza la interacción con las posiciones, la que resulta significativa es la de delantero y se reduce a 25 años. Tanto los delanteros como los centrocampistas tienen sueldos significativamente más elevados que los de los defensas. Explican de forma positiva y significativa el sueldo tanto los goles por minuto y las asistencias por minuto como las tarjetas amarillas recibidas. Sin embargo, cuando se analiza la interacción con las posiciones, en el caso de los centrocampistas, recibir más tarjetas amarillas se traduce en una reducción significativa de su salario en comparación con los defensas. En el caso de los goles por minuto, tienen un impacto elevado en el sueldo significativo en comparación con los defensas. En el caso de los centrocampistas no es significativo. Se observa que el número de temporadas restante en el contrato influye de forma significativa y positiva en el sueldo anual. No obstante, cabría esperar que la relación fuera no lineal. Los goles conseguidos de penalty también tienen un impacto positivo en el sueldo aunque con limitada significatividad. Entre algunas de las variables novedosas que incorpora el estudio, las conducciones progresivas (aquellas que conducen el balón hacia la meta rival por lo menos 4,5 metros o lo introduce en el area) y los pases progresivos (el que mueve el balón unos 10 metros hacia el area rival o cualquier pase completado al área) resultan significativas con efecto positivo. Contrariamente a lo esperado el número de entradas realizadas no resulta significativo incluso.

4. Conclusiones

Siendo este un trabajo en su fase inicial, no parece razonable presentar conclusiones definitivas. Más bien merece la pena resaltar algunas de las limitaciones y las futuras líneas de desarrollo. De lo hecho hasta el momento, cabe apuntar que parece interesante algunos de los resultados obtenidos. En particular, que merece la pena proseguir la investigación sobre las posibles variables que pueden afectar al pago de los jugadores teniendo en cuenta sus posiciones u otras características. Una limitación de este trabajo es que los sueldos se firman por varios años. En ese sentido, habrá que tener esto en cuenta. Posiblemente, empleando más retardos. Al tener datos de panel, se podrá estudiar efectos fijos.

5. Referencias

- Barajas, Á., & Rodríguez, P. (2010). Spanish football clubs' finances: Crisis and player salaries. *International Journal of Sport Finance*, 5(1), 52-66.
- Felipe, J. L., Fernandez-Luna, A., Burillo, P., de la Riva, L. E., Sanchez-Sanchez, J., & Garcia-Unanue, J. (2020). Money talks: Team variables and player positions that most influence the market value of professional male footballers in Europe. *Sustainability (Switzerland)*, 12(9).
- Garcia-del-Barrio, P., Berisa, D. A., & Molinero, J. P. (2023). Subempleo sistemático de talento en la industria del fútbol. *Cuadernos Económicos de ICE*, 106, Article 106. <https://doi.org/10.32796/cice.2023.106.7701>
- Gerrard, B. (2001). A new approach to measuring player and team quality in professional team sports. *European Sport Management Quarterly*, 1(3), 219-234.
- Límite de coste de plantilla deportiva*. (s. f.). Página web oficial de LALIGA | LALIGA. Recuperado 22 de febrero de 2024, de <https://www.laliga.com/transparencia/gestion-economica/limite-coste-plantilla>
- Malagón, M. (2023, septiembre 14). *Los límites salariales de LaLiga 23-24: El Barça pasa de los 648 millones a 270 y el Madrid se dispara*. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/primeradivision/2023/09/14/6501e0a046163f746f8b45ec.html>
- Malagón, M. (2024, febrero 20). *Los límites salariales de LaLiga 23-24 tras el mercado de invierno: De los 727 millones del Madrid a los 204 del Barça*. MARCA. <https://www.marca.com/futbol/primeradivision/2024/02/20/65d3b849268e3e2c078b45c5.html>
- Mario, S., Begoña, O., Rodrigo, R.-C., Yuzo, N. F., María, L.-P. J., Manuel, C., & Javier, S.-S. (2022). Factors associated to the market value of professional soccer players. *Cuadernos de Psicología Del Deporte*, 22(3), 140-150.
- Poza, C. (2020). A conceptual model to measure football player's market value. A proposal by means of an analytic hierarchy process. *RICYDE: Revista Internacional de Ciencias Del Deporte*, 16(59), 24-42.

Financial compensation for performance and popularity in professional tennis

Pedro Garcia-del-Barrio¹ y James Reade²

^{1.} Departamento de Economía Universidad de Navarra.

^{2.} Department of Economics University of Reading.

1. Introduction

Professional tennis is one of the leading sports industries worldwide; As such, it is an important entertainment provider, whose business success depends on the talent that the players exhibit on the court. In recent times, the tennis industry has undergone a significant transformation, as technological innovations altered fans' consumption patterns, thereby expanding the size of the market. It is a paradigmatic winner-take-all market, in which players marginally better than the rivals earn amounts of income that are disproportionate to their performance (Frank & Cook, 1995). As a result, earnings are concentrated in a few "superstar" players (Rosen, 1981), which produces skewed distributions as a few gifted players attract large audiences (Dobson & Goddard, 2001).

MOTIVATION

This paper studies the money prizes earned by tennis players from the ATP (*Association of Tennis Professionals*) and WTA (*Women's Tennis Association*) tours, based on sporting performance, while considering also their popularity. The empirical analysis looks for deviations (of money prizes earnings) from the usual patterns, while controlling for sporting performance, exploring whether discriminatory practices may exist.

We postulate that discrimination should be recognized whenever actual remuneration schemes cannot be explained by sporting performance, nor by the ability to attract income through players' popularity. Alike Garcia-del-Barrio & Pujol (2015), we argue that if we want prize money policies to reflect economic rationality, they must take into account player performance along with the extent to which men and women draw interest of fans and media. Another related (Šimić, 2021) provides evidence of a reduction in money prize inequality among the top 100 ATP players following the Covid-19 pandemic.

OBJECTIVES

First, this paper examines the media exposure that WTA and ATP players generate, as we search disparities that may be interpreted discriminatory practices in remunerating tennis player contributions. The initial questions in this regard are: (i) Is the work the same? (ii) Are the tasks the same? While some people presume that equal pay must be given to equal work, others suggest that output is the crucial issue. In the latter case, the relevant question is: What is the players capacity to attract the interest of fans? The paper also explores to what extent disparities in prize money may be due to known factors (player characteristics) or unknown unexplained factors (coefficients and unobservable). Finally, we discuss how to design better money prize policies able to capture both *in-court* and *off-court* contributions of the players.

2. Data description and sources

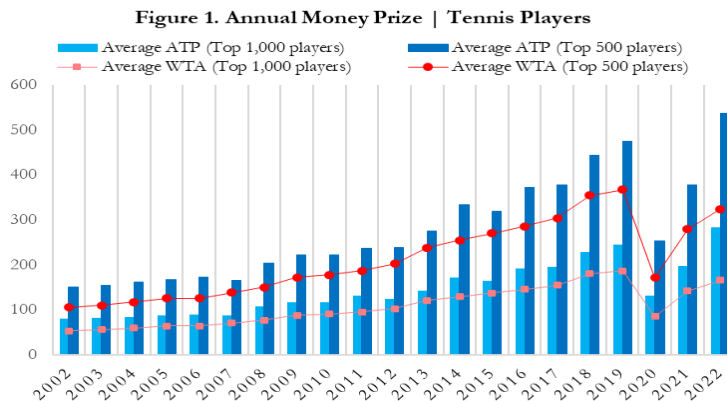
To meet the goals of this paper, we use a dataset with annual records covering from 2002 to 2022. The dependent variable used in our models is (ATP or WTA) prize money, collected from reliable data sources, some of which are no longer available: www.sonyericssonwtatour.com; www.atptennis.com; and www.stevegtennis.com.

Table 1 and Figure 1 show, year by year, the gap (on average) that exists between the Top-1,000 and Top-500 men and women tennis players in terms of money prizes.

Table 1. Average Prize Money – Top Professional ATP and WTA Tennis Players (Source: www.atptennis.com | www.sonyericsonwtatour.com)

	Top-1,000 ATP (A)	Top-1,000 WTA (B)	(A)/(B)	Top-500 ATP (C)	Top-500 WTA (D)	(C)/(D)
2011	132.45	96.18	1.38	237.10	187.61	1.26
2012	124.95	103.54	1.21	239.95	202.68	1.18
2013	142.95	121.39	1.18	275.77	238.49	1.16
2014	173.09	130.20	1.33	334.87	255.34	1.31
2015	164.60	137.90	1.19	320.04	270.71	1.18
2016	191.94	145.99	1.31	372.70	286.13	1.30
2017	195.49	155.72	1.26	378.34	304.14	1.24
2018	228.47	180.62	1.26	443.61	354.99	1.25
2019	244.72	187.42	1.31	475.34	367.81	1.29
2020	132.45	86.27	1.54	254.51	171.47	1.48
2021	198.78	142.55	1.39	377.85	279.92	1.35
2022	283.26	166.36	1.70	537.55	324.27	1.66
<i>Total</i>	146.35	108.78	1.35	279.62	212.91	1.32

The same sources were used to obtain the information on the explanatory variables: points at the end of season, number of tournaments, and –in some models– career money prize and media visibility. The last variable, comprising both female and male players, was computed as described in: www.meritsocialvalue.com.



3. Results

The basic model, reported in Table 2, is estimated for the full sample –model (2.1)– and separately for ATP and WTA subsamples –models (2.1.1) and (2.1.2), respectively.

The coefficient of “Tour points wta”, negative and statistically significant in model (2.1), suggests that one additional point for women is associated to smaller money prizes than for men. The same conclusion follows if we compare the slope of “Tour points” in models (2.1.1) and (2.1.2). However, this result cannot yet be interpreted necessarily as discrimination, insofar as other factors may be able to explain it. Moreover, the negative sign of “Tour points wta” is no longer statistically significant when we control for “Career prize money” – model (2.2) – or for “Media visibility” – model (2.3). Since both variables capture the players’ status, it seems that the status, rather than the fact of being female, explains the negative difference. We also find that the need to participate in an additional tournament, to reach a given number of points, implies for a tennis player losing around 4.6 to 6.8 thousand euros.

Table 2. Annual Prize Money in Tennis – Disparities between ATP and WTA tours.

	Money Prize			ATP Prize	WTA Prize
	(2.1)	(2.2)	(2.3)	(2.1.1)	(2.1.2)
wta	18.619 (2.720)	176.610 (11.372)	-192.288 (12.107)		
Tour points	0.7938*** (0,024)	0,7453*** (0.023)	0.7507*** (0.048)	0.7949*** (0.024)	0.6637*** (0.019)
Tour points wta	-0.1317*** (0.030)	-0.0344 (0.087)	-0.0911 (0.057)		
Tournaments	-4.6503*** (0.382)	-4.7077*** (0.370)	-6.8019*** (0.989)	-4.9768*** (0.389)	-5.1670*** (0.363)
Tournaments wta	-0.4663 (0.532)	-18.032 (1.731)	-14.826 (1.305)		
Career money		0.0131*** (0.003)			
Career money wta		-0.0069 (0.008)			
MV index			9.1623** (3.991)		
MV index wta			0.6053 (6.706)		
Constant	33.3642*** (2.307)	24.2695*** (2.690)	126.6938*** (10.485)	27.1006*** (3.025)	38.1020*** (2.431)
Year dummies	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
N. Obs.	46,002	23,839	7,424	20,190	25,812
Adjusted-R ²	0.8786	0.8869	0.8784	0.9386	0.8406
AIC	578,201	299,046	104,699	237,976	333,296

Robust standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

4. Conclusions

These preliminary results suggest that women need to accumulate more points than men to obtain an equivalent annual money prize. It appears, however, that any difference is not statistically significant once we control for a player’s career earnings or their media popularity, suggesting that these factors may go some way towards explaining the gender differences observed.

5. References

- Dobson, S. & Goddard, J. (2001). *The Economics of Football*, Cambridge University Press: Cambridge, United Kingdom.
- Frank, R. & Cook, P. (1995). *The Winner-Take-All Society*. Simon and Schuster, Free Press, Martin Kessler Books, New York, NY, London, Toronto.
- Garcia-del-Barrio, P. & Pujol, F. (2015). Sport talent, media value and equal prize policies in tennis. In: *The Economics of Competitive Sports*, 1821–1824. Edward Elgar.
- Rosen, S. (1981). The economics of superstars, *American Economic Review*, Vol. 71 No. 5, pp. 845– 858.
- Šimić, V. (2021). Prize money earnings of tennis professionals and the impact of Covid-19 pandemic, *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research*, ISSN 2408-0101, TEI EMT, 14(1), 47–57.

Apito final: estratégias e desafios dos atletas de futebol na preparação para a aposentadoria

Ricardo Cesar Alves¹ y Daniel Marangon Duffles Teixeira²

^{1.} ICEG, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

^{2.} DEF, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

1. Introdução

A profissionalização das organizações esportivas tornou-se uma necessidade imperativa no cenário global atual. A adoção de práticas gerenciais robustas e transparentes garante que talentos sejam adequadamente nutridos e que o esporte, como um todo, prospere e cresça. E este processo de profissionalização das organizações podem potencialmente favorecer a melhor gestão da carreira e das transições que atleta profissional precisa passar (Alves, Gomes e Teixeira, 2024).

2. Marco teórico

Neste estudo, recorre-se a um corpus teórico consolidado, com a finalidade de elucidar os desafios enfrentados na gestão das transições de carreira (George, Wittman, & Rockmann, 2022). Recorre-se à Teoria da Continuidade de Atchley, (Atchley, 1989); à Teoria Tipológica de Holland (Dias e Hanashiro, 2023); à Teoria do Desenvolvimento de Carreira de Super (George, Wittman e Rockmann, 2022), à Teoria da Identidade de Carreira de Savickas (Savickas & Porfeli, 2012) e à Teoria da Perspectiva de Vida de Carreira de Levinson (Dias e Hanashiro, 2023). Em relação à carreira de jogador de futebol profissional (Agresta, Brandão & Barros Neto, 2008), os desafios relacionados com a capacidade de gerenciar a própria saúde física e mental (Nakata, 2014). A transição para uma vida pós-carreira (Knights, Sherry, & Ruddock-Hudson, 2016). Outros pontos como os aspectos identitários (Knights, Sherry, & Ruddock-Hudson, 2016), o planejamento financeiro (Martin, Fogarty & Albion, 2014) e a saúde mental (De Vos, Jacobs & Verbruggen, 2021; Brandão, 2004) também são considerados.

3. Objetivos

O objetivo central deste trabalho é identificar e compreender os principais desafios enfrentados por atletas profissionais de alto desempenho nos mercados brasileiro, português e espanhol durante seu processo de transição para a aposentadoria.

4. Método

Este artigo adota uma abordagem qualitativa, exploratória-descritiva (Marconi e Lakatos, 2016). Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas. Foram selecionados participantes por meio dos seguintes critérios: (1) identificação de atletas e ex-atletas que atuaram em clubes de primeira divisão no Brasil, Portugal e Espanha; (2) seleção de atletas com no máximo 05 anos de pós-carreira e atletas em atividade com

idade superior a 30 anos; (3) inclusão de clubes de primeira divisão dos mercados mencionados; (4) abordagem de federações e confederações relevantes; (5) inclusão de intermediários de atletas com atuação nesses clubes. Os 24 entrevistados

deste projeto foram assim distribuídos: (12) jogadores e ex-jogadores; (04) clubes de futebol; (04) intermediários de futebol; (02) federações (02) patrocinadores. Foram 10 entrevistas no Brasil, 08 entrevistas em Portugal e 06 na Espanha. A análise das entrevistas foi realizada seguindo as diretrizes de Bardin (2008).

5. Resultados

Muitos atletas se preparam para essa transição, mas geralmente essa iniciativa parte do próprio atleta. Na Espanha e em Portugal, o planejamento de carreira é considerado relevante. Há clubes aqueles que consideram a transição de carreira uma responsabilidade exclusiva do atleta, enquanto outros proporcionam ferramentas e oportunidades para que os jogadores se preparem para o futuro. Os depoimentos sublinham a importância do planejamento e preparação para a aposentadoria. No Brasil, a gestão da carreira ainda é vista como uma responsabilidade individual do atleta. A abordagem europeia tende a ser mais abrangente e colaborativa, com os clubes assumindo um papel ativo na preparação para a vida após o esporte. Nesta direção, destacam-se a necessidade de preparação psicológica dos atletas, a educação continuada, a diversificação de habilidades, o planejamento financeiro e pessoal como protagonistas no processo de transição de carreira dos atletas profissionais.

6. Conclusões

O final da carreira esportiva é uma transição repleta de desafios psicológicos, sociais e financeiros. A transição não é isenta de obstáculos, como ressaltado por atletas e outros stakeholders, que apontam para a perda financeira significativa que a aposentadoria implica. Isso resalta a necessidade de um suporte externo robusto, incluindo redes de contato e mentorias, que funcionam como um guia prático para a navegação neste novo estágio da vida, conforme indicado no texto.

7. Referências

- Alves, R. C., Gomes, J. F. da S., & Teixeira, D. M. D. (2024). A transição da carreira de atletas profissionais de futebol e o papel das organizações esportivas: um estudo em Portugal, Espanha e Brasil. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 10(2), e776. <https://doi.org/10.55905/ijsmtv10n2-019>
- Agresta, M. C., Brandão, M. R. F., & Barros Neto, T. L. de (2008). Causas e conseqüências físicas e emocionais do término de carreira esportiva. *Revista Brasileira De Medicina Do Esporte*, 14(6), 504–508. <https://doi.org/10.1590/S1517-86922008000600006>
- Atchley, R. C. (1989). A continuity theory of normal aging. *The Gerontologist*, 29(2), 183-190. <https://doi.org/10.1093/geront/29.2.183>
- Bardin, L. (2008). Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70.
- Brandao, MRF. (2004). *O lado mental do futebol*. In: Barros Neto TL, Guerra I (Editores). *Ciência do futebol*. Barueri: Manole.
- De Vos, A., Jacobs, S., & Verbruggen, M. (2021). Career transitions and employability. *Journal of Vocational Behavior*, 126, 103475. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103475>
- Dias, E. W., & Hanashiro, D. M. M. (2023). *Longevidade de carreira: Uma revisão sistemática da literatura e uma agenda promissora para estudos futuros*. In Anais do EnANPAD 2023. São Paulo: ANPAD. <https://doi.org/10.21714/2177-2576EnANPAD2023>
- George, M. M., Wittman, S., & Rockmann, K. W. (2022). Transitioning the study of role transitions: From an attribute-based to an experience-based approach. *Academy of Management Annals*, 16(1), 102–133. <https://doi.org/10.5465/annals.2020.0238>
- Knights, Sophie; Sherry, Emma & Ruddock-Hudson, Mandy (2016). Investigating Elite End-of-Athletic-Career Transition: A Systematic Review. *Journal of Applied Sport Psychology*, 28(3), 291-308, <https://doi.org/10.1080/10413200.2015.1128992>
- Marconi, MA; Lakatos, EM. (2016). *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas.
- Martin, L., Fogarty, G., & Albion, M. (2014). Changes in athletic identity and life satisfaction of elite athletes as a function of retirement status. *Journal of Applied Sport Psychology*, 26, 96–110. <https://doi.org/10.1080/10413200.2013.798371>
- Nakata, L.E. (2014). *A transição de carreira do ex-atleta de alto rendimento*. (Tese de doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. <https://doi.org/10.11606/T.12.2014.tde-23092014-172336>
- Savickas, M. L., & Porfeli, E. J. (2012). Career Adapt-Abilities Scale: Construction, reliability, and measurement equivalence across 13 countries. *Journal of Vocational Behavior*, 80(3), 661–673. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2012.01.011>



Sección 4

Actividad física en el centro de trabajo

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Fomentando la participación en la actividad física corporativa: el papel fundamental de la satisfacción laboral en grandes empresas

***Víctor Jiménez Díaz-Benito¹, Jairo León-Quismondo¹,
Ricardo Macías Pla¹, José Bonal¹***

^{1.} *Faculty of Sport Sciences Universidad Europea de Madrid*

1. Introducción

El control del absentismo laboral y los costes en salud por presentismo es de vital importancia para las empresas grandes (Schwatka et al., 2018). Pese a que en los últimos años ha aumentado la oferta programas de promoción de la salud basados en la actividad física en el trabajo (PSAFT), la participación de los trabajadores en dichos programas sigue siendo un desafío para los empleadores (Fida et al., 2022). Una variable presumiblemente incidente es la satisfacción laboral, cuyo análisis se encuentra alejado de la realidad social y cultural de la empresa grande afincada en España, desconociéndose si la satisfacción laboral influye sobre la práctica de actividad física (PAF) en empresas grandes en España.

2. Metodología

El objetivo fue investigar si la satisfacción laboral influye en la práctica de actividad física y el absentismo laboral y, a su vez, si la práctica de actividad física se asocia al absentismo laboral y los costes en salud por presentismo. Se diseñó un estudio observacional con un enfoque cuantitativo. La satisfacción laboral se midió mediante el instrumento S21/26 (Meliá et al., 1990). El control del absentismo y el presentismo se obtuvo mediante instrumento iMTA-PCQ (Bouwman et al., 2013), considerando el coste estándar de productividad de 15 euros en el momento de efectuar el trabajo de campo (Instituto Nacional de Estadística, 2018). Los niveles de actividad física se obtuvieron mediante el IPAQ (Craig et al., 2003). Se emplearon técnicas de regresión para estudiar las asociaciones de interés. Los análisis se realizaron con el paquete estadístico IBM SPSS 25.0 (IBM Corp., Armonk, NY, EE. UU.). El nivel de significación se fijó en 0,05.

3. Resultados

Se recogieron datos de 502 trabajadores (42,89 ± 7,66 años). La Tabla 1 muestra los estadísticos descriptivos de cada variable de salida. Una mayor satisfacción laboral no repercutió en una mayor práctica total actividad física ($p > 0,05$). Una mayor satisfacción laboral se asoció con un mayor absentismo laboral ($\beta = 0,025$; IC 95% 0,009 a 0,041; $p = 0,002$) (Tabla 2). El efecto de la práctica de la actividad física sobre los costes debidos al presentismo no fue significativo ($F_{3,13} = 3,10$; $p = 0,064$). La práctica de actividad física moderada se asoció con un mayor coste debido al presentismo ($\beta = 0,693$; IC 95% 0,195 a 1,192; $p = 0,01$). Caminar más tuvo una asociación en una reducción de la satisfacción laboral ($\beta = -0,0001$; IC 95% -0,001 a 0,0001; $p = 0,018$) (Tabla 3).

Table 1. Estadísticos descriptivos (Media y Desviación Típica) de las puntuaciones obtenidas en Satisfacción laboral, Costes de la pérdida de productividad debido al presentismo, Absentismo (12 meses) y el total de minutos de actividad física (minutos/semana)

	Media	Desviación Típica
Satisfacción laboral (n=224)	17.91	6.30
MET (minutos/semana) vigorosa (n=224)	432.50	806.47
MET (minutos/semana) moderada (n=224)	114.73	347.39
MET (minutos/semana) caminar (n=224)	491.61	1414.99
Costes de la pérdida de productividad debido al presentismo (€) (n=17)	459.31	437.98
MET (minutos/semana) Actividad física vigorosa	661.17	702.58
MET (minutos/semana) Actividad física moderada	312.94	422.42
MET (minutos/semana) Actividad física basada en caminar	1848.00	3358.87
Absentismo durante los últimos 12 meses (n=205)	4.59	0.73
Total actividad física (minutos/semana) (n=223)	243.65	249.05

Tabla 2. Influencia de la satisfacción laboral sobre la práctica de actividad física y el absentismo laboral en empresas grandes

	Total actividad física (minutos/semana) β [95% IC]	Absentismo durante los últimos 12 meses β [95% IC]
Satisfacción laboral	-0,210 (-5,47 a 5,05)	0,025 (0,009 a 0,041)*

Nota. IC = intervalo de confianza; Los resultados representan las diferencias de medias entre los grupos con un intervalo de confianza del 95% (IC 95%). *, $P < 0,05$

Tabla 3. Influencia de la práctica de actividad física sobre los Costes de la pérdida de productividad debido al presentismo y la satisfacción laboral.

	Costes de la pérdida de productividad debido al presentismo β [95% IC]	Satisfacción laboral β [95% IC]
MET (minutos/semana) vigorosa	-0,159 (-0,460 a 0,143)	0,000 (-0,001 a 0,001)
MET (minutos/semana) moderada	0,693 (0,195 a 1,192)**	0,001 (-0,001 a 0,004)
MET (minutos/semana) caminar	0,016 (-0,044 a 0,077)	-0,0001 (-0,001 a 0,0001)*

Nota. IC = intervalo de confianza; Los resultados representan las diferencias de medias entre los grupos con un intervalo de confianza del 95% (IC 95%). *, $P < 0,05$

4. Discusión

Nuestros resultados mostraron que la satisfacción laboral no influyó sobre la práctica total de actividad física. Encontramos que mayores puntuaciones en satisfacción laboral se asociaron con un mayor absentismo. Aunque no ajustamos las características de la muestra más allá de los niveles de actividad física, nuestros resultados contrastan con investigaciones previas que las características de las intervenciones basadas en función de la ocupación, la edad, el sexo o el tabaquismo, produciendo un descenso de 1,20 días por año por cada hora de actividad física realizada (López Bueno et al., 2020), aunque en trabajadores universitarios. Otras investigaciones han puesto de manifiesto que una mayor pérdida de productividad debido a problemas de salud se asocia con una menor actividad física (Hervieux et al., 2023). Nuestros resultados indican que, para empresas grandes, no está claro el fomento de la satisfacción laboral para favorecer la participación en PSAFT, que, además, aumentaría los costes.

5. Conclusiones

La satisfacción laboral podría no ser una buena estrategia en sí misma para favorecer la participación de los trabajadores en los PSAFT y reducir el absentismo laboral y los costes basados en el deterioro de la salud por presentismo.

6. Referencias

- Bouwman, C., Krol, M., Brouwer, W., Severens, J. L., Koopmanschap, M. A., & Hakkaart, L. (2014). IMTA productivity cost questionnaire (IPCQ). *Value in Health*, 17(7), A550.
- Craig, C. L., Marshall, A. L., Sjöström, M., Bauman, A. E., Booth, M. L., Ainsworth, B. E., Pratt, M., Ekelund, U., Yngve, A., Sallis, J. F., & Oja, P. (2003). International physical activity questionnaire: 12-country reliability and validity. *Medicine and science in sports and exercise*, 35(8), 1381–1395. <https://doi.org/10.1249/01.MSS.0000078924.61453.FB>
- Fida, R., Game, A., Stepanek, M. and Gendronneau, C. (2022), Longitudinal Effects of Engagement with Workplace Health Programmes on Employee Outcomes: A Relational Perspective. *Br. J. Manag.*, 33: 1905-1923. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12565>
- Hervieux, V., Biron, C., & Dima, J. (2023). Investigating associations between physical activity and presenteeism—a scoping review. *American Journal of Health Promotion*, 37(8), 1147-1161.
- López Bueno, R., Smith, L., Andersen, L. L., López-Sánchez, G. F., & Casajús, J. A. (2019). Association between physical activity and sickness absenteeism in university workers. *Occupational Medicine*, 70(1), 24-30. <https://doi.org/10.1093/occmed/kqz158>
- Meliá, J., Pradilla, J., Martí, N., Sancerni, M., Oliver, A., & Tomás, J. (1990). Estructura factorial, fiabilidad y validez del cuestionario de satisfacción s21/26: un instrumento con formato dicotómico orientado al trabajo profesional. *Universitas Tarraconensis*, 12, 39.
- Schwatka, N. V., Smith, D., Weitzenkamp, D., Atherly, A., Dally, M. J., Brockbank, C. V., ... & Newman, L. S. (2018). The impact of worksite wellness programs by size of business: A 3-year longitudinal study of participation, health benefits, absenteeism, and presenteeism. *Annals of work exposures and health*, 62 (Supplement 1), S42-S54.

ACTIVEUNITY: Diseño de un programa de pausas activas y voluntariado corporativo para trabajadores de oficina

María Marín-Farrona¹, Hugo Manso-Sanz², Manuel Carabias³ y Raquel Aparicio-Mera¹

- ^{1.} *1Grupo IGOID. Departamento de Actividad Física y Ciencias del Deporte. Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Castilla-La Mancha.*
- ^{2.} *Club Deportivo Chañe.*
- ^{3.} *Formative Footprint.*

1. Introducción

En el actual paradigma de alta transparencia y visibilidad, los stakeholders públicos y estándares de divulgación incitan la promoción de prácticas empresariales sostenibles (ElAlfy et al., 2020), especialmente en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas (UN Global Compact, 2018). Esta dinámica ha reformulado el concepto y la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) (ElAlfy et al., 2020). En respuesta, las organizaciones han intensificado la incorporación de Departamentos de RSC, enfocándose en el bienestar social a través de programas de voluntariado corporativo, sostenibilidad y promoción de la salud (Chen & Lin, 2021). Esta tendencia mejora la reputación corporativa y fortalece la fidelización de los trabajadores (Fonseca & Bernate, 2022).

Paralelamente, el deporte es una herramienta eficaz para el cambio social, beneficiando tanto a las comunidades como a las organizaciones, dado su efecto positivo en aspectos como la salud y el cuidado del medio ambiente (Mattera & Baena, 2018). Aunque existe literatura sobre iniciativas de voluntariado y su impacto en la RSC (Chen & Lin, 2021), la evidencia científica que detalla la influencia del deporte y el ejercicio en la RSC sigue siendo limitada (Fonseca & Bernate, 2022). Por lo tanto, en un escenario donde la sostenibilidad y la integración de los ODS se vuelven prioritarios, es esencial establecer una base científica sólida que respalde la implementación de estrategias que incorporen ejercicio físico, bienestar y voluntariado como componentes clave de la RSC.

2. Objetivos

Este diseño experimental busca evaluar el impacto de un programa de bienestar corporativo, que integra pausas activas y voluntariado enfocado en sostenibilidad y bienestar animal, en la salud física, la productividad y la satisfacción laboral de los trabajadores de oficina.

3. Metodología

DISEÑO DE ESTUDIO Y PARTICIPANTES

Se llevará a cabo un estudio de diseño cruzado de medidas repetidas aleatorizado en tres sedes de una misma empresa, considerando cada sede como un grupo independiente (sede 1,2 y 3). El estudio, de 6 meses de duración, busca evaluar y comparar el impacto de dos intervenciones distintas en dos grupos específicos frente a un grupo de control, con mediciones antes, durante y después de las intervenciones.

El protocolo de investigación ha sido previamente aprobado por el Comité de Ética de la Investigación Clínica del Servicio de Salud Universitario en España, basado en la última versión de la Declaración de Helsinki (Ref.: 742/01072021). Además, todos los participantes deberán firmar el consentimiento informado previo a las mediciones.

De acuerdo con los cálculos para determinar el tamaño de la muestra se prevé la participación de un total de 306 trabajadores de oficina. Los empleados con jornadas inferiores a 6 horas diarias, trabajadores a tiempo parcial, mujeres embarazadas y aquellos con limitaciones físicas para la práctica de actividad física serán excluidos del estudio. Se establecen tres tipos de intervención (Figura 1): Intervención 1 (I1), con pausas activas diarias de 10 minutos; Intervención 2 (I2), con las mismas pausas activas y participación en dos actividades de voluntariado (sostenibilidad y bienestar animal); e Intervención 3 (I3), sin realizar ningún programa.

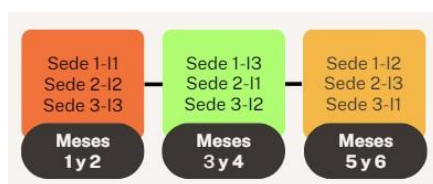


Figura 1. Distribución temporal de las intervenciones por grupos.

PROCEDIMIENTO, INSTRUMENTOS Y VARIABLES DE MEDICIÓN:

Antes de la intervención, se citará a los trabajadores y se les administrará una encuesta preliminar para recopilar información detallada sobre sus hábitos de sedentarismo en el trabajo, edad, género y estatura mediante un cuestionario ad-hoc. A continuación, se aplicarán el Cuestionario Internacional de Actividad Física (IPAQ), el Cuestionario de Estado de Salud Auto- percibida (EQ-5D-5L) y el Índice de Capacidad de Trabajo (ICT). Seguidamente, se les medirá la composición corporal a través de un análisis de bioimpedancia multifrecuencia (TANITA MC-780, Tanita Corp., Tokio, Japón), realizarán la prueba de dinamometría para medir la fuerza de prensión manual, y ejecutarán el *6 min Walking Test* para conocer su nivel de fitness cardiorrespiratorio. Durante la intervención, los empleados deberán completar el *Net Promoter Score* tras la realización de las actividades. Una vez concluida la intervención, se administrarán nuevamente todas las pruebas aplicadas previamente. Además, se añadirá un cuestionario ad-hoc basado en la escala de Likert, que evaluará de manera subjetiva la satisfacción con el programa, enfocándose en aspectos como la mejora de las relaciones con los compañeros de trabajo y la percepción general sobre la empresa.

En la figura 2 se describe el cronograma del proyecto, sus fases y temporalidad.

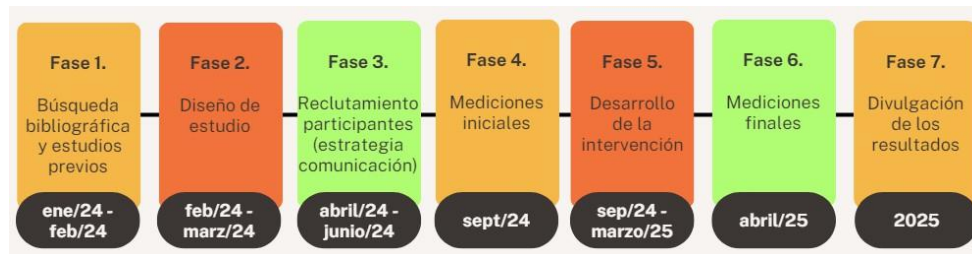


Figura 2. Cronograma del Proyecto ACTIVEUNITY

4. Discusión

El proyecto *ACTIVEUNITY* explorará la influencia de las pausas activas y el voluntariado corporativo en la salud y la productividad de trabajadores de oficina. Este estudio describe una intervención novedosa ya que se alinea con las tendencias actuales en gestión empresarial y no solo se enfoca en la actividad física, sino que también integra elementos de responsabilidad social y bienestar animal, reflejando un enfoque integral hacia la salud y la sostenibilidad en el entorno laboral. Los resultados esperados podrían incluir mejoras en la salud física y mental, aumento en la productividad y mayor compromiso de los trabajadores con la empresa. Además, este programa podría funcionar como un modelo replicable y escalable para otras organizaciones.

5. Referencias

- Chen, C. Y., & Lin, Y. H. (2021). Comparison Between Various CSR Initiatives Based on Spectators' Attitudes and Attendance Intention for a Professional Baseball Franchise. *Sport Marketing Quarterly*, 30(2).
- ElAlfy, A., Palaschuk, N., El-Bassiouny, D., Wilson, J., & Weber, O. (2020). Scoping the evolution of CSR research in the SDGs era. *Sustainability*, 12(14), 5544.
- Fonseca, I. (2022). Modelos de responsabilidad social corporativa en el sector deporte: una revisión sistemática. *Retos*, (43), 1106-1115.
- UN Global Compact. (2018). Integrating the SDGs into Corporate Reporting: A Practical Guide. Recuperado de <https://www.unglobalcompact.org/docs/publications>.

El poder de la Actividad Física en el lugar de trabajo como herramienta para mejorar las emociones de los empleados. El caso Mahou-San Miguel

José M. Núñez-Sánchez¹, Carmen Jambrino-Maldonado¹, Jerónimo García-Fernández², Manuel deDiego-Moreno³

1. Universidad de Málaga.

2. Universidad de Sevilla.

3. Universidad de Jaén

1. Introducción

La Actividad Física (AF) de los empleados en el lugar de trabajo tiene efectos muy positivos para la empresa y empleados. Se observan mejoras en su calidad de vida satisfacción laboral, productividad y reducción en las bajas laborales (Rubery et al., 2022). Por otro lado, a raíz de la COVID-19 se ha detectado en numerosos estudios un empeoramiento de la salud mental y emocional de los empleados en todo el mundo. Este hecho puede ser muy perjudicial para las empresas. Sin embargo, cada vez hay más pruebas de que las emociones positivas influyen en variables vitales para el éxito en el lugar de trabajo, como el optimismo, la creatividad, el compromiso laboral, el afrontamiento positivo, la salud, el trabajo en equipo, la satisfacción del cliente, el liderazgo y el rendimiento de los empleados (Diener et al., 2020). A pesar de la importancia creciente de las emociones en el trabajo, no se ha encontrado en la literatura científica estudios que analicen las consecuencias de la práctica de AF en el lugar de trabajo en las emociones, muy especialmente mediante casos de estudio y con medidas objetivas de medición. Por todo ello, los investigadores se preguntaron ¿es posible mejorar emociones positivas y reducir las negativas de los trabajadores mediante programas de AF en el lugar de trabajo?

2. Metodología

Se utilizó una metodología ampliamente utilizada en marketing, el Neuromarketing, aplicándolo en clientes internos. No se han encontrado estudios similares lo que muestra lo innovador del estudio. Para la recogida de datos, se instalaron cuatro cámaras conectadas a una plataforma de inteligencia artificial (IA) en diferentes partes del gimnasio corporativo para analizar imágenes en cuatro periodos diferentes en 2022. Estas cámaras grababan y medían el movimiento de la musculatura facial y corporal de los 255 usuarios habituales, basándose en una metodología validada científicamente, relacionando estas imágenes con las emociones universales correspondientes a cada expresión. Las mediciones se realizaban tanto al entrar como al salir del gimnasio para poder medir el efecto de la AF en todo tipo de emociones, positivas y negativas. Para ello se contrataron los servicios de empresa especializada para, a través de un contrato OTRI, financiar la colocación de cámaras en el gimnasio corporativo de Mahou.

3. Resultados

Se puede observar que de las 15 emociones que se incrementan entre entrada y salida, 10 son emociones positivas, y 1 neutra; es decir, el 66,6% de las emociones que aumentan son positivas, mientras que de 14 emociones que descienden, 13 son negativas (93%). Además, las dos emociones que incrementan de manera muy significativa entre entrada y salida, son emociones positivas (Alegría y Confianza, p- value ajustado < 0.01), y que las dos que muestran descensos muy significativos son negativas (Cansancio y Aversión, p-value ajustado < 0.01).

Tabla 1. *Tabla de frecuencias de cada emoción a la entrada, salida y diferencia.*

	Emoción	Frecuencia Entrada	Frecuencia Salida	Valor p
INCREMENTAN	Neutro	2490	3764	0.056
	Alegría	644	1857	0.001**
	Confianza	93	821	0.004**
	Ira	87	541	0.071
	Satisfacción	0	312	0.123
	Júbilo	0	273	0.087
	Logro	66	333	0.331
	Vigor	0	165	0.077
	Dolor	0	117	0.064
	Tranquilidad	54	96	0.155
	Empoderamiento	0	39	0.322
	Pesar	0	35	0.0661
	Euforia	171	195	0.076
	Calma	74	96	0.117
	Pesadumbre	0	15	0.112
DESCIENDEN	Serenidad	70	64	0.072
	Apatía	10	0	0.083
	Pudor	12	0	0.091
	Introspección	22	0	0.057
	Desánimo	34	0	0.102
	Desidia	42	0	0.061
	Desorientación	132	0	0.059
	Anticipación	150	0	0.140
	Agotamiento	322	157	0.077
	Tristeza	221	0	0.063
	Abatimiento	276	0	0.315
	Miedo	765	417	0.054
	Cansancio	676	85	0.003**
	Aversión	1601	0	0.001**

4. Conclusiones

La investigación confirma el papel crucial de la AF en mejorar tanto la salud física, mental y, sobre todo bienestar emocional en línea con Ekkekakis et. al (2011)

evidenciando su capacidad para disminuir síntomas de depresión, ansiedad y estrés, elevar el estado de ánimo y la autoestima (Rebar et al., 2015). Se ha observado que el ejercicio contribuye a la reducción de emociones negativas como la aversión y el cansancio, y fomenta emociones positivas como la alegría y la confianza, probablemente a través de la liberación de endorfinas y la mejora en la percepción de la autoeficacia (Reed y Ones, 2006). Además, la participación regular en AF promueve la resiliencia psicológica, permitiendo una mejor gestión del estrés y recuperación ante adversidades (Childs y de Wit, 2014). Los gimnasios corporativos se presentan, así como espacios ideales para reducir las emociones negativas e incrementar emociones positivas, como la alegría. La felicidad es contagiosa (Howard & Gengler, 2001), por lo que estos beneficios pueden extenderse a toda la organización.

5. Referencias

- Childs, E., & de Wit, H. (2014). Regular exercise is associated with emotional resilience to acute stress in healthy adults. *Frontiers in Physiology*, 5, 161.
- Diener, E., Thapa, S., & Tay, L. (2020). Positive emotions at work. *Annual review of organizational psychology and organizational behavior*, 7, 451-477.
- Ekkekakis, P., Parfitt, G., & Petruzzello, S. J. (2011). The Pleasure and Displeasure People Feel When they Exercise at Different Intensities. *Sports Medicine*, 41(8), 641–671. <https://doi.org/10.2165/11590680-000000000-00000>
- Howard, D. J., & Gengler, C. (2001). Emotional contagion effects on product attitudes. *Journal of Consumer research*, 28(2), 189-201
- Rebar, A. L., Stanton, R., Geard, D., Short, C., Duncan, M. J., & Vandelanotte, C. (2015). A meta-meta-analysis of the effect of physical activity on depression and anxiety in non-clinical adult populations. *Health Psychology Review*, 9(3), 366–378. <https://doi.org/10.1080/17437199.2015.1022901>
- Reed, J., & Ones, D. S. (2006). The effect of acute aerobic exercise on positive activated affect: A meta-analysis. *Psychology of Sport and Exercise*, 7(5), 477–514. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2005.11.003>
- Rubery, P. T., Ramirez, G., D'Agostino, C. R., Vasalos, K., & Thirukumaran, C. (2022). A workplace wellness program at an academic health center influences employee health, satisfaction, productivity and the rate of workplace injury. *International archives of occupational and environmental health*, 95(7), 1603- 1632.



Sección 5

Importancia
social de la
práctica deportiva

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Efectos del ejercicio físico en las fortalezas del estudiante saludable en una universidad de Sevilla

Ramón Gómez-Chacón¹, José M. Núñez-Sánchez², Jesús Molina Gómez², Francisco Javier Moreno-Arrebola²

^{1.} Centro de Estudios Universitarios Cardenal Spínola CEU.

^{2.} Universidad de Málaga.

1. Introducción

El concepto de estudiante saludable fue definido por Gómez-Chacón et al. (2021) y se fundamenta en el concepto de capital psicológico, que se define como un estado psicológico positivo de desarrollo individual. Estos individuos tienen fortalezas psicosociales como la resiliencia, la autoeficacia, el optimismo, la esperanza y el engagement (Salanova et al., 2012). Dichas fortalezas se relacionan con aspectos académicos de los estudiantes mejorando su experiencia en el entorno universitario.

Por otro lado, motivar en actividad física e integrar programas de ejercicio es de vital importancia en los estudiantes (Saéz et al., 2021). En este contexto, Kirschner et al. (2022) encontró una asociación positiva entre la AF y el bienestar mental en estudiantes universitarios, mientras que la disminución de la AF durante la pandemia, en comparación con el período anterior, se asoció con mayores síntomas depresivos (Giuntella et al., 2021). Por lo tanto, considerando que la AF regular se relaciona positivamente con el entusiasmo y el bienestar psicológico (Boix-Vilella et al., 2018), y que el bienestar es especialmente relevante para los estudiantes ya que influye en su desarrollo académico y profesional (Hagedorn et al., 2022), la AF regular podría servir como un factor protector para la salud mental y el rendimiento educativo de los estudiantes durante las restricciones de COVID-19 (Gentil et al., 2022), u otros momentos complejos.

Es por ello que conocer como se relacionan las fortalezas del estudiante saludable con la práctica de actividad física es el objetivo principal de este estudio.

2. Método

La muestra está basada en estudiantes universitarios de la ciudad de Sevilla, se obtuvieron 235 respuestas que se detallan y segmentan por edad y titulación (Tabla 1):

TITULACIÓN		EDAD:					Total
		18-19	20-21	22-23	24-25	+25	
Infantil	Género						
	Hombre	0	1	2	0	0	3
	Mujer	2	15	8	1	1	27
Total		2	16	10	1	1	30
CAFD	Género						
	Hombre	11	23	7	5	1	47
	Mujer	5	6	1	0	1	13
Total		16	29	8	5	2	60
Primaria	Género						
	Hombre	11	19	15	5	2	52
	Mujer	26	44	10	4	3	87
Total		37	63	25	9	5	139
Derecho	Género						
	Hombre						3
	Mujer						3
Total							6
Total	Género						
	Hombre	22	46	24	10	3	105
	Mujer	33	68	19	5	5	130
Total		55	114	43	15	8	235

Tabla 1. Muestra

Para el desarrollo de dicho estudio hemos utilizado un cuestionario online (formulario de Google) para la recogida de datos en dos momentos concretos, desde el 11 de diciembre hasta el 19 de enero. Los instrumentos fueron, el International Physical Activity Questionnaire (IPAQ) en su versión reducida (IPAQ-SF) para medir la cantidad de actividad física, herramienta que ha mostrado adecuadas propiedades psicométricas (Brown et al., 2004), y el cuestionario del estudiante saludable (Gómez-Chacón et al., 2021), compuesto por 36 ítems y 5 dimensiones validado en una muestra de estudiantes universitarios.

Se informó del carácter voluntario de la participación, así como el anonimato y la confidencialidad en las respuestas, incluyéndose una primera opción de respuesta obligada antes de comenzar a responder las preguntas que hacía mención al consentimiento de participación en el estudio. El estudio se llevó a cabo por el comité ético de CEU Cardenal Spínola.

Se llevó a cabo pruebas de normalidad, análisis descriptivos, ANOVA y Bonferroni.

3. Resultados

Los resultados muestran relación significativa entre las emociones positivas y el nivel de actividad física de los estudiantes, siendo las emociones positivas de los estudiantes con actividad física alta $M = 3,97$, y actividad física baja $M = 3,41$. Además se planteó una cuestión de la nota media de los estudiantes en el momento de rellenar la encuesta, y se observó que los estudiantes con notas académicas más altas disponían de indicadores superiores significativamente en emociones positivas y engagement (Tabla 2).

Tabla 2. *Estudiante saludable y actividad física.*

		N	M	DE
EP**	ALTA	140	3,9700	1,09227
	MEDIA	36	3,8056	1,10426
	BAJA	59	3,4169	1,07465
	<i>Total</i>	<i>235</i>	<i>3,8060</i>	<i>1,10977</i>
ENG	ALTA	140	3,9019	0,94948
	MEDIA	36	3,8537	1,00245
	BAJA	59	3,8226	0,87095
	<i>Total</i>	<i>235</i>	<i>3,8746</i>	<i>0,93543</i>
RE	ALTA	140	4,1786	0,96923
	MEDIA	36	4,2063	1,02984
	BAJA	59	3,9613	0,91120
	<i>Total</i>	<i>235</i>	<i>4,1283</i>	<i>0,96537</i>
CM	ALTA	140	3,8500	0,93777
	MEDIA	36	3,8472	0,95898
	BAJA	59	3,8277	0,82928
	<i>Total</i>	<i>235</i>	<i>3,8440</i>	<i>0,91131</i>
AUT	ALTA	140	4,1619	0,98225
	MEDIA	36	4,0556	0,98077
	BAJA	59	4,0113	0,87967
	<i>Total</i>	<i>235</i>	<i>4,1078</i>	<i>0,95567</i>

¹ = $p < 0.05$, ² = $p < 0.01$, ³ = $p < 0.001$

EP=Emociones positivas; ENG=Engagement; RE=Resiliencia; CM=Competencia; AUT=Autoeficacia

4. Discusión y conclusiones

Este estudio concuerda con el llevado a cabo por Gómez-Chacón et al. (2024) donde mostraron diferencias significativas en emociones positivas, tanto en tiempos de Pre-Covid y tiempos de Covid, entre los niveles de actividad física. Si es cierto que también se presentaron diferencias en autoeficacia en tiempos de COVID, lo realmente relevante es que las emociones positivas han presentado diferencias significativas en los tres momentos. En este sentido hay que destacar que los estudiantes con mayores emociones positivas tienen menor nivel de depresión, mayor satisfacción con la vida (Wider et al., 2022), entre otras. Y por ello, motivar y facilitar al alumnado con realizar ejercicio físico es una tarea pendiente en la Universidades españolas. De hecho, el entorno académico donde los estudiantes pasan muchas horas durante una etapa vital en sus vidas, se antoja un lugar idóneo donde los organismos competentes y las universidades deben iniciar programas de gestión de la salud basados en el ejercicio físico.

5. Referencias

- Boix Vilella, S., León Zarceño, E., & Serrano Rosa, M. Á. (2018). Levels of psychological and occupational health in pilates adherents. *Revista Costarricense de Psicología*, 37(2), 145-162.
- Giuntella, O., Hyde, K., Saccardo, S., & Sadoff, S. (2021). Lifestyle and mental health disruptions during COVID-19. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2016632118
- Gómez-Chacón R., Fernández-Martínez N., & Gálvez-Ruiz, P. (2021). Healthy Students: Adaptation and Validation of the Instrument from the Workplace to the Educational Field. *Sustainability*, 13(3), 1134.
- Hagedorn, R. L., Wattick, R. A., & Olfert, M. D. (2022). “My entire world stopped”: College students’ psychosocial and academic frustrations during the COVID-19 pandemic. *Applied Research in Quality of Life*, 17(2), 1069-1090.
- Sáez, I., Solabarrieta, J., & Rubio, I. (2021). Motivation for physical activity in university students and its relation with gender, amount of activities, and sport satisfaction. *Sustainability*, 13(6), 3183
- Salanova, M., Llorens, S., Cifre, E., & Martínez, I. M. (2012). We need a hero! Toward a validation of the healthy and resilient organization (HERO) model. *Group & Organization Management*, 37(6), 785-822.
- Wider, W., Taib, N. M., Khadri, M. W. A. B. A., Yip, F. Y., Lajuma, S., & Punniamoorthy, P. A. L. (2022). The unique role of hope and optimism in the relationship between environmental quality and life satisfaction during COVID-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), 7661.

Efecto en la salud derivado de los trabajos realizados en la tercera edad

***Raquel Aparicio-Mera¹, Gemma Martinez-Torremocha¹,
Antonio Alonso-Callejo¹ y Leonor Gallardo¹***

^{1.} *IGOID Research Group, Faculty of Sport Sciences,
University of Castilla-La Mancha, Toledo, Spain.*

1. Introducción

El envejecimiento de la población mundial representa uno de los mayores retos para los gobiernos. España se encuentra en pleno proceso de envejecimiento (Conde-Ruiz & González, 2021). Esto se debe a factores como la baja fecundidad, el aumento de la longevidad y la disminución de la mortalidad y la inmigración de personas de mediana edad (Causapié et al., 2011). Además, gracias a la tecnología, la mejora de las condiciones de vida, la sanidad pública y los avances en medicina, la esperanza de vida en España ha aumentado considerablemente (Abades Porcel & Rayón Valpuesta, 2012). En este sentido, las últimas previsiones del Instituto Nacional de Estadística auguran que, en 2050, el 31,4% de la población española tendrá más de 65 años y el 11,6% más de 80 años. Sin embargo, el aumento de la esperanza de vida no tiene por qué ir acompañado de un aumento del tiempo de buena salud. En este sentido, se ha cuantificado una diferencia de aproximadamente 8-10 años entre la esperanza de vida y la esperanza de vida saludable (Beard et al., 2015). Por ello, el objetivo principal de este estudio es evaluar la forma física y la percepción de la calidad de vida en personas mayores que realizan actividades deportivas con ayuda de la tecnología.

2. Método

DISEÑO DEL ESTUDIO

Se desarrolló un estudio transversal de adultos mayores españoles a partir de los datos reclutados en el proyecto healthy elderly sportec. Un total de 501 individuos jubilados de 60 a 84 años participaron en este estudio. Los participantes se dividieron en tres categorías según la actividad laboral que habían realizado: trabajo sedentario (G1), trabajo moderado (G2) y trabajo físico (G3). Todos los participantes estaban inscritos en servicios de actividad física estructurada al menos 2 días a la semana y un mínimo de 1 h.

INTERVENCIÓN

Cada participante siguió el protocolo establecido en el proyecto. Este, permite conocer la forma física orientada a la salud y la calidad de vida de los adultos mayores. Cada prueba se estableció en estaciones individuales y los participantes rotaron entre ellas en grupos de 8-10 cada h. Cada estación fue controlada por un investigador experimentado. El protocolo de pruebas establecido consistió en: (i) **Cuestionarios sociodemográficos** Se utilizó un cuestionario estructurado con el fin de obtener información sobre estilo de vida, tipo de trabajo, aspectos

sociodemográficos y calidad de vida autorreferida, entre otros; (ii) **VARIABLES ANTROPOMÉTRICAS** Se evaluó la composición corporal mediante análisis de bioimpedancia eléctrica con un dispositivo portátil de precisión avanzada (Tanita MC-780). Los principales parámetros que se tuvieron en cuenta fueron el peso (kg), la masa grasa total (kg y %) y la masa muscular total (kg y %). La estatura (cm) del participante se midió con el tallímetro. El IMC se calculó con el peso (kg) dividido por la altura al cuadrado (m). Las evaluaciones se realizaron con ropa deportiva y sin calzado; (iii) **APTITUD FÍSICA** la capacidad aeróbica se estimó mediante la prueba de marcha de 6 minutos; la fuerza de presión manual se midió mediante un dinamómetro de mano con agarre ajustable.

ANÁLISIS ESTADÍSTICO

La distribución de los datos se comprobó mediante la prueba de Kolmogorov- Smirnov. Las variables peso, talla e IMC resultaron no distribuidas normalmente a lo largo de los diferentes grupos. Por lo tanto, se eligió un modelo aditivo generalizado (GAM) para el análisis que incluía una función suave representada con B-splines con penalizaciones. El modelo se construyó con las variables predictoras de actividad ocupacional, sexo, IMC, actividad física y las variables suavizadas s(Edad). Estas variables se utilizaron para ejecutar el modelo con cada variable dependiente (6 MWT, fuerza de prensión de la mano, masa grasa y masa muscular). El número de nodos utilizados para los distintos modelos fue $k=20$ como número en el que k -índice era superior a 1 ($p>0,05$). El método para estimar el parámetro suavizado fue el de máxima verosimilitud restringida (REML). La actividad laboral se incluyó en el término suavizado como factor para permitir la interacción entre ambos. Resultó un modelo final para cada variable dependiente como:

$$y = V1 + V2 + V3 + s(V5 \text{ por } V4, k=20)$$

V1 = sexo; V2= IMC; V3= actividad física; V4 = actividad ocupacional; V5 = edad. La exactitud y el error del modelo se comprobaron mediante diferentes métodos como: R2 ajustado; Desviación estándar de la variable original; Desviación estándar del modelo; Desviación explicada; Error absoluto medio; Error porcentual absoluto medio; Error cuadrático medio; Índice de concordancia; AIC = Criterio de información de Akaike.

El análisis de datos se realizó en R versión 4.2.2 (2022-10-31 ucrt) con RStudio 2022.12.0 utilizando la función `gam()` del paquete `mgecv` (versión 1.8-41) para el ajuste del modelo.

3. Resultados

Para los hombres, el grupo de trabajo vigoroso mostró valores más bajos en la 6MWT y valores más altos en masa grasa y masa muscular en comparación con el grupo de trabajo sedentario. En el caso de las mujeres, los grupos de trabajo moderado y vigoroso mostraron valores inferiores en la 6MWT en comparación con el grupo de trabajo sedentario. En cuanto a la masa grasa y la masa muscular, los mismos grupos mostraron valores más altos en comparación con el grupo de trabajo sedentario. En cuanto a la salud mental, el grupo de trabajo moderado mostró puntuaciones más bajas en comparación con el grupo de trabajo sedentario.

4. Conclusiones

El estudio concluye que la actividad laboral, la actividad física, el sexo y el IMC fueron predictores de las variables antropométricas, la salud mental y la forma física. Por lo tanto, sería beneficioso aplicar un programa de ejercicio con ayuda de la tecnología durante la etapa laboral en las organizaciones con trabajo moderado y vigoroso.

5. Referencias

- Abades Porcel, M., & Rayón Valpuesta, E. (2012). El envejecimiento en España: ¿un reto o problema social? *Gerokomos*, 23(4), 151-155.
- Beard, J., Officer, A., Cassels, A., Bustreo, F., Worning, A., & Asamoah-Baah, A. (2015). Informe mundial sobre el envejecimiento y la salud. *OMS Organización Mundial de la Salud. Ginebra*.
- Causapié, P., Balbontín, A., Porras, M., Mateo, A., & Sánchez, M. (2011). Envejecimiento activo. Libro blanco. *P. S. e I. Ministerio de Sanidad, SG de PS y Consumo, e I. de M. y SS (IMSERSO), Eds.*, IMSERSO.
- Conde-Ruiz, J. I., & González, C. I. (2021). El proceso de envejecimiento en España. *Estudios sobre la economía Española*.

Efectos del ejercicio físico en el bienestar emocional del alumnado de ESO y Bachillerato en Murcia

Jorge Rico Palao¹, Antonio José Perán-Orcajada², Nicolás Fernández Martínez³ y Ramón Gómez-Chacón³

- ^{1.} *Profesor de Educación Física de la CARM.*
- ^{2.} *Okuant (Inversión en activos bancarios PK).*
- ^{3.} *Centro de Estudios Universitarios Cardenal Spínola CEU.*

1. Introducción

En el curso 2021-2022 (últimos datos confirmados) de un total de 8.248.489 alumnos escolarizados en centros autorizados por las Administraciones Educativas hay un total de 2.050.577 alumnos (51,5% hombres y 48,5% mujeres) en la etapa de ESO y 691.437 alumnos (46,3% hombres y 53,7% mujeres) en Bachillerato (Gobierno de España, 2023). En el caso de los niños y adolescentes de 5 a 19 años, se establece que en 2022 más de 390 millones de niños y adolescentes tenían sobrepeso y/u obesidad (OMS, 2024). Concretamente, según los datos recogidos por el INE (2021) destacan en primer lugar, por su alto porcentaje de sobrepeso, la Región de Murcia (25,75 %), siendo la Región con mayor prevalencia a la obesidad infantil tal y como apuntan De Bont et al., (2021). En este contexto, resulta relevante mejorar y aumentar la práctica de actividad física (AF, en adelante) del alumnado de ESO y bachillerato con el fin de reducir los datos antes expuestos, y a su vez mejorar el bienestar emocional de los propios alumnos, incidiendo y repercutiendo en un estudiante saludable (Gómez et al., 2021).

Existen multitud de estudios que relacionan los beneficios de la AF en la población infantil. Sin embargo, dado que no se está consiguiendo paliar este fenómeno, incluir los beneficios de la AF en el bienestar emocional y mental del alumnado, si los hubiera, sería otro aspecto más para justificar los programas de ejercicio físico en las escuelas. En este sentido, Kirschner et al., (2022) encontró relación positiva entre la AF y el bienestar mental de los estudiantes universitarios. Además, la AF regular se relaciona con el entusiasmo y el bienestar psicológico (Boix-Vilella et al., 2018), siendo el bienestar especialmente relevante para los estudiantes, ya que influye en su desarrollo académico y profesional (Hagedorn et al., 2022). De esta forma, la AF regular podría servir como un factor protector para la salud mental y, por ende, para regular el sobrepeso y la obesidad. Por lo que, este trabajo tiene por objetivo conocer el efecto que tiene la práctica de AF en el bienestar subjetivo emocional de los alumnos de ESO y bachillerato de la Región de Murcia, con el fin de disponer de mayor conocimiento e información y aplicar programas de ejercicio físico que se adapten al perfil emocional de los alumnos y este impacte directamente en mejorar el sobrepeso y obesidad del alumnado.

2. Método

La muestra está basada en estudiantes de ESO y bachillerato de la Región de Murcia. Se obtuvieron $N = 1727$, con $H = 833$ y $M = 894$. Para el desarrollo de dicho estudio hemos utilizado un cuestionario online (formulario de Google). La recogida de datos se llevó a cabo desde el 10 de noviembre de 2023 hasta el 25 de enero de 2024. Los instrumentos fueron, el International Physical Activity Questionnaire (IPAQ) en su versión reducida (IPAQ-SF) para medir la cantidad de actividad física, herramienta que ha mostrado adecuadas propiedades psicométricas (Brown et al., 2004), WHO (Five) Well Being Index (1998 version) (OMS, 1998), compuesto por 5 ítems con respuestas de 0-5. Se informó del carácter voluntario de la participación, así como el anonimato y la confidencialidad en las respuestas a través de tres vías diferentes.

Por un lado, a través de la información contenida en el documento que se facilitó a los tutores y que trasladaron a los alumnos previo a la cumplimentación del cuestionario. Por otro lado, se informó a todos los equipos de orientación/equipos directivos de todos los centros participantes del anonimato de las respuestas y para que trasladaran la información a los alumnos y familias.

Además, se incluyó información al inicio del cuestionario que hacían mención al consentimiento de participación en el estudio y la garantía de anonimato del mismo. El estudio se llevó a cabo por el comité ético de CEU Cardenal Spínola.

Para estudiar la relación entre IPAQ y Bienestar emocional se ajustó un modelo ANOVA a toda la muestra, tomando las puntuaciones en Bienestar emocional como variable dependiente e IPAQ como variable dependiente.

Previamente, se realizaron pruebas de normalidad (test de Lilliefors y qq-plots) y homocedasticidad (test de Levene) para analizar la viabilidad del modelo ANOVA. Y a posteriori, se realizó el análisis post-hoc de Tukey para comprobar las diferencias entre grupos dos a dos. Finalmente, se calculó el tamaño del efecto mediante la *d* de Cohen para medir la fuerza de estas diferencias. Todos los análisis estadísticos y gráficos se realizaron con el software estadístico R. Previamente, se realizaron pruebas de normalidad y homocedasticidad para analizar la viabilidad del modelo ANOVA. Tanto la prueba de normalidad mediante el test de Lilliefors ($D = 0.07$, p -valor < 0.001) como la prueba de homogeneidad de las varianzas mediante el test de Levene ($F_{2, 1724} = 5.12$, p -valor = 0.00607) resultaron ser estadísticamente significativas, pero dado el tamaño de la muestra, y otro análisis de la normalidad mediante qq-plots que reveló una leve desviación, se prosiguió con el modelo ANOVA.

3. Resultados

En primer lugar, se estudiaron las condiciones de aplicación del modelo ANOVA mediante pruebas de normalidad y homocedasticidad. Tanto la prueba de normalidad mediante el test de Lilliefors ($D = 0,07$; p -valor < 0.001) como la prueba de homogeneidad de las varianzas mediante el test de Levene ($F_{2, 1724} = 5,12$; p -valor = 0,006) resultaron ser estadísticamente significativas, pero dado el tamaño de la muestra, y el análisis de normalidad mediante qq-plots, que reveló una leve desviación, se prosiguió con el modelo ANOVA.

En la Tabla 1 se muestran las medias de las puntuaciones en Bienestar emocional para cada uno de los grupos formados según la actividad física que realizan, así como el tamaño de los grupos y la desviación estándar. Según los datos de la tabla, a mayor actividad física, el bienestar emocional del alumnado aumenta en promedio. Además, las diferencias que vemos en la tabla resultan ser estadísticamente significativas según el modelo ANOVA ($F_{2,1724} = 32,33$; p - valor < 0.001).

Tabla 1. Bienestar emocional y actividad física.

	N	M	DE	
BIENESTAR	ALTA	895	64,74	0,71
	MEDIA	531	58,10	0,97
EMOCIONAL	BAJA	301	54,22	1,33
	Total	1727		

N = Tamaño muestral, M = Media, DE = Desviación típica

Dado que el análisis de la varianza mostró diferencias estadísticamente significativas se procedió con el análisis post-hoc de Tukey para discernir qué grupos presentaban dichas diferencias. Además, se midió el tamaño del efecto mediante la *d* de Cohen para evaluar la magnitud de dichas diferencias.

En la tabla 2 se muestran los resultados de dicho análisis. Se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre todos los grupos, con un tamaño del efecto mediano ($d = 0,49$) entre los estudiantes que realizan una actividad física alta y los que realizan una actividad física baja, y tamaños del efecto pequeños en los otros pares ($d = 0,31$ y $d = 0,17$).

Tabla 2. *Post-hoc ANOVA (Turkey)*

	N	M	DE
ALTA-BAJA	10,51	< 0,001	0,49
ALTA-MEDIA	6,63	< 0,001	0,31
MEDIA-BAJA	3,88	0,03	0,17

DIFFM = Diferencia de medias, p = p-valor, d = d de Cohen.

4. Discusión y conclusiones

Los resultados de este estudio concuerdan con los llevados a cabo por Kirschner et al. (2022) en la Universidad, por lo que se aumentan los niveles educativos, incluyendo ESO y bachillerato, donde la práctica de AF mejora los indicadores de bienestar emocional de manera significativa. Por lo tanto, la conclusión de este estudio es que los estudiantes que realizan actividad física, tanto vigorosa como moderada, presentan indicadores significativamente superiores a los estudiantes que realizan actividad física baja o nula. Este hecho, junto con la problemática de la obesidad infantil y adolescente, hace que los organismos competentes deban plantearse la posibilidad de implementar programas de ejercicio físico en los estudiantes, siendo una de las opciones en horario escolar o en horario no escolar.

5. Referencias

- Boix Vilella, Salvador, León Zarceño, Eva, & Serrano Rosa, Miguel Ángel. (2018). Niveles de salud psicológica y laboral en practicantes de Pilates. *Revista Costarricense de Psicología*, 37(2), 145-162. <https://dx.doi.org/10.22544/rcps.v37i02.04>
- de Bont, J., Bennett, M., León-Muñoz, L. M., & Duarte-Salles, T. (2022). The prevalence and incidence rate of overweight and obesity among 2.5 million children and adolescents in Spain. *Revista española de cardiología (English ed.)*, 75(4), 300–307. <https://doi.org/10.1016/j.rec.2021.07.002>
- Gobierno de España (2023). *Datos y cifras. Curso escolar 2022-2023*. Ministerio de Educación y Formación Profesional. www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:23ffe4f5-a212-4f99-aea4-dd1baac84bd4/datos-y-cifras-2022-2023-espanol.pdf
- Gómez-Chacón R, Fernández-Martínez N, Gálvez-Ruiz P. (2021). Healthy Students: Adaptation and Validation of the Instrument from the Workplace to the Educational Field. *Sustainability*, 13(3):1134. <https://doi.org/10.3390/su13031134>
- Hagedorn, R. L., Wattick, R. A., & Olfert, M. D. (2021). “My Entire World Stopped”: College Students’ Psychosocial and Academic Frustrations during the COVID-19 Pandemic. *Applied Research in Quality of Life*, 17(2), 1069–1090. <https://doi.org/10.1007/s11482-021-09948-0>
- Kirschner, M., Golsteijn, R. H. J., van der Wurff, I. S. M., Savelberg, H. H. C. M., & de Groot, R. H. M. (2022). The Role of Physical Activity Behavior in the Mental Wellbeing of Vocational Education and Training Students: The PHIT2LEARN Study. *Frontiers in Education*, 7. <https://doi.org/10.3389/educ.2022.839848>
- OMS (2024). Worldwide trends in underweight and obesity from 1990 to 2022: a pooled analysis of 3663 population-representative studies with 222 million children, adolescents, and adults. *The Lancet*.
- OMS. Regional Office for Europe. (1998). Wellbeing measures in primary health care/the DepCare Project: report on a WHO meeting: Stockholm, Sweden, 12–13 February 1998. World Health Organization. Regional Office for Europe. <https://iris.who.int/handle/10665/349766>

Variables psicológicas según grupo en usuarios de centros deportivos privados

Nuria Molina García¹, Ana Gómez Tafalla², Cristian Gregori Faus²

- ^{1.} *Departamento de Didáctica general y Didácticas Específicas, Universidad de Alicante*
- ^{2.} *Departamento de Educación Física y Deportes, Universidad de Valencia.*

1. Introducción

Una de las finalidades más importantes en el contexto de los servicios deportivos es explorar las variables psicológicas que influyen en el comportamiento y las actitudes de los usuarios de centros deportivos privados. Para conocer cuáles son sus intenciones, su grado de permanencia y lealtad, los centros se deben de estudiar variables emocionales y psicológicas que faciliten el conocimiento de la experiencia del cliente. En este sentido, analizar la influencia de variables socioemocionales como el bienestar subjetivo y las intenciones futuras puede ayudar a predecir la lealtad del usuario (García et al., 2020). A diferencia de otras disciplinas, las variables psicológicas y sociales como la satisfacción con la vida, las emociones, y la felicidad han sido muy poco analizadas en la literatura de gestión del deporte (Molina, 2016). El valor emocional, la satisfacción del usuario, el valor social y el bienestar subjetivo predicen significativamente la lealtad del usuario hacia el servicio ofrecido y en la medida en la que más se desarrollan, más fuerte será la intención de volver o recomendar el servicio a otros clientes potenciales (García et al., 2020). Por ello, conocer el perfil del cliente en cuanto a género, edad, o tipo de socio y vincularlo a estas conductas de comportamiento puede ayudar a predecir comportamientos y que el gestor pueda dirigir ofertas deportivas cada vez más personalizadas para satisfacer las demandas más difíciles de interpretar. En base a lo expuesto, los objetivos planteados en esta investigación fueron medir y determinar la relación existente y las posibles diferencias entre las variables psicológicas de satisfacción con la vida, felicidad, bienestar subjetivo y emociones de dos centros deportivos según grupos de género, edad y nivel de antigüedad en los usuarios de dos centros deportivos privados de la provincia de Alicante.

2. Método

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN, PROCEDIMIENTO Y MUESTRA

Se presenta una investigación descriptiva a través de un cuestionario cuantitativo de 98 ítems distribuido en 10 variables a medir, de las cuales se pretenden analizar 4. Para su procedimiento se procedió a la administración del cuestionario tanto en formato papel como de forma on- line. Durante el procedimiento se recogieron 372 cuestionarios pertenecientes a dos centros deportivos de ámbito privado, representando una muestra heterogénea y equilibrada de 192 (51,7%) hombres y 180 (48,3%) mujeres, siendo la edad media de los participantes de 35, 64 años.

INSTRUMENTO

El cuestionario utilizado midió entre otras las siguientes cuatro variables psicológicas: satisfacción con la vida, felicidad, bienestar subjetivo y las emociones de agrado y activación del usuario. Para medir la variable de Satisfacción con la Vida se aplicó la escala de SWLS (*Satisfaction with life scale*) de Diener et al. (1985), de 5 ítems puntuada de 1 a 5. La escala utilizada para medir la variable Felicidad, fue la escala de felicidad subjetiva de Lyubomirsky y Lepper, (1999), a través de 4 ítems del 1 al 7. La medición del Bienestar Subjetivo se llevó a cabo a través de la escala de *Personal Wellbeing Index* (PWI), de Cummins (2006) de 8 ítems de 1 a 10. Finalmente, se midieron las emociones del usuario,

a través de la escala de agrado y activación de Bigné y Andreu (2004) con una alternativa de respuesta de cinco niveles entre -2 y +2.

ANÁLISIS DE DATOS

Para el tratamiento de los datos se llevó a cabo un análisis descriptivo de las variables mencionadas en valores absolutos de frecuencias y porcentajes de la edad (< 25 años, entre 26 y 40 y > 40), género (hombre o mujer), y la antigüedad como tiempo de permanencia como socio en el centro, siendo considerado novel (1-12 meses) y veterano (13- 48 meses). Posteriormente se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) de las escalas y se realizó el cálculo de parámetros descriptivos; media, desviación típica y varianza. Para comparar los diferentes grupos se realizó un análisis de ANOVA, y en aquellos casos que se encontró alguna diferencia significativa se realizó un contraste a posteriori con el test de Scheffe y Tamhane. Además, se realizó la Prueba T para muestras independientes.

3. Resultados

Los resultados obtenidos se muestran en la tabla 1 y como se puede apreciar en términos generales, la variable mejor valorada por los participantes fue la de bienestar subjetivo (8,09) seguidamente la variable de felicidad (5,66), y por último la variable de satisfacción con la vida (3,96). En relación con su análisis según el género se aprecia que las puntuaciones medias fueron mayores y altamente positivas en el caso del género femenino en todas las variables y algo menores todas las puntuaciones medias realizadas por el género masculino. La tabla confirma que tan sólo la dimensión de satisfacción con la vida presenta diferencias estadísticamente significativas $p \leq 0,05$ en cuanto al género. Según la antigüedad, los clientes noveles puntúan de forma más alta y positiva las variables de emoción de agrado con un 4,44 sobre 5 (D.T., 64), de emoción de activación con un 3,84 sobre 5 (D.T. ,77), la satisfacción con la vida con un 4,00 sobre 5 (D.T., 68), y la felicidad con un 5,78 sobre 7 (D.T. ,88) que los veteranos. En cambio, en la variable de bienestar subjetivo, es el grupo opuesto de clientes veteranos el que puntúa la variable de forma más favorable con un 8,14 sobre 10 (D.T. 1,22). De forma más detallada se observa que las diferencias entre los dos grupos en la dimensión de emoción de agrado son estadísticamente significativas (** $p \leq 0,01$) y la prueba t-, indica que la variable de emoción de activación también posee diferencias estadísticamente significativas (* $p \leq 0,05$) entre los dos grupos. Según los grupos de edad se observa como existe una tendencia a valorar de forma más positiva las dimensiones por el grupo de mayor edad (>40 años) y de forma menos positiva según se acerca a la muestra más joven (<25 años). Se puede destacar que las valoraciones medias del grupo de más de 40 años fueron para las variables de emociones de agrado 4,42 sobre 5 (D.T. 69), para las emociones de activación 3,87 sobre 5 (D.T. 79), para el bienestar subjetivo 8,27 sobre 10 (D.T. 1,13), para satisfacción con la vida 4,10 (D.T. 60) y para la felicidad 5,80 (D.T. 78).

En cuanto al análisis más detallado se indica que no hay diferencias significativas ($p \leq 0,05$) a nivel psico-social según los grupos de edad.

Tabla 1. Medias de variables psicológicas en general y según grupos

Variable psicológica	General	Según género		Según antigüedad		Según edad		
	M (DI)	M (DI)	F (DI)	Nov	Veter.	<25	26-40	>40
Satisfacción con la vida (1-5)	3,96 (,70)	3,88 (,74)	4,04* (,65)	4 (,68)	3,93 (,71)	3,87 (,75)	3,93 (,71)	4,10 (,60)
Felicidad (1-7)	5,66 (,95)	5,64 (,95)	5,69 (,95)	5,78 (,88)	5,60 (,99)	5,61 (,94)	5,62 (1,03)	5,80 (,78)
Bienestar Subjetivo (1-10)	8,09 (1,34)	8,04 (1,38)	8,14 (1,29)	7,98 (1,52)	8,14 (1,22)	7,95 (1,62)	8,05 (1,30)	8,27 (1,13)
Emoción de agrado (1-5)	4,35 (,72)	4,30 (,74)	4,39 (,70)	4,44 (,64)	4,25 (,78)**	4,29 (,83)	4,33 (,68)	4,42 (,69)
Emoción de activación (1-5)	3,77 (,78)	3,77 (,78)	3,77 (,79)	3,84 (,77)	3,69 (,78)**	3,71 (,81)	3,74 (,76)	3,87 (,79)

Nota: * Probabilidad de $P \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$

4. Conclusiones

En respuesta a los objetivos propuestos se puede concluir que existe una tendencia a que el hombre puntúe por debajo las mismas variables que la mujer puntúa de forma más alta. La dimensión de satisfacción con la vida presentó diferencias estadísticamente significativas según el género, siendo la emoción de agrado la variable mejor puntuada y la emoción de activación la que obtuvo la puntuación más baja. Según la antigüedad del socio en el centro, existen diferencias significativas a la hora de evaluar las emociones, satisfacción con la vida, felicidad y bienestar subjetivo entre clientes noveles y clientes veteranos. Los clientes noveles puntúan de forma más alta y positiva las variables psicológicas siendo la más valorada por estos de emoción de agrado. Las valoraciones más altas y favorables las realiza el grupo más mayor de más de 40 años en todas las variables psicológicas y las más bajas o menos favorables el grupo más joven de hasta 25 años. Las variables psicológicas mejor valoradas por el grupo de más de 40 años son la emoción de agrado, la felicidad y el bienestar subjetivo, siendo la peor valorada la emoción de activación.

5. Referencias

- Bigné, J.E., y Andreu, L. (2004). Modelo cognitivo- afectivo de la satisfacción en servicios de ocio y turismo. *Cuadernos de economía y dirección de empresas*, 21, (pp. 89-120).
- Cummins, R.A. (2006). Australian Unity Wellbeing Index: Report 14.1. Fifth Anniversary Special Report. Summarising the major findings. Melbourne: Australian Centre on Quality of Life, School of Psychology, Deakin University.
- Diener, E., Emmons, R., Larsen, R.J. y Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, (pp.71-75). https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- García Pascual, F., Alguacil Jiménez, M., & Molina- García, N. (2020). Predicción de la lealtad de los usuarios de centros deportivos privados: Variables de gestión y bienestar subjetivo. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (38), 16-19.
- Lyubomirsky, S. y Lepper, H. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social Indicators Research*, 46, (pp.137-155). <https://doi.org/10.1023/A:1006824100041>
- Molina-García, N. (2016). *Evaluación de la calidad de servicio de centros deportivos privados. Influencia de la gestión en el bienestar de los usuarios* (Doctoral dissertation, Universitat de València).

Relación entre la calidad general, el valor percibido y el impacto social en centros fitness Low Cost

**Pablo Jiménez-Jiménez¹; David Parra-Camacho¹;
Francisco Rodríguez-Rojas²; Romulo Jacobo
González-García³**

- ^{1.} *Departamento de Educación Física y Deportiva, Universitat de València.*
- ^{2.} *Universidad Internacional de la Rioja.*
- ^{3.} *Campus Capacitas Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir.*

1. Introducción

La industria del fitness no ha dejado de crecer en todo el mundo y a pesar de su relativa juventud los centros fitness se consolidan como una de las principales localizaciones para practicar actividad física (Andreasson & Johansson, 2014). Aunque los niveles de práctica de actividad física que se realiza en los gimnasios varía en función de las regiones geográficas, en la actualidad se calcula que entre el 10 % y el 15 % de la población de muchos países occidentales acude regularmente a un gimnasio o centro de fitness (Eurobarometer 2022). En base a esta evidencia parece lógico hipotetizar que la apertura de un centro fitness tendrá un impacto positivo en sus usuarios. Sin embargo, de acuerdo con la Teoría del Intercambio Social, las percepciones sobre el impacto social de los usuarios de los centros fitness depende de la relación entre los posibles costes y beneficios percibidos por los mismos (García-Pascual et al., 2022). Por lo cual, la percepción de diferentes variables como el valor o la calidad percibidos podría ayudar a explicar dichas percepciones. El objetivo de este trabajo es comprobar la relación entre la calidad general percibida por los usuarios de los centros deportivos low cost y el valor percibido, como antecedentes del impacto social de los centros en los municipios. En base a este objetivo general se plantearon las siguientes hipótesis:

- H1. La percepción de los usuarios de los centros deportivos sobre la calidad general puede influir sobre su percepción respecto al valor percibido
- H2. La percepción de los usuarios de los centros deportivos sobre la calidad general puede influir sobre su percepción sobre el impacto social
- H3. La percepción de los usuarios de los centros deportivos sobre el valor percibido puede influir sobre su percepción sobre el impacto social

2. Método

Se recogió un total de 3832 cuestionarios entre los usuarios de centros deportivos Low Cost de diferentes provincias de España entre los meses de Diciembre 2019 y Enero 2020. El instrumento utilizado se compone de cuatro constructos adaptados de los estudios de impacto social de centros deportivos (26 ítems) de García-Pascual et al. (2019), calidad general (4 ítems) de Brady & Cronin (2001) y valor percibido (4 ítems) de Zeithaml (1988). El análisis estadístico de los datos se realizó mediante el programa EQS 6.4. con el que se analizaron las estimaciones del R^2 , los coeficientes estandarizados (β) y el nivel de significatividad.

3. Resultados

EVALUACIÓN DEL MODELO DE MEDIDA

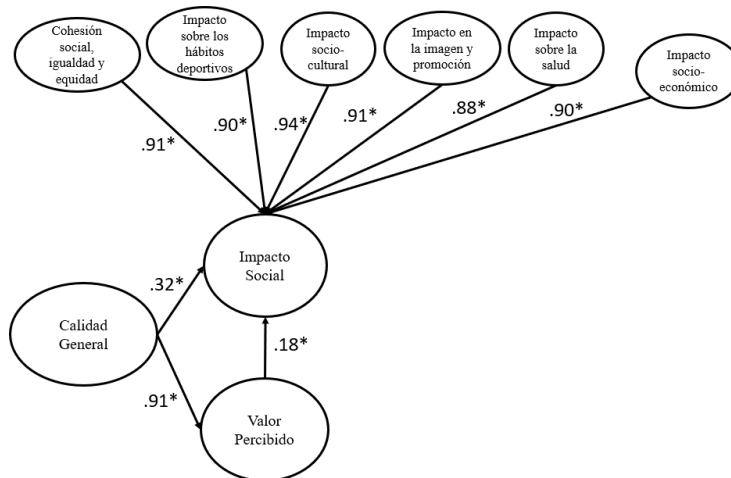
El ajuste del modelo de medida se comprobó mediante un AFC que mostró índices de ajuste adecuados, excepto en la relación del χ^2 /gl debido al tamaño de la muestra: $\chi^2= 10847.45$, $gl=518$; $RMSEA=.059$ ($IC=.057-.060$); $NNFI=.93$; $CFI=.94$; $IFI=.94$.

Los valores de las pruebas t asociados a las cargas factoriales de los ítems eran superiores a 1.96 ($p<.05$), permitiendo comprobar la validez convergente. En cuanto a la validez discriminante, se comprobó que el valor de la raíz cuadrada de la varianza media extraída (AVE) era inferior a las correlaciones entre los constructos. La fiabilidad se comprobó mediante el alfa de Cronbach (α) y la fiabilidad compuesta (FC) con valores superiores en todos los factores a .91, así como con el AVE con valores superiores a .82.

MODELO DE RELACIONES CAUSALES

En la figura 1 se muestra el modelo con las relaciones entre las variables que explica un 24% de la percepción sobre el impacto social de los centros deportivos y un 83% del valor percibido. Se observó que la calidad general percibida por los usuarios predecía significativamente ($p<.05$) tanto el impacto social percibido ($\beta=.32$) como el valor percibido ($\beta=.91$). El modelo propuesto mostró índices adecuados de bondad de ajuste, a excepción del χ^2 /gl: [(S-B $\chi^2= 7337.65$, $gl=518$, $p<.01$); ($\chi^2= 10847.61$, $gl=518$); ($RMSEA=.059$; $IC=.057-.060$); $NNFI=.93$; $CFI=.94$; $IFI=.94$].

Figura 1. Modelo de relaciones causales



4. Conclusiones

Los resultados permiten confirmar las hipótesis, comprobando que una mayor calidad y valor percibido por los usuarios de los centros deportivos contribuye a explicar el impacto social percibido. También, la calidad general es un predictor determinante del valor percibido, tal y como se ha comprobado en los estudios previos sobre centros deportivos. Por lo tanto, parece que una gestión que mejore los niveles de calidad y valor percibido por los usuarios de los centros deportivos low cost puede mejorar la percepción sobre el impacto social que generan en los municipios.

5. Referencias

- Andreasson, J. & Johansson, T. (2017) The new fitness geography: the globalisation of Japanese gym and fitness culture, *Leisure Studies*, 36(3), 383-394, DOI: <https://doi.org/10.1080/02614367.2015.1105858>
- Eurobarometer (2022). Special Eurobarometer 525. Sport and Physical Activity. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2668> (visited: 05/04/2024).
- García-Pascual, F., González-García, R. J., & Campos Pérez, C. (2022). The influence of subjective well-being on the perceptions of customers of private sports centres. linear models vs qualitative comparative analysis. *Managing Sport and Leisure*, 1-12.
- García-Pascual, F., Parra-Camacho, D., & González-García, R. J. (2019). Validación de una escala para el análisis de las percepciones de los residentes sobre el impacto social de un centro deportivo. *Movimento: Revista Da Escola de Educação Física*, 25, 1-17. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7317926>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>

Agradecimientos

El primer autor de este trabajo, Pablo Jiménez-Jiménez, agradece el apoyo del contrato predoctoral "FPU20/06649" concedido por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades

Analysis of the validity and reliability of the brand love scale applied to the context of fitness centres

Pablo Jiménez-Jiménez¹, Vera Pedragosa², Mario Alguacil-Jiménez¹, Ferran Calabuig-Moreno¹

- ^{1.} *Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Valencia.*
- ^{2.} *Centro de Investigação em ciências económicas e empresariais, Universidade Autónoma de Lisboa.*

1. Introduction

The aim of this study was to validate an instrument to assess the brand love of fitness centre users by adapting Carroll & Ahuvia's (2006) scale to this context.

2. Method

INSTRUMENT, PROCEDURE AND STATISTICAL ANALYSIS.

For this research, an online questionnaire was designed with a total of 56 questions including different socio-demographic variables of the participants (age, sex, level of studies), as well as the brand love scale proposed by Carroll & Ahuvia (2006). This scale is composed of a total of ten items (two of which are written in reverse), which must be answered on a 7-point Likert scale.

Data collection was carried out by means of convenience sampling. The link to the survey questionnaire was first sent to the Portuguese Association of Fitness Centres and Gyms (Portugal Activo), which disseminated the questionnaire to its associate members, who in turn distributed the questionnaire among the members of their gyms.

For the statistical analysis of the data, on the one hand, the SPSS25 statistical package was used, with which the exploratory factor analysis (hereinafter EFA) of the data was carried out. On the other hand, the JASP 0.18.3 software was used to perform a confirmatory factor analysis (hereinafter CFA).

PARTICIPANTS

A total of 235 people with a mean age of 41.51 (± 13.68) years completed the questionnaire. Most of these users attend two to five days a week to train in the fitness room as free users or do guided activities (89%), and pay a fee of between €30 and €65 per month.

3. Results

First, for the EFA, the maximum likelihood extraction method was used (extracting those factors with eigenvalues greater than 1), using the direct Oblimin rotation method and establishing an elimination criterion of factor loadings lower than .40. Finally, the analysis of the Kaiser-Meter-Olkin (KMO) value and Barlett's test of sphericity was requested. The Kaiser-Meter-Olkin (KMO) value was .92 and can therefore be considered an excellent sample fit.

The Barlett's test of sphericity was significant ($p < .001$), thus ensuring the suitability of the data for this type of analysis. (Hair et al., 2006). Regarding the extracted factors, the analysis suggested that there were two factors that exceeded the eigenvalue of 1, of which one was able to explain up to 70.71% of the variance (items 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9 and 10) and the other 13.25% (items 4 and 7). Following this information, two items that did not fit the dominant factor were eliminated. The results of the new FEA indicated that excellent sampling adequacy ($KMO = .93$) and the significance of Barlett's test of sphericity ($p < .001$) were still maintained. In this analysis, the result suggests the existence of a single factor, which explains up to 85.18% of the variance.

Secondly, the CFA was carried out. The fit of the model with the 8 items obtained in the exploratory factor analysis was not adequate. For this reason, the items were analysed to see which could be generating conflict using the misfit plot in the JASP software. After this review, it was observed that items 5, 8, 9 and 10 had a poor fit with some of the other items of the scale, causing the fit of the joint model to be inadequate. For this reason, we proceeded to eliminate them from the analysis following the suggestions made by Rogers (2024). After performing a new CFA on this occasion the model did obtain adequate goodness-of-fit values ($SB\chi^2 = 3.86$; $gl = 2$; $SB\chi^2/gl = 1.93$; $RMSEA = .07$; $NFI = .996$; $NNFI = .994$; $CFI = .998$; $IFI = .998$) with

the chi-square ratio and degrees of freedom less than 5, indices above .90 and with an RMSEA value below .08 (Browne and Cudeck, 1993). Regarding convergent validity, the factor weights of the items were significant, exceeding .60 (Bagozzi and Yi, 1988). In terms of internal consistency, Cronbach's alpha value was .96, exceeding the criterion of .70, composite reliability values also exceeded .70 and AVE values exceeded .50 (Hair et al., 2006).

4. Conclusion

The aim of this paper was to validate an instrument to measure the perception of brand love of active users in fitness centres in Portugal. After the validation process, we can say that the scale shown in table 1 below is a scale that shows adequate psychometric properties, making it valid and highly reliable for the measurement of the brand love variable in fitness centres.

Table 1. Psychometric properties of the brand love scale.

ÍTEM	λ	S-B χ^2 (gl)	RMSEA	NFI	NNFI	CFI	IFI
1. Este é um Centro de Fitness é maravilhoso.	.93	3.86	.07				
2. Este Centro de Fitness faz-me sentir bem.	.97	-2	(.00-.17)	.996	.994	.998	.998
3 Este Centro de Fitness é totalmente espetacular.	.85	1.93					
6 Adoro este Centro de Fitness.	.95						

Note: * $p < .05$; λ = factorial load. $SB\chi^2/df$ = Satorra-Bentler chi-square ratio of and degrees of freedom; RMSEA = root mean square error of approximation; NFI = Normed Fit Index; NNFI = Non-Normed Fit Index; CFI = Comparative Fit Index; IFI = Incremental Fit Index.

5. References

- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Browne, M.W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In Bollen, K. A., & Long, J. S. (Eds.). *Testing structural equation model* (pp. 136-162). Newbury Park, CA: Sage.
- Carroll, B. A., & Ahuvia, A. C. (2006). Some antecedents and outcomes of brand love. *Marketing letters*, 17, 79-89.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Prentice Hall.
- Rogers, P. (2024). Best practices for your confirmatory factor analysis: A JASP and lavaan tutorial. *Behavior Research Methods*. <https://doi.org/10.3758/s13428-024-02375-7>.

Perceived emotional value by fans of professional basketball clubs in Spain: An approach through WTP

José Domingo García Merino¹, Xabier Mendizabal² y Leire San Jose Ruiz de Aguirre³

- 1. Departamento de Economía Financiera II
Universidad del País Vasco – Euskal Herriko Unibertsitatea*
- 2. Departamento de Finanzas y Contabilidad,
Universidad de Deusto*
- 3. Departamento de Economía Financiera II
Universidad del País Vasco – Euskal Herriko Unibertsitatea*

1. Introduction – Theoretical framework

European professional sport clubs are “double or triple bottom line” organizations as their primary objective is sporting success and the satisfaction of different stakeholder groups, while their secondary objective would be the creation of economic wealth to self-maintain over time (Gammelsæter, 2010). Their community attachment and emotional bonding with stakeholders are crucial (Morrow, 2005). Our object of study is precisely emotional value, or the utility derived from feelings or affective states that consuming a certain product or service generates, in this case the sports team (Kunkel et al., 2017). This emotional bonding with stakeholders is hardly replicated in other organizations (Kunkel et al., 2017). For our research, we will specifically choose fans as the object of analysis, as they are one of the main stakeholders of a professional sport club (Jaeger, 2021). However, it would be inappropriate to consider fans of professional sport clubs as homogeneous, given their different motivations, so we will only consider in our study the most loyal fans, i.e. those that show a higher level of engagement in comparison with the most casual fans (Jaeger, 2021).

2. Objectives

The main objectives will be to know if there is a positive correlation between satisfaction with both infrastructure and spectacle and loyalty, understood as attendance. In the same way, we want to check whether there is a positive correlation between emotional value and loyalty or attendance.

3. Methodology

Through a SERVQUAL questionnaire adapted to sport that will be sent to different fans, we will evaluate each one of the previous dimensions (quality, loyalty) operating under a Likert scale. For the quantification of emotional value, we will use Willingness to Pay More. This measure refers to the highest price that an individual is willing to accept to pay for some good or service (Breibert, 2007). WTP would allow us to capture a considerable part of the emotional value created to fans, that can be superior to the amount that fans pay to the club for season tickets, merchandising, etc. In sports, WTP has been used to determine the willingness of a local population to build a new stadium or to keep the club in a local area (Castellanos et al., 2011), to propose solutions to solve professional sport clubs’ financial problems or to implement environmental measures in a club (Thormann & Wicker, 2021).

4. Results

Among the characteristics of the sample, the questionnaires were sent online in April 2023 by the club through their mail to their fans, and collected for a period of two weeks. The number of responses was of 625, among which there were 548 complete answers. The sample collected is significant, giving robustness to the results obtained.

Table i: *Regression analysis – Entire sample*

Model: a. Dependent variable: Loyalty	Non-standardized coefficients		Standardized coefficients	t	Signification	Collinearity statistics	
	Beta	Error Deviation	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0,015	0,054		0,278	0,781		
Satisfaction Facilities 1	0,189	0,041	0,189	4,635	0,000	0,701	1,426
Satisfaction Facilities 2	0,206	0,036	0,202	5,713	0,000	0,935	1,070
Satisfaction Spectacle	0,415	0,042	0,413	9,900	0,000	0,671	1,491
Emotional value	-0,032	0,071	-0,016	-0,459	0,646	0,999	1,001

Source: Own elaboration

Table ii: *Summary of the model*

Model	R	R square	Adjusted R square	Estimation's standard error	Durbin-Watson
1	,604 ^a	0,364	0,360	0,80017815	1,970

Source: Own elaboration

The satisfaction with both facilities and with spectacle variables are positively correlated with loyalty, the biggest correlation being that between satisfaction with spectacle and loyalty ($\beta = 0,415$). This result seems logical, given that if the team wins we might think the fans will be in a better mood and find a bigger motivation to keep track of the progress and the matches played by the team. The regression coefficients are significant, as it can be seen at the corresponding column.

If we replicate the regression analysis among those fans showing a bigger attendance (they travel with the team on the road and they attend to more than 90% of home matches), we can claim that the variables of satisfaction with facilities are correlated with loyalty. However, the satisfaction with spectacle and the emotional value seem to have a low significance when explaining the loyalty of fans.

5. Discussion

This points to a situation where fans with a bigger engagement with the club give a lower importance to the sporting result and the quality of spectacle. However, these fans still show a negative correlation between emotional value and loyalty, so emotional value could not explain by itself the loyalty experienced by these fans. Therefore, loyalty of fans is “inelastic” to changes in the spectacle and the emotional value, indicating that the most active fan justifies its attendance on the basis of other dimensions than emotional value, like the satisfaction with spectacle and facilities.

6. References

- Breidert, C. (2017). Estimation of Willingness-To-Pay: Theory, Measurement, and Application. *Diss. Doctoral thesis, Vienna University of Economics and Business*. Retrieved from: <http://epub.wu.ac.at/1934/-data.dostepu>: 16.05. 2017r.
- Castellanos, P., García, J., & Sánchez, J. (2011). The willingness to pay to keep a football club in a city: how important are the methodological issues? *Journal of Sports Economics, 12*(4), 464-486.
- Gammelsæter, H. (2010). Institutional Pluralism and Governance in “Commercialized” Sport Clubs. *European Sport Management Quarterly, 10*(5), 569-594.
- Jaeger, J. (2021). Football fans and stakeholder theory—A qualitative approach to classifying fans in Germany. *Sport, Business and Management: An International Journal, 11*(5), 598-619.
- Kunkel, T., Doyle, J., & Berlin, A. (2017). Consumers’ perceived value of sport team games - A multidimensional approach. *Journal of Sport Management, 31*(1), 80- 95.
- Morrow, S. (2005). *The business of football: Image management in narrative communication*. Institute of Chartered Accountants of Scotland.
- Thormann, T. F., & Wicker, P. (2021). Willingness-to-pay for environmental measures in non-profit sport clubs. *Sustainability, 13*(5), 2841.

Impacto Social de La Vuelta 2019-2021: Influencia del tamaño de la población y confianza en el gobierno local

José Miguel Vegara-Ferri¹ y José María López-Gullón¹

^{1.} *Departamento de Actividad Física y Deporte,
Universidad de Murcia.*

1. Introducción

La Vuelta es uno de los eventos deportivos anuales más importantes que se celebran en España, siendo el máximo exponente de ciclismo del país y uno de los acontecimientos de ciclismo en ruta más importantes en el mundo, junto al Tour de France y al Giro d'Italia.

Desde su primera edición en 1935, la Vuelta ha transcurrido por cientos de municipios españoles e internacionales. Muchos de ellos se han percatado de las diferentes oportunidades y beneficios que tiene acoger este evento deportivo de estas características para su localidad. Los gobiernos locales son las principales entidades que invierten y crean políticas para las comunidades locales. Los residentes entran inevitablemente en relación con su gobierno local y se ven afectados por las decisiones de éste (Kim y Manoli, 2021). La confianza política puede considerarse una creencia subjetiva o las cualidades que esperan los residentes de los políticos para promover los beneficios de las comunidades locales en una situación de intercambio (Gursoy et al., 2017).

El objetivo de este trabajo es estudiar las características de las localidades sede de salida y meta a lo largo de la historia del evento (La Vuelta 1935-2022) mediante un mapeo de las localidades y un análisis del tamaño y ubicación de estas. Analizar la percepción de los residentes en función del tamaño de la localidad sede y explorar la percepción del residente sobre los impactos producidos por el evento deportivo en función del nivel de confianza en el gobierno local.

2. Método

En primer lugar, se analizaron un total de 2.997 ubicaciones de salidas/metras de las 77^o ediciones de La Vuelta celebradas desde 1935 a 2022.

Para analizar la percepción de los residentes en función del tamaño de la localidad sede se utilizó una muestra de residentes obtenida en la fase in situ de las ediciones 2019 y 2021, compuesta por 2.161 residentes de 37 localidades. Se realizó una segmentación de esta muestra en cuatro grupos de localidades en función del número de habitantes (Localidades pequeñas formada por 14 localidades con menos de 9.999 habitantes, Localidades medianas con una población de entre 10.000 y 19.999; Localidades grandes formado con una población de entre 20.000 y 99.999 habitantes y por último,

un grupo de Localidades muy grandes con una población superior a 100.000 habitantes).

Se realizó un análisis de conglomerados atendiendo al ítem “Confío en la gestión y la administración del gobierno local de forma general”. Un total de 4.801 residentes de localidades de salida y meta de La Vuelta completaron un cuestionario cuantitativo compuesto por 21 ítems divididos en 4 dimensiones (beneficios económicos, beneficios socioculturales y psicosociales, beneficios en la imagen y la promoción y costes sociales) diseñado por Vegara-Ferri (2022).

3. Resultados

Las localidades pequeñas con una población inferior a 19.999 habitantes han tenido mayor representación con el paso del tiempo. Mientras que en las primeras ediciones apenas representaban el 6,4% de las localidades de salida o metas, en los últimos años este porcentaje se sitúa en el 45% de las sedes, siendo el tipo de localidad más representativo en la actualidad.

El análisis de conglomerados arrojó cuatro grupos de residentes ("Desconfiados", "Neutral", "Confianza" y "Confianza plena"). Los resultados de la prueba ANOVA mostraron la existencia de diferencias estadísticamente significativas en todas las variables ($p \leq 0,001$), siendo la dimensión con mayores diferencias los beneficios socioculturales y psicosociales ($F = 609,3$; $p \leq 0,001$; $\eta^2 = 0,276$), seguido por los beneficios económicos ($F = 506,0$; $p \leq 0,001$; $\eta^2 = 0,241$), mientras que los costes sociales fue la dimensión con menores diferencias entre la percepción de los residentes ($F = 47,7$; $\eta^2 = 0,029$).

El Clúster 1 “Desconfianza” fue el grupo que presento las valoraciones más bajas en todas las dimensiones e ítems respecto al resto de grupos, excepto en la dimensión de costes sociales, donde fue el grupo que mayor número de impactos negativos percibió. En cambio, el clúster 4 “Confianza plena” fue el que mejores valoraciones otorgo en todos los ítems de las dimensiones analizadas y el que menores costes sociales percibió. El Clúster 2 “Neutral” y clúster 3 “Confianza” obtuvieron puntuaciones medias en todos los ítems.

4. Discusión

Estos resultados muestran una relación positiva directa entre el nivel de confianza de los residentes en el gobierno y sus percepciones de los impactos positivos y negativos, coincidiendo con los encontrados en la literatura internacional (Zhou, 2010). También Gursoy et al. (2017) examinaron la influencia de la confianza de los residentes en el gobierno y el comité organizador en sus percepciones de impacto y el apoyo a la Copa Mundial de la FIFA 2014 o Kim y Manoli (2021) que mostraron que la satisfacción de los residentes de Tokio con el gobierno puede influir considerablemente en los impactos percibidos de la celebración de los JJ. OO. y JJ. PP. de Tokio 2020, siendo la confianza en el gobierno un sólido predictor del apoyo de los residentes.

5. Conclusiones

En la mayoría de los aspectos analizados no se encuentran diferencias estadísticamente significativas entre la percepción de los residentes en función del número de habitantes de su localidad. Las valoraciones de residentes de grandes localidades son muy similares a las valoraciones de residentes de localidades pequeñas y medianas. Por otro lado, los residentes que muestran un gran nivel de confianza en el gobierno local de su localidad tienen una mejor valoración del evento con diferencias estadísticamente significativas entre la percepción de los residentes que muestran una menor confianza en la gestión y administración de su gobierno local.

6. Referencias

- Gursoy, D., Yolal, M., Ribeiro, M. A. y Panosso Netto, A. (2017). Impact of trust on local residents' mega-event perceptions and their support. *Journal of travel research*, 56(3), 393-406. <https://doi.org/10.1177/0047287516643415>
- Kim, S. y Manoli, A. E. (2021). Does relationship quality matter in policy-making? The impact of government-public relationships and residents' perceptions on their support towards a mega-sport event. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 14(2), 207-224. <https://doi.org/10.1080/19406940.2021.2013925>
- Vegara-Ferri, J.M. (2022). *Analysis and evolution of the perception of the social and tourism impact of the road cycling sporting event "La Vuelta"* [Dissertation, University of Murcia].
- Zhou, Y. (2010). Resident perceptions toward the impacts of the Macao Grand Prix. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 138-153. <https://doi.org/10.1080/15470148.2010.485179>



Sección 6

Nuevas tecnologías y tendencias en el deporte

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Análisis comparativo del perfil sociodemográfico y deportivo según tipo de corredor que usa apps deportivas

Antonio Jesús Bermúdez Cutillas¹, Silvija Baubonytė², Alejandro Lara-Bocanegra³ y Salvador Angosto³

- ^{1.} *Departamento de Actividad Física y Deporte, Universidad de Murcia.*
- ^{2.} *Departamento de Gestión Deportiva y Turismo, Lithuanian Sports University.*
- ^{3.} *Departamento de Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla.*

1. Introducción.

En los últimos años se está experimentando un crecimiento de la digitalización en todos los sectores sociales. Yang et al. (2024) indican que los smartphones suponen oportunidades y desafíos en el deporte como la salud, incluso de forma simultánea. De forma paralela a la rápida digitalización en el mundo del deporte se está produciendo una mejora del rendimiento deportivo, en gran medida gracias al uso de la tecnología deportiva, dando origen a una transformación al panorama de los deportes modernos (Sangwan et al., 2023).

Las aplicaciones (apps) deportivas están evolucionando hacia el poder motivacional que ofrecen los ejercicios gamificados. Los sentimientos de competencia y autonomía surgen cuando las apps están orientadas hacia el logro y la progresión, (Bitrián et al., 2023). La comunicación interpersonal a través del uso de apps deportivas están permitiendo a los usuarios interactuar entre sí mismos, formando comunidades (Adriani, 2024) . El objetivo del estudio es analizar las diferencias existentes entre el perfil sociodemográfico y deportivo según el tipo de corredor que usa apps deportivas que participa en running o en Trail.

2. Método

PARTICIPANTES

La muestra estuvo compuesta por un total de 248 corredores de running (n = 136) y Trail running (n = 112), de los que un 72,2% eran hombres y un 28,2% mujeres con una edad media de 44 años.

INSTRUMENTOS

Las variables analizadas fueron datos sociodemográficos (género, edad, nivel de estudios y estado civil) y hábitos de práctica deportiva (frecuencia de práctica semanal, duración de la sesión, años de experiencia y nivel deportivo).

PROCEDIMIENTO

Los cuestionarios fueron administrados de forma electrónica después de la realización del evento a través de la herramienta “Encuestas” de la Universidad de Murcia. Los organizadores de la actividad la distribuyeron entre sus participantes.

3. Resultados

Los datos comparativos del perfil sociodemográfico y deportivo, en relación con el tipo de corredor que usa las apps deportivas, se detallan en

la Tabla 1. En general, la mayoría de los corredores en ambos grupos fueron hombres, existiendo mayor proporción de mujeres que realizan running. Ambos grupos mostraron una mayor proporción en el grupo de edad entre 40 y 49 años, teniendo estudios universitarios y estando casados. En función del nivel de formación se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre ambos grupos ($p < 0,05$).

Tabla 1. Estadísticos comparativos del perfil sociodemográfico y deportivo según tipo de corredor que usa apps deportivas.

	Frecuencia del corredor				Sig,
	Running (n=136)		Trail/Runni ng (n=112)		
	N	%	N	%	
Género ($\chi^2(\text{gl}) = 2,53(1)$)					
Masculino	92	67,6	86	76,8	,112
Femenino	44	32,4	26	23,2	
Edad ($\chi^2(\text{gl}) = 5,29(2)$)					
Menos de 40 años	42	30,9	22	19,6	,071
Entre 40 y 49 años	52	38,2	57	50,9	
50 años o más	42	0,9	33	29,5	
Nivel de estudios ($\chi^2(\text{gl}) = 8,78(2)$)					
Universitarios	75	62,0	42	42,0	,012*
Formación Profesional	28	23,1	35	35,0	
Otro	18	14,9	23	23,0	
Estado civil ($\chi^2(\text{gl}) = 1,20(2)$)					
Soltero/a	25	18,4	15	13,4	,547
Casado/a	77	56,6	59	61,6	
Otro	34	25,0	28	25,0	
Frecuencia de práctica deportiva ($\chi^2(\text{gl}) = 0,67(2)$)					
4 días o menos	26	19,2	17	15,2	,717
5 o 6 días	72	52,9	62	55,4	
Todos los días	38	27,9	33	29,5	
Experiencia deportiva ($\chi^2(\text{gl}) = 0,01(1)$)					
Menos de 3 años	111	81,6	91	81,3	,941
Más de 3 años	25	18,4	21	18,8	
Duración práctica deportiva ($\chi^2(\text{gl}) = 26,82(1)$)					
60 minutos o menos	73	53,7	24	21,4	,001*
Más de 60 minutos	63	46,3	88	78,6	
Nivel deportivo ($\chi^2(\text{gl}) = 13,67(1)$)					
Autonómico	89	65,4	47	42,0	,001*
No autonómico	47	34,6	65	58,0	

Nota: * $p > 0,05$

En cuanto a los hábitos deportivos, la mayoría de participantes en ambos grupos entrenaban entre 5 y 6 días y tenían menos de 3 años de experiencia en la modalidad deportiva. En cambio, respecto a la duración de los entrenamientos los corredores de running entrenaban máximo una hora y corrían a nivel autonómico, mientras que los corredores de Trail/running entrenaban más de una hora cada día y competían a nivel nacional también. En estas dos variables hubo diferencias estadísticamente significativas ($p < 0,05$).

4. Conclusiones

Las principales conclusiones del estudio son que el perfil sociodemográfico del corredor de running se caracteriza por ser hombres con una edad entre 40 y 49 años con formación universitaria y están casados. Mientras el perfil deportivo muestra que entrenan 5 o 6 días a la semana, tienen menos de 3 años de experiencia, la duración de los entrenamientos dura máximo una hora y compiten a nivel regional.

Por su parte, el corredor de Trail/running esta formado por hombres, con una edad entre 40 y 49 años, formación universitaria y casados. El perfil deportivo indica que entrenan 5 o 6 días semanales, con sesiones de más de una hora, tienen una experiencia inferior a tres años y compiten también en pruebas no autonómicas.

Las variables de nivel de formación, duración de la sesión y nivel de competición arrojan diferencias significativas en el perfil de los corredores de running y Trail/running.

5. Referencias

- Adriani, V. (2024). *Interpersonal Communication Using Personal Sport Device In Forming Community*. 3(1).
- Bitrián, P., Buil, I., Catalán, S. (2023). The motivational power of mobile gamified exercise apps. *Cuadernos de Gestión*, 23(2), 21-36.
<https://doi.org/10.5295/cdg.211629pb>
- Sangwan, N., Rathee, R., & Chahal, P. (2023). The Technological Revolution in Sport and Exercise Science: Impacts on Performance. *Sports Science & Health Advances*, 1(2), 104-111.
<https://doi.org/10.60081/SSHA.1.2.2023.104-111>
- Yang, L., Amin, O., & Shihada, B. (2024). Intelligent Wearable Systems: Opportunities and Challenges in Health and Sports. *ACM Computing Surveys*, 3648469. <https://doi.org/10.1145/3648469>

Análisis de intención de uso y necesidad de interacción entre estudiantes no usuarios de apps deportivas según género

Salvador Angosto¹, Silvija Baubonytė², Antonio Jesús Bermúdez Cutillas³, Francisco José Rodríguez Rojas¹

- 1. Departamento de Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla.*
- 2. Departamento de Gestión Deportiva y Turismo, Lithuanian Sports University.*
- 3. Departamento de Actividad Física y Deporte, Universidad de Murcia.*

1. Introducción.

Los avances tecnológicos y la transformación digital están en constante crecimiento, lo que resulta en un aumento en la cantidad de tecnologías y aplicaciones (apps) relacionadas con los deportes en el mercado (Angosto et al., 2023). Especialmente el uso de apps para el control del ejercicio físico y el entrenamiento. Las aplicaciones de fitness se han convertido en una tendencia en el sector del fitness a nivel mundial, lo que ha dado lugar a nuevos patrones de comportamiento de entrenamiento (Hu et al., 2023).

No solo es importante evaluar los factores que determinan el uso de apps deportivas entre los estudiantes o usuarios, sino también las razones o la intención que habría por el hecho de no utilizarlas. Los no usuarios de apps deportivas son un foco de atención que debería recibir más atención por los gestores. Por tanto, el objetivo del estudio es analizar la intención de uso, el apego personal y la necesidad de interacción de estudiantes que no utilizan apps deportivas según género.

2. Método

PARTICIPANTES

La muestra estuvo compuesta por un total de 112 estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla, 39 eran de Educación Primaria y 73 estudiantes de Ciencias del Deporte, de los que un 42,9% eran hombres y un 57,1% mujeres con una edad media de 22 años.

INSTRUMENTOS

Las variables analizadas fueron uso o no uso de app de fitness o deporte, apego personal (Gao et al., 2012), necesidad de interacción (Gelderman et al., 2011) e intención de uso de apps deportivas (Ferreira-Barbosa et al., 2021). Los ítems se evaluaron en una escala Likert de 7 puntos (1: totalmente en desacuerdo y 7: totalmente de acuerdo). La fiabilidad de la escala fue un alfa de Cronbach de 0,771.

PROCEDIMIENTO

Los cuestionarios fueron administrados de forma electrónica antes de iniciar clases prácticas a través de la herramienta *Forms* de Microsoft. Los profesores de la asignatura administraron el cuestionario a los estudiantes.

3. Resultados

Los resultados sobre la Intención de uso, apego y necesidad de interacción de estudiantes que no utilizan *apps* deportivas. se detallan en la Tabla 1. En general los resultados muestran el hecho de que estos estudiantes no utilicen *apps* de fitness o deporte para realizar ejercicio físico. El nivel de intención de uso que mostraron fue moderado con puntuaciones ligeramente superiores a cuatro puntos, siendo mayor la intención de las mujeres (M=4,27) respecto a los hombres (M=4,08). Es destacable el hecho que el ítem mejor evaluado fue la intención de aconsejar a otros el uso de *apps* por parte de los hombres, mientras que las mujeres sí utilizarían una *app* por sí mismas.

Tabla 1. Intención de uso, apego y necesidad de interacción de estudiantes que no utilizan *apps* deportivas.

	GÉNERO				Sig,
	Hombres		Mujeres		
	M	DT	M	DT%	
<i>Apego Personal</i>	5.04	1.1	4.80	1.5	.363
No puedo vivir sin mi smartphone.	4.69	1.5	4.44	1.9	.455
Utilizo mi smartphone.	5.75	1.4	5.48	1.6	.359
Utilizo continuamente smartphone.	4.67	1.5	4.47	1.7	.533
<i>Necesidad de interpretación.</i>	5.19	1.1	5.11	1.2	.704
El contacto humano hace que la práctica deportiva hace que el proceso sea agradable para mí.	5.60	1.4	5.34	1.5	.345
Me gusta interactuar con la persona que dirige una actividad deportiva.	5.50	1.3	5.25	1.6	.369
Me molesta utilizar una máquina cuando podría hablar con una persona.	4.48	1.7	4.73	1.9	.462
<i>Intención de uso.</i>	4.08	1.4	4.27	1.3	.464
Tendría intención de utilizar una <i>app</i> de fitness para gestionar y controlar mi ejercicio físico en el futuro.	4.31	1.8	4.72	1.4	.170
Intentaría utilizar siempre una <i>app</i> de fitness en mi vida diaria.	3.63	1.4	3.95	1.5	.24
Tendría intención de utilizar una <i>app</i> de fitness con frecuencia.	3.88	1.6	4.08	1.4	.482
Tendría intención de hacer comentarios positivos sobre <i>apps</i> de fitness a otras personas.	4.52	1.4	4.33	1.7	.516

Nota: * $p < 0,05$

En los resultados sobre apego personal, o grado de uso excesivo del móvil, y la necesidad de interacción se mostraron valores moderados-altos siendo mayor la necesidad de interaccionar con otras personas por parte de los estudiantes. Esto puede ser una de las principales causas de no utilizar *apps* deportivas. Además, el apego mostró que los estudiantes no tenían una alta necesidad de utilizar el móvil continuamente. No se encontraron diferencias estadísticamente significativas en ninguna variable ($p > 0,05$).

4. Conclusiones

Las principales conclusiones indican que la intención de poder implantar el uso de una app deportiva para el control del ejercicio dentro de los estudiantes que no la utilizan es moderada. Los estudiantes valoran más la necesidad de interacción y el contacto con otras personas por encima del uso de la tecnología. Por tanto, a nivel práctico los gestores deberían tener en cuenta la importancia de la interacción con otras personas a la hora de poder introducir el uso de apps deportivas en estudiantes.

5. Referencias

- Angosto, S., García-Fernández, J., & Grimaldi-Puyana, M. (2023). A systematic review of intention to use fitness apps (2020–2023). *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 512.
- Ferreira-Barbosa, H., García-Fernández, J., Pedragosa, V., & Cepeda-Carrion, G. (2021). The use of fitness centre apps and its relation to customer satisfaction: a UTAUT2 perspective. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 23(5), 966-985.
- Gao, T., Rohm, A. J., Sultan, F., & Huang, S. (2012). Antecedents of consumer attitudes toward mobile marketing: A comparative study of youth markets in the United States and China. *Thunderbird International Business Review*, 54(2), 211- 224.
- Gelderman, C. J., Paul, W., & Van Diemen, R. (2011). Choosing self-service technologies or interpersonal services—The impact of situational factors and technology-related attitudes. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(5), 414- 421.
- Hu, J., He, W., Zhang, J., & Song, J. (2023). Examining the impacts of fitness app features on user well-being. *Information & Management*, 60(5), 103796.

Comparación de los factores influyentes en el uso de apps deportivas según tipo de corredor

Antonio Jesús Bermúdez Cutillas¹, Silvija Baubonytė², José María López Gullón¹, Salvador Angosto³

- 1. Departamento de Actividad Física y Deporte, Universidad de Murcia*
- 2. Departamento de Gestión Deportiva y Turismo, Lithuanian Sports University*
- 3. Departamento de Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla*

1. Introducción

El uso de aplicaciones deportivas en la enseñanza o práctica deportiva tiene efectos positivos en la adherencia al ejercicio (Li, 2023). La intención de uso de aplicaciones deportivas en el sector fitness ha sido objeto de estudio por Angosto et al. (2023) y en términos más generalistas Guo, J. (2022) analiza los factores influyentes en la intención de uso de aplicaciones deportivas entre estudiantes universitarios. Sin embargo, no se han reportado estudios donde se determine la intención de uso en corredores y por ello el objetivo del presente estudio es analizar las diferencias existentes entre los factores que influyen en el uso de apps deportivas según el tipo de corredor que participa en running o en Trail.

2. Método

PARTICIPANTES

La muestra estuvo compuesta por un total de 248 corredores de running ($n = 136$) y Trail running ($n = 112$), de los que un 72,2% eran hombres y un 28,2% mujeres con una edad media de 44 años.

INSTRUMENTOS

Los ítems fueron seleccionados de la herramienta de Ferreira Barbosa et al. (2022), a los que se añadieron las variables de autoeficacia (Sarmah et al., 2021) e innovación personal (Farooq et al., 2017). La escala fue de tipo Likert de 7 puntos (1: Totalmente en desacuerdo; 7: totalmente de acuerdo). La fiabilidad de la escala fue de 0,947.

PROCEDIMIENTO

Los cuestionarios fueron administrados de forma electrónica después de la realización del evento a través de la herramienta “Encuestas” de la Universidad de Murcia. Los organizadores de la actividad la distribuyeron entre sus participantes.

3. Resultados

La comparativa entre los factores influyentes en el uso de las apps deportivas según se trate de corredores Running o de Trail/Running, se detalla en la Tabla 1. En general, estos resultados muestran que no existen diferencias significativas en cómo afectan los factores influyentes de uso de aplicaciones deportivas entre los corredores Running y los de Trail/Running.

Tabla 1. Estadísticos comparativos de los factores influyentes en el uso de apps deportivas según tipo de corredor.

Ítems	Frecuencia del corredor				Sig,
	Running (n=136)		Trail/Running (n=112)		
	M	DT	M	DT	
Accesibilidad digital	5,98	1,0	5,85	1,1	,339
Expectativa de rendimiento	5,97	0,9	5,80	1,0	,267
Expectativa de esfuerzo	6,14	0,9	6,07	0,9	,578
Influencia social	5,52	1,3	5,42	1,3	,543
Condiciones facilitadoras	6,19	0,8	6,19	0,7	,985
Motivación hedónica	5,93	1,0	5,94	1,1	,929
Hábito	5,01	1,0	5,00	1,0	,943
Autoeficacia	6,37	1,0	6,39	0,7	,874
Innovación Personal	5,57	1,2	5,37	1,2	,870
Intención de uso	6,36	0,8	6,22	0,7	,172
Uso Actual	6,48	0,9	6,35	0,9	,255

Nota: * $p < 0,05$

El grupo de corredores Running presentan una mayor valoración sobre el Uso Actual, mientras que la Autoeficacia se corresponde con la más valorada entre los corredores de Trail/Runing. Las condiciones facilitadoras se muestran con un alto grado de acuerdo entre ambos grupos de corredores y con una valoración muy elevada, mientras que el Hábito es el factor con menor puntuación obtenidas entre corredores de running y Trail/Running.

4. Conclusiones

Los factores que influyen en la intención de uso de las aplicaciones deportivas personales son muy similares entre los corredores Running y de Trail/Running. La facilidad de uso y fácil acceso tecnológico a estas aplicaciones es un aspecto muy valorado por todos los corredores, aunque los de Trail/Running perciben el uso de las apps deportivas con mayor autoeficacia mientras que los corredores Running están conformes con su uso actual.

5. Referencias

- Angosto, S., García-Fernández, J., & Grimaldi-Puyana, M. (2023). A systematic review of intention to use fitness apps (2020–2023). *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 512. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02011-3>
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 14(4), 329-348. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>
- Ferreira Barbosa, H., García-Fernández, J., Pedragosa, V., & Cepeda-Carrion, G. (2022). The use of fitness centre apps and its relation to customer satisfaction: A UTAUT2 perspective. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 23(5), 966-985. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-01-2021-0010>
- Guo, J. (2022). Influencing Factors of College Students' Use of Sports Apps in Mandatory Situations: Based on UTAUT and SDT. *BioMed Research International*, 2022, 1-12. <https://doi.org/10.1155/2022/9378860>
- Li, D. (2023). Influence of Sports App Usage on the Exercise Adherence of University Students. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 18(07), 147-158. <https://doi.org/10.3991/ijet.v18i07.37811>
- Sarmah, R., Dhiman, N., & Kanojia, H. (2021). Understanding intentions and actual use of mobile wallets by millennial: An extended TAM model perspective. *Journal of Indian Business Research*, 13(3), 361-381. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2020-0214>

Optimización de la Salud en Población Joven mediante Nuevas Tecnologías de Control de la Condición Física

Laura Moreno-Gonzalez¹, Samuel Manzano-Carrasco², Antonio Hernandez-Martin³ y Enrique Colino⁴

- 1. IGOID Research Group, Faculty of Sport Sciences, University of Castilla-La Mancha, Toledo, Spain.*
- 2. Department of Communication and Education, Universidad Loyola Andalucía, Sevilla, España.*
- 3. School of Sport Sciences, Universidad Europea de Madrid, 28670, Madrid, Spain.*
- 4. Faculty of Health Sciences, Universidad Francisco de Vitoria, Madrid, Spain.*

1. Introducción

La actividad física (AF) regular es una de las mejores estrategias para promover la salud y el bienestar (Vasconcellos et al., 2014). En este sentido, la AF desempeña un papel crucial en la prevención y el tratamiento de las enfermedades infantiles (Hernandez- Martín et al., 2023). La infancia y la adolescencia son etapas cruciales para adquirir y establecer hábitos de vida saludables, como la práctica regular de AF y la adopción hábitos saludables (Manzano-Carrasco et al., 2020), que son determinantes de la salud desde la infancia hasta la edad adulta (Ruiz et al., 2009). A pesar de la evidencia de que la AF tiene beneficios, se estima que el 81% de los jóvenes europeos no cumple esta recomendación general (Guthold et al., 2020). Para fomentar la participación deportiva y concienciar sobre los beneficios del ejercicio para la salud, es crucial implementar una monitorización y evaluación constante en cualquier programa de intervención deportiva (Eime et al., 2015). Esta tarea puede ser facilitada mediante el uso de herramientas y dispositivos tecnológicos.

2. Objetivo

El propósito de este estudio es analizar la relación entre las modalidades deportivas practicadas, la composición corporal y los hábitos saludables en una población joven activa, utilizando nuevas tecnologías para la monitorización de la condición física.

3. Método

En este estudio participó una muestra de conveniencia de 2.255 niños y adolescentes de entre 6 y 17 años. La muestra se dividió en función del sexo (1.528 niños y 727 niñas), rango de edad (6-9, 10-13, 14-17 años) y modalidad deportiva. Realizaban una actividad deportiva extraescolar, al menos dos días a la semana durante un mínimo de 1 h cada día.

Para evaluar los distintos parámetros de la forma física, se utilizó una versión adaptada de la batería de evaluación de los niveles de actividad física (ALPHA) relacionada con la salud para niños y adolescentes (Ruiz et al., 2011).

Para evaluar la fuerza muscular de la parte superior del cuerpo, se empleó una prueba de fuerza de agarre con dinamómetro de mano con agarre ajustable. La prueba de salto vertical se utilizó para determinar la fuerza de los músculos de la parte inferior del cuerpo, mediante un salto con contramovimiento (CMJ). La aptitud cardiorrespiratoria se evaluó realizando una prueba de campo incremental máxima (20-m Shuttle-Run

Test). La composición corporal se midió indirectamente utilizando un analizador segmentario portátil de análisis de bioimpedancia multifrecuencia (BIA). La adherencia a la dieta mediterránea (DM) se determinó mediante el cuestionario KIDMED.

4. Resultados

Nuestro modelo predictivo sugiere que los deportes de invasión presentaron valores de VO₂max más elevados en comparación con los deportes de pista o de red/pared. Además, los atletas de pista/pared mostraron valores de aptitud cardiorrespiratoria más elevados en comparación con los que practican deportes de combate. Por otra parte, todas las variables de forma física tuvieron una influencia significativa cuando se analizaron por sexo y por la edad. La frecuencia de práctica y la experiencia deportiva previa aumentan significativamente el VO₂max y la prueba de salto vertical. Por último, el modelo predijo valores más altos para el VO₂max y la fuerza de prensión de manos en relación con el IMC cuando los deportistas tenían una mayor adherencia a la DM.

En cuanto a la composición corporal, en nuestro estudio no se encontraron diferencias significativas entre el tipo de deporte y la composición corporal. Sin embargo, nuestros resultados revelaron diferencias en todas las variables de composición corporal examinadas en función del sexo. La edad también fue un buen predictor de la masa muscular, la masa grasa, el MFR y la fuerza de prensión de la mano en relación con el IMC. Además, con cada hora adicional de práctica deportiva, se observó una disminución de los porcentajes de masa grasa y MFR, y un aumento de la masa muscular.

5. Conclusiones y futuras líneas de investigación

Los resultados de nuestra investigación confirman la relación entre la participación regular en actividades deportivas y las medidas antropométricas, que son indicadores clave de la salud. Esta relación es fundamental para los responsables políticos y los investigadores dedicados a promover comportamientos activos y saludables, especialmente en el desarrollo de los niños. Las tecnologías para la medición de la condición física, como las aplicaciones móviles y los dispositivos de seguimiento de actividad, son herramientas valiosas en este sentido. Permiten a los usuarios registrar y analizar datos sobre su actividad física, lo que puede ayudar a predecir indicadores de salud como la obesidad, la diabetes y las enfermedades cardiovasculares.

Por lo tanto, estas tecnologías no solo son útiles para mejorar el rendimiento deportivo, sino también para promover la salud y el bienestar en general.

6. Referencias

- Eime, R., Harvey, J., Charity, M., Casey, M., Van Uffelen, J., & Payne, W. (2015). The contribution of sport participation to overall health enhancing physical activity levels in Australia: a population-based study. *BMC public health*, *15*(1), 1-12.
- Guthold, R., Stevens, G. A., Riley, L. M., & Bull, F. C. (2020). Global trends in insufficient physical activity among adolescents: a pooled analysis of 298 population-based surveys with 1·6 million participants. *The Lancet Child & Adolescent Health*, *4*(1), 23-35.
- Hernandez-Martin, A., Sanchez-Sanchez, J., Felipe, J. L., Manzano-Carrasco, S., Gallardo, L., & Garcia-Unanue, J. (2023). Effect of a 12-Week Football Programme on Body Composition, Physical Condition, and Analysis of Physical Demands in Young Male Children. *Applied Sciences*, *13*(6), 3661.
- Manzano-Carrasco, S., Felipe, J. L., Sanchez-Sanchez, J., Hernandez-Martin, A., Gallardo, L., & Garcia-Unanue, J. (2020). Weight status, adherence to the mediterranean diet, and physical fitness in spanish children and adolescents: The active health study. *Nutrients*, *12*(6), 1680.
- Ruiz, J. R., Castro-Piñero, J., Artero, E. G., Ortega, F. B., Sjöström, M., Suni, J., & Castillo, M. J. (2009). Predictive validity of health-related fitness in youth: a systematic review. *British journal of sports medicine*, *43*(12), 909-923.
- Ruiz, J. R., Castro-Piñero, J., España-Romero, V., Artero, E. G., Ortega, F. B., Cuenca, M. M., Jimenez-Pavón, D., Chillón, P., Girela-Rejón, M. J., & Mora, J. (2011). Field-based fitness assessment in young people: the ALPHA health-related fitness test battery for children and adolescents. *British journal of sports medicine*, *45*(6), 518-524.
- Vasconcellos, F., Seabra, A., Katzmarzyk, P. T., Kraemer-Aguiar, L. G., Bouskela, E., & Farinatti, P. (2014). Physical activity in overweight and obese adolescents: systematic review of the effects on physical fitness components and cardiovascular risk factors. *Sports medicine*, *44*, 1139-1152. <https://doi.org/10.1007/s40279-014-0193-7>

Self-service technology: Does its use influence satisfaction, behavioural intentions, and word-of- mouth intention in fitness centres?

**Helena Ferreira-Barbosa^{1,2}, Vânia Loureiro,^{1,2} y
Bebiana Sabino^{1,2}**

^{1.} *Instituto Politécnico de Beja - Polytechnic
University of Beja.*

^{2.} *SPRINT, Sport Physical activity and health
Research & INnovation CenTer.*

1. Introduction

Self-service technology (SST) is the term for technological interfaces that let customers get services on their own, usually without assistance from staff members (Meuter et al., 2000). Examples of SST in the fitness industry include fitness apps, interactive training equipment, online training platforms and electronic access and entry control to the facilities. In terms of location, accessibility, time, and cost savings, it also offers customers more convenience (Wei et al., 2017). It is believed that SST better meets the needs of customers by standardizing services and minimizing the influence of human variables on the service experience, which in turn has a significant impact on how customers engage with businesses, leading to favourable service outcomes including customer satisfaction and behavioural intentions (Shahid et al., 2018).

According to A'Naja et al. (2024), the usage of wearable technologies has been a global fitness trend for the last years and is presently ranked first in the worldwide ranking, demonstrating the significance of studies focused on this topic. On the other hand, fitness centre managers are looking for strategies to keep customers satisfied on a daily basis, maintaining their intention to repurchase, and recommending the service to future potential customers (Ferreira-Barbosa et al., 2022; Sun & Pan, 2023). With this in mind, the aim of this study is to analyse if the usage of self-service technologies are a predictor of customer satisfaction, behavioural intentions and word-of-mouth intentions.

2. Methodology

This cross-sectional, quantitative study was based on the distribution of a questionnaire to customers of fitness centres, with the confidentiality of the information requested having been guaranteed beforehand. The data was collected between January and February 2024. The survey was carried out online using Microsoft Forms. The sample consisted of 354 members of fitness centres in Portugal, with 65% female and 35% male. The average age of the members was 41.38 (± 11.99) years. The questionnaire included four questions to assess SST (Sun & Pan, 2023), four questions to assess overall customer satisfaction (Ferreira-Barbosa et al., 2022), three questions to assess behavioural intentions (Sousa et al., 2024) and three questions to assess Word-of-Mouth Intentions (Sun & Pan, 2023). The response scale varied between 1 (Maximal disagreement) and 7 (Total agreement).

The data was analysed using SPSS 28.0. Descriptive statistics (mean, standard deviation, and absolute differences) and the simple linear regression statistical technique was used. The significance level was 5%.

3. Results

The results presented in table 1 show that the quality of self-service technology is able to positively and significantly predict the variables customer overall satisfaction with the fitness centre, behavioural intentions and word-of-mouth intention ($p < 0.05$).

Table 1. *Self-service technologies on customer satisfaction, behavioural intentions, and word-of-mouth intentions.*

	Beta (β)	t	p
Self-Service Technology → Overall Satisfaction	0.411	8.448	<0.001*
Self-Service Technology → Behavioural Intentions	0.526	11.574	<0.001*
Self-Service Technology → Word-Of-Mouth Intentions	0.483	10.344	<0.001*

* $p < 0.05$

4. Conclusions

The fact that wearable technologies are currently the world's leading fitness trend highlights the importance of their study and appreciation by fitness centre managers in order to remain at the forefront. In this sense, this study reinforces, in line with the results of the study by Shahid et al. (2018), that the quality of technologies, in this case self-service technologies, is related to overall customer satisfaction with the fitness centre, behavioural intentions towards the centre and the intention of word-of-mouth communication. These results suggest that managers should invest in new technologies in order to improve the experience, satisfaction, and intentions of customers.

5. References

- A'Naja, N., Reed, R., Sansone, J. Batrakoulis, A., McAvoy, C., Parrott, M. (2024). ACSM Worldwide Fitness Trends: Future Directions of the Health and Fitness Industry. *ACSM's Health & Fitness Journal* 28(1), 14-26, <https://doi.org/10.1249/FIT.0000000000000933>
- Ferreira Barbosa, H., García-Fernández, J., Pedragosa, V. & Cepeda-Carrion, G. (2022). The use of fitness centre apps and its relation to customer satisfaction: a UTAUT2 perspective. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 23(5), 966–985. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-01-2021-0010>

- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). Self-Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction with Technology-Based Service Encounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50-64. <https://doi.org/10.1509/jmkg.64.3.50.18024>
- Wei, W., Torres, E., Hua, N. (2017). The power of self-service technologies in creating transcendent service experiences: The paradox of extrinsic attributes, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(6), 1599-1618. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2016-0029>
- Shahid Iqbal, M., Ul Hassan, M. & Habibah, U. (2018). Impact of self-service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention: The mediating role of customer satisfaction. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1423770>
- Sousa, M., Gonçalves, C., Biscaia, R. & Carvalho, M. J. (2023). Service quality, satisfaction and behavioural intentions in sport child camps: participants and parents' perspectives. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-10-2022-0183>
- Sun, S. & Pan, Y. (2023). Effects of Service Quality and Service Convenience on Customer Satisfaction and Loyalty in Self-Service Fitness Centers: Differences between Staffed and Unstaffed Services. *Sustainability (Switzerland)*, 15(19). <https://doi.org/10.3390/su151914099>

Influencia de las emociones discretas en las valoraciones mediante estrellas de las reseñas online de clientes de Gimnasios

Enrique Alcántara Alocover^{1,2}, Jorge García-Unanue³, Javier Sánchez-Sánchez⁴ y Daniel Duclos-Bastías^{3,5}

1. *IGOID SPORTEC SL, Universidad de Castilla-La Mancha.*
2. *DRQ Data Driver.*
3. *Grupo IGOID Departamento de Actividad Física y Ciencias del Deporte, Universidad de Castilla-La Mancha.*
4. *School of Sport Sciences, Universidad Europea de Madrid.*
5. *Grupo IGEO Escuela de Educación Física Pontificia, Universidad Católica de Valparaíso*

1. Introducción

La investigación de las emociones en el deporte tradicionalmente se basa en métodos costosos y que requieren poco tiempo, como encuestas y grupos focales. Los académicos están haciendo poco uso del análisis de contenido emocional en el contenido online generado por los clientes (Baier-Fuentes et al., 2020), que ha demostrado ser una excelente alternativa en aplicaciones como, por ejemplo, establecer la relación de las emociones en las reseñas online de los clientes con ventas (Mao et al., 2019) o con la utilidad percibida de la reseña online (Fan et al., 2022) o para acelerar la innovación de productos y servicios (So, 2020). Las emociones juegan un papel relevante en el negocio del deporte y están atrayendo cada vez más el interés de investigadores en gestión y marketing deportivo (Baier-Fuentes et al., 2020). Kwak, Kim y Hirt (2011) destacan la relevancia de las emociones en el ámbito del marketing deportivo como medio para generar diferenciación entre productos y marcas a través de experiencias y sensaciones que despierten dichas emociones en el consumidor.

El presente trabajo analiza las reseñas online de clientes de gimnasios de España con el objetivo de comprender la relación entre emociones discretas y la evaluación global de servicios en línea mediante un sistema de 5 estrellas.

2. Método

El conjunto de datos del estudio consta de 3.100 reseñas online recogidas del servicio de Google Maps correspondientes a 38 gimnasios de España. Las reseñas incluían una reseña o comentario en formato de texto y la evaluación general en una escala de clasificación de estrellas que va del 1 al 5, siendo 1 la peor calificación con una estrella y 5 la mejor calificación con 5 estrellas (Mathayomchan & Taecharungroj, 2020). El número de comentarios recopilados para cada centro de fitness osciló entre 155 y 27 ($M = 52,74$; $SD = 26,59$). Los comentarios fueron etiquetados en 10 emociones diferentes por un panel de 5 voluntarios. Según las recomendaciones de Štajner (2021), se excluyeron los casos sin una etiqueta de más frecuente. Los voluntarios seleccionaron las emociones que creían expresaba la reseña. Las emociones se seleccionaron de la literatura partiendo del modelo de Plutchik de 8 emociones: ira, anticipación, disgusto-desprecio, miedo, alegría-desprecio, tristeza-engaño, sorpresa y confianza para incluir amor-orgullo como en el modelo de Shaver y uno positivo que refleja baja activación como relax-calma.

Para el análisis se discriminó entre una valoración buena/alta (4 ó 5 estrellas) y una mala valoración (<3) y considerando el desequilibrio hacia 4 y 5 estrellas, la clasificación se categorizó en una variable binaria siendo 0 para 3 o menos estrellas y 1 para 4 o 5 estrellas.

La relación entre las emociones y la categoría de estrellas se evalúa mediante análisis de regresión logística siguiendo un enfoque de Machine Learning. Se utilizaron módulos de scikit-learn. En el análisis, la variable objetivo son las estrellas categorizadas, mientras que los predictores son las emociones transformadas en una variable para cada una siendo su valor 1 si el comentario fue etiquetado con la emoción o 0 en caso contrario.

3. Resultados

El conjunto de datos etiquetados incluyó 2798 casos, ya que 302 (9,75%) fueron descartados por no tener una etiqueta de emoción más frecuente. La Figura 1 muestra la distribución de frecuencia de las emociones para el conjunto de datos de comentarios etiquetados. Alegría-desprecio es la emoción más común (32,6%), seguida de confianza (28,3%), disgusto-disgusto (12,4%), ira (6,8%), calma-relajación (6,1%) y tristeza-engaño (5,8%).

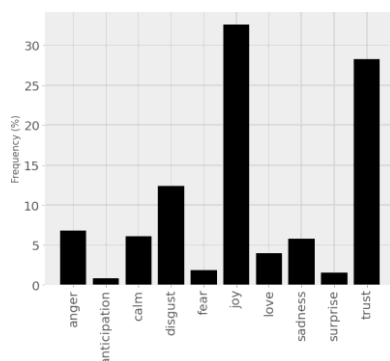


Figura 1. Distribución de frecuencia (%) de emociones en el conjunto de datos.

La Figura 2 muestra que la distribución de estrellas categorizadas en 0 y 1, no está balanceada. Hay muchas más valoraciones. más de 3 estrellas (75,5%).

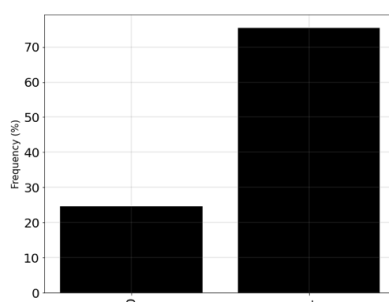


Figura 2. Distribución de frecuencia de estrellas categorizadas en menos de 4 estrellas (0) y más de 3 estrellas (1).

La Tabla 1 muestra los coeficientes, probabilidad y su inverso para las diferentes emociones en el modelo resultante. Los resultados indican que las emociones que más influyen a la hora de obtener menos de 4 estrellas son la ira, el disgusto-disgusto y el miedo, seguidas de la tristeza-engaño. Para obtener más de 3 estrellas, la alegría- desprecio, el amor-orgullo, la confianza y la sorpresa muestran la mayor influencia. La anticipación y la calma-relajación tienen un pequeño efecto positivo.

Tabla 1. Resultados de la regresión logística. Las emociones se ordenan de izquierda a derecha, de mayor influencia positiva a mayor influencia negativa.

	alegría	amor	confianza	sorpresa	calma	anticipación	tristeza	miedo	disgusto	ira
coef	2.45	2.25	1.93	1.79	0.51	0.46	-1.08	-2.07	-2.99	-3.25
prob	11.59	9.49	6.89	5.99	1.67	1.58	0.34	0.13	0.05	0.04
1/prob	0,09	0,11	0.15	0.17	0.6	0.63	2.94	7.7	20	25

4. Conclusiones

Los resultados de la presente investigación muestran una influencia clara y diferencial de las emociones discretas expresadas en las opiniones de los clientes en línea en la calificación de estrellas de los centros de fitness. Los resultados de LR muestran que las reseñas que expresan enojo, disgusto y miedo tienen más probabilidades de obtener menos de 4 estrellas. Por el contrario, los comentarios que transmiten alegría-desprecio tienen muchas más probabilidades de tener 4 o más estrellas. El amor-orgullo, la confianza y la sorpresa también aumentan la probabilidad de recibir altas valoraciones.

Provocar emociones positivas como alegría-desprecio, amor-orgullo o confianza no sólo aumentará la satisfacción de los clientes, sino que tendrá más probabilidades de guiar las decisiones de compra de otros. Provocar emociones negativas como ira, disgusto-disgusto y miedo disminuirá la clasificación en línea, pero es menos probable que la ira reduzca la intención de compra debido a una menor utilidad percibida.

5. Referencias

- Baier-Fuentes, H., González-Serrano, M. H., Alonso-Dos Santos, M., Inzunza-Mendoza, W., & Pozo-Estrada, V. (2020). Emotions and sport management: a bibliometric overview. *Frontiers in psychology*, 11, 1512. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01512>
- Fan, W., Liu, Y., Li, H., Tuunainen, V. K., & Lin, Y. (2022). Quantifying the effects of online review content structures on hotel review helpfulness. *Internet Research*, 32(7), 202-227. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0452>
- Kwak, D. , Kim, Y. & Hirt, E. (2011). Exploring the role of emotions on sport consumers' behavioral and cognitive responses to marketing stimuli. *European Sport management quarterly*, 11(3), 225-250. <https://doi.org/10.1080/16184742.2011.577792>
- Mao, Y., Dai, C., Zhang, Y., Shen, S., Ma, H., & Chen, R. (2019). Impact of Review Emotions on Sales: The Moderating Role of Product Type. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8(4), 97.
- So, C. (2020b). *Understanding the prediction mechanism of sentiments by XAI visualization*. In Proceedings of the 4th international conference on natural language processing and information retrieval (75-80). <https://doi.org/10.1145/3443279.3443284>

Perceived value, service quality and behavioural intentions: A comparison of customers with and without personal training services

Helena Ferreira-Barbosa^{1,2}, João Fialho¹, Vânia Loureiro^{1,2}, y Bebiana Sabino^{1,2}

- ^{1.} *Instituto Politécnico de Beja - Polytechnic University of Beja.*
- ^{2.} *SPRINT, Sport Physical activity and health Research & INnovation CenTer.*

1. Introduction

It is of importance to the marketing departments and managers of fitness centres to investigate how customers perceive value (Afthinos et al., 2005). Perceived value is understood as a consumer's overall impression of the usefulness of a product, based on the perception of what is received and what is given (McDougall & Levesque, 2000). When consumers perceive that a product or service offers significant benefits in relation to its cost, they are more likely to maintain lasting relationships with the brand, strengthening their intention to repeat purchases, recommend the brand to others and engage in behaviours that promote brand loyalty, resulting in longer-lasting and more profitable business relationships for companies (Haro-González et al., 2018).

Berry et al. (1998), define service quality as a judgement or an attitude towards the superiority of a service. Positive customer perceptions of service quality lead to satisfaction and, consequently, future intentions with the fitness centre, increasing loyalty and also customer retention, which is fundamental for the maintenance and growth of fitness centres (Ferreira-Barbosa et al., 2023).

Personal training (PT) is a service that offers personalised guidance and physical training adapted to the individual needs of each customer. This service is considered a premium service because the value associated with it is higher compared to a regular service in a fitness centre. In this sense, it is considered that the price PT customers pay can shape expectations about perceived value, service quality and behavioural intentions regarding the fitness centre. Therefore, the aim of this study is to determine the differences between customers with and without a PT service in terms of perception of value, service quality and behavioural intentions with the fitness centre.

2. Methodology

This cross-sectional, quantitative study was based on the distribution of a questionnaire to customers of fitness centres, with the confidentiality of the information requested having been guaranteed beforehand. The data was collected between January and February 2024. The survey was carried out online using Microsoft Forms. The sample included 354 members of fitness centres in Portugal, 65% female and 35% male. The average age of the members was 41.38 (± 11.99) years. Of the 354 members, 132 (37%) have PT services and 222 (63%) do not. The questionnaire included one question to assess perceived value (Haro-González et al., 2018), 28 questions to assess service quality (Sun & Pan, 2023) and three questions to assess

behavioural intentions (Sousa et al., 2024). The response scale varied between 1 (Maximal disagreement) and 7 (Total agreement). The data was analysed using SPSS 28.0. Descriptive statistics (mean, standard deviation, and absolute differences) and inferential statistics (Student's t-test) were used. The significance level was 5%.

3. Results

Table 1 shows the differences between customers who do and don't have a PT service for the constructs service quality, perceived value, and behavioural intention. Regardless of whether they have a PT service, customers on average rate the different characteristics of service quality, perceived value, and behavioural intentions positively. In terms of service quality, there were statistically significant differences for the constructs staff, programme, locker room and workout facility ($p < 0.05$). On average, customers who have a PT service have a higher perception of staff, program, and workout facility. On the other hand, customers who don't have a PT service have a higher perception of the quality of the locker room.

Table 1. Service quality, perceived value and behavioural intentions in customers with and without PT services.

Constructs	PT		Without PT		P	
	M	SD	M	SD		
Service Quality	Staff	6.82	±0.81	6.54	±0.97	<0.001*
	Program	6.65	±0.86	6.39	±0.96	0.0011*
	Locker Room	5.92	±1.35	6.31	±1.07	0.003*
	Physical Facility	6.42	±0.95	6.28	±0.94	0.169
	Workout Facility	6.61	±0.76	6.43	±0.87	0.041*
Perceived Value	6.55	±1.01	6.37	±1.42	0.154	
Behavioural Intentions	6.76	±0.76	6.62	±0.90	0.127	

* $p < 0.05$ | M – Mean | SD – Standard Deviation | PT – Personal Training

4. Conclusions

Considering the value associated with the PT service, for the purposes of financial profitability and increasing profits, fitness centre managers have an interest in increasing the subscriptions to this service. Through this study we concluded that customers who have a PT service have a lower perception of the quality of the locker room compared to customers who don't have this service. Therefore, fitness centre managers should consider this feature of service quality when trying to attract and maintain customers with this type of service.

Although the study of service quality, perception of value and behavioural intentions have been widely studied in the context of fitness (Ferreira-Barbosa et al., 2022; Ferreira-Barbosa et al., 2023), the study of customers who do and do not use a PT service has not been identified, which is why we consider it a theoretical implication of this study.

5. References

- Afthinos, Y., Theodorakis, N. D. & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(3), 245–258. <https://doi.org/10.1108/09604520510597809>
- Berry, L. L., Parasuraman, A. & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Ferreira-Barbosa, H., Barbosa, J., Sabino, B. & Loureiro, V. (2022). Determinants of service quality influencing customer satisfaction in fitness centers: A systematic review. *European Journal of Human Movement*, 49, 29–45. <https://doi.org/10.21134/eurjhm.2022.49.3>
- Haro-González, M., Pérez-Ordás, R., Grao-Cruces, A., Nuviala, R. & Nuviala, A. (2018). Female users of unisex fitness centres and of fitness centres exclusive for women: satisfaction. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19(4), 384–395. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2016-0044>
- McDougall, G. & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. *Journal of Services Marketing*, 14(5), 392–410. <https://doi.org/10.1108/08876040010340937>
- Sousa, M., Gonçalves, C., Biscaia, R. & Carvalho, M. J. (2023). Service quality, satisfaction and behavioural intentions in sport child camps: participants and parents' perspectives. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-10-2022-0183>
- Sun, S. & Pan, Y. (2023). Effects of Service Quality and Service Convenience on Customer Satisfaction and Loyalty in Self-Service Fitness Centers: Differences between Staffed and Unstaffed Services. *Sustainability (Switzerland)*, 15(19). <https://doi.org/10.3390/su151914099>



Sección 7

Retos de los gestores deportivos

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

An Integrated Framework of Corporate Social Responsibility

Bingjie Wang¹

^{1.} *School of Sport, Exercise and Health Sciences,
Loughborough University*

1. Introduction

Despite this growing body of research regarding CSR in sport, there is still no consensus on its conceptual framework. Within the context of professional sports, most existing literature has predominantly focused on the US and European markets (e.g., Mamo et al., 2021). China operates under cultural, political, and economic conditions that are distinctly different from the West (Liu & Schwarz, 2020). CSR practices in the sport industry significantly differ from those in other generic industries, and there has been scant research aimed at understanding how Chinese Super League (CSL) clubs customise their CSR initiatives for consumers. This study aims to develop a conceptual framework encompassing diverse CSR aspects within the context of Chinese professional football.

2. Method

This study adopted a qualitative content analysis approach (Hsieh & Shannon, 2005). As there is little knowledge about the CSR practices of Chinese football clubs and consumers' CSR perceptions are distinct and complex, a qualitative approach is appropriate to contribute to knowledge generation (Drumwright, 1996). An essential stage in any content analysis study is deciding which documents are to be analysed (White & Marsh, 2006). We reviewed a total of 59 CSR reports submitted by CSL clubs to the Chinese Football Association for the annual 'CSR Award' from 2016 to 2019.

3. Result

Based on the findings of the qualitative study, four dimensions were identified in the CSR framework, supported by theoretical and empirical evidence.

YOUTH RESPONSIBILITY

In sport, youth-related responsibility is one of the most frequently examined responsibilities. Conforming to the 2015 Chinese national football reform (Chinese State Council, 2015), youth responsibility has become a focus of Chinese professional football. For example, Shanghai Port FC established a youth training base in 2019.

COMMUNITY RESPONSIBILITY

The 'sport for all' strategy in China requires the clubs improve the public service system, construct sport facilities, and promote sport activities (Chinese State Council, 2019). For example, Guangzhou FC has held the Seven Payer Football Match, promoting football participation in the community

ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY

Environmental responsibility requires the club to perform activities that protect or do not compromise natural resources. In 2019, Shanghai Shenhua FC launched garbage classification and environmental protection initiatives and made a video for protecting marine space that was posted on Weibo.

CULTURAL RESPONSIBILITY

The UN 2030 Agenda highlighted the significance of culture in the SD paradigm. China has a different social environment and a collective cultural identity compared with Western individualistic cultures (Huang & Lu, 2017). For example, Shanghai Port FC staff has visited the First National Congress historic sites to urge the public to recall the history and revolutionary martyrs.

4. Discussion

Youth responsibility is consistent with Larson (2000)'s positive youth development theory. In line with the sense of community theory (McMillan & Chavis, 1986), community responsibility is identified as an essential domain of CSR. The environmental responsibility is in accordance with the SD theory. The identification of cultural responsibility confirmed the football glocalisation theory proposed by Giulianotti and Robertson (2009). Specifically, the cultural dimension is deeply rooted in the country's long historical and philosophical traditions. This study contributes to the sport CSR studies by proposing a novel CSR framework in the Chinese context.

5. Conclusions

Based on the content analysis of the CSR report, a CSR framework has identified with four dimensions: youth, community, environmental, and cultural responsibility. It should be noted that cultural responsibility extends to promoting regional and national pride.

6. References

- Chinese State Council. (2015, March 8). *The overall program of football reform and development*. http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-03/16/content_9537.htm
- Chinese State Council. (2019, September 2). *The outline of building a sport powerful country*. http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/02/content_5426485.htm
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Drumwright, M. E. (1996). Company advertising with a social dimension: The role of noneconomic criteria. *Journal of Marketing*, 60(4), 71–87. <https://doi.org/10.1177/002224299606000407>
- Giulianotti, R., & Robertson, R. (2009). *Globalization and football*. SAGE Publications.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Huang, C. C., & Lu, L. C. (2017). Examining the roles of collectivism, attitude toward business, and religious beliefs on consumer ethics in China. *Journal of Business Ethics*, 146(3), 505–514. <https://doi.org/10.1007/S10551-015-2910-Z/TABLES/4>
- Larson, R. W. (2000). Toward a psychology of positive youth development. *American Psychologist*, 55(1), 170–183. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.170>
- Liu, D., & Schwarz, E. C. (2020). Assessing the community beliefs about the corporate social responsibility practices of professional football clubs in China. *Soccer and Society*, 21(5), 584–601. <https://doi.org/10.1080/14660970.2019.1704270>
- Mamo, Y., Agyemang, K. J. A., & Andrew, D. P. S. (2021). The role of culture on fan perceptions of CSR initiatives: A cross-cultural study of NBA fans across three countries. *Journal of Global Sport Management*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/24704067.2021.1928532>
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6–23. <https://doi.org/10.1002/1520-6629>
- White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). Content analysis: A flexible methodology. *Library Trends*, 55(1), 22–45. <https://doi.org/10.1353/LIB.2006.0053>

Relative Age Effect (RAE) and Jensen's Governance Problem

**Benito Pérez-González¹, Jose Torres-Pruñonosa¹,
Pablo Burillo², Álvaro Fernández-Luna²**

^{1.} *Facultad de Empresa y Comunicación
Universidad Internacional de la Rioja.*

^{2.} *Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el
Deporte, Universidad Europea de Madrid.*

1. Introduction

The Relative Age Effect (RAE) is defined as a "phenomenon of chronological age asymmetry within a competitive age group in a specific domain" (Cobley et al., 2009). The field of research where the Relative Age Effect has been most analysed is competitive or formative sport. Thus, we find current articles where the problem of this effect is exposed in both individual and collective sports disciplines, such as football (Jackson & Comber, 2020). The cut-off date is usually January, 1. Therefore, where RAE exists, a statistically significant majority of players in a competition will have been born in the first half of the year. The effect is more significant in training categories, although it has been shown to affect professional sport as well.

On the other hand, Jensen (2002) concludes that managing the interests of all stakeholders in a membership club is impossible because no one has the authority to supervise the decision-making agent and because the controllers, or multiple autonomous stakeholders, have disparate or, worse, incompatible interests (this is known in the scientific community as Jensen's "governance problem"). Because of this, the agent would essentially exercise more authority than the principal and could behave selfishly in the absence of any justifiable stakeholder oversight. Consequently, shareholder-controlled companies are expected to perform better than stakeholder-governed institutions. Spanish football organisations should follow the same pattern. The usual form of ownership model in professional football is Private Shareholders, but there are Members clubs in Spain - Real Madrid, Barcelona, Osasuna and Athletic de Bilbao and in the Bundesliga (2023) - 50+1 rule.

The objective is to analyse whether there are statistically significant differences in RAE by segmenting the clubs by Ownership model: Members' clubs and Private Shareholders.

2. Methodology

The sample (n=2580) is represented by players from the 5 highest earning leagues in the world (season 2023/24): Premier League, LALIGA, The Bundesliga, Serie A and Ligue 1. We obtained the information from the specialised platform Transfermarkt (2024). The cut-off date is 1 January with the exception of UK players, whose cut-off date is 1 September.

The relative age effect (RAE) was detected using Poisson regression (Doyle & Bottomley, 2018, 2019). We also calculated the discrimination index (ID) according to Doyle and Bottomley (2019) as e^{-b1} . This index measures the relative odds that a player born on day 1 versus day 365 of the competition year will be selected.

The odds ratio D2 was determined according to Cohen, Kim and Wollack et al. (1996). All statistical tests were performed using R software (version 4.3.2). Significance was set at $p < 0.05$.

3. Resultados

Tabla 1. Regresión de Poisson por tipo de sociedad

	W_B	24 ± 15
	b_0	4.23
Overall Players in 5 Leagues (n=2580)	b_1	-0.72
	ID= $\exp(b_0)/\exp(b_0+b_1)$	2.04
	D ² (McFadden)	0.57
	P value	<0.001
	W_B	24 ± 15
	b_0	4.00
Private Shareholders (n=2041)	b_1	-0.72
	ID= $\exp(b_0)/\exp(b_0+b_1)$	2.06
	D ² (McFadden)	0.55
	P value	<0.001
	W_B	24 ± 14
	b_0	2.65
Members clubs (n=539)	b_1	-0.69
	ID= $\exp(b_0)/\exp(b_0+b_1)$	1.99
	D ² (McFadden)	0.22
	P value	<0.001

W_B : week of birth; t_b : time of birth; ID: index of discrimination.

4. Discussion and conclusion

The RAE detected is significant ($p < 0.001$) for the total sample, therefore RAE affects the European football elite. Almost 50 years after the publication of the first study on this effect (Barnsley et al., 1985), insufficient measures have been taken to alleviate this bias, which is both a sign of inefficiency and discrimination on the basis of week of birth. An inefficiency, which, contrary to what is expected by Jensen's governance problem (2002), also occurs in Private Shareholders ($p < 0.001$) and in Members Clubs ($p < 0.001$).

5. References

- Barnsley, R. H., Thompson, A. H., & Barnsley, P. E. (1985). Hockey success and birthdate: the RAE. *Canadian Association for Health, Physical Education and Recreation*, 51, 23-80.
- Bundesliga (2023). Explaining the Bundesliga's 50+1 rule Retrieved January, 30, 2024, from <https://www.bundesliga.com/en/bundesliga/news/50-1-fifty-plus-one-german-football-soccer-rule-explained-ownership-22832>
- Cobley, S., Baker, J., Wattie, N., & McKenna, J. (2009). Annual Age-Grouping and Athlete Development. *Sports Medicine*, 39(3). <https://doi.org/10.2165/00007256-200939030-00005>
- Cohen, A. S., Kim, S. H., & Wollack, J. A. (1996). An investigation of the likelihood ratio test for detection of differential item functioning. *App. Psycho. Meas*, 20, 15-26. doi: <https://doi.org/10.1177/014662169602000102>
- Doyle, J. R., & Bottomley, P. A. (2018). Relative age effect in elite soccer: More early-born players, but no better valued, and no paragon clubs or countries. *PLoS ONE*, 13(2), e0192209. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0192209>
- Doyle, J. R., & Bottomley, P. A. (2019). The relative age effect in European elite soccer: A practical guide to Poisson regression modelling. *PLoS ONE*, 14(4), e0213988. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0213988>
- Jackson, R. C., & Comber, G. (2020). Hill on a mountaintop: A longitudinal and cross-sectional analysis of the relative age effect in competitive youth football. *Journal of Sports Sciences*, 38(11-12), 1352-1358. <https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1706830>
- Jensen, M. (2002). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business Ethics Quarterly*, 12(3), 235-256. doi: <https://doi.org/10.2307/3857812>
- Transfermarkt. (2024) Retrieved January 15, 2024, from <https://www.transfermarkt.es/>

Prácticas de gestión de las federaciones deportivas y su relación con la dimensión social

Joshua Muñoz¹, Francesc Solanellas² y Francesc Genovard³

- ^{1.} *Departamento de Gestión y Ocio Instituto, Nacional de Educación Física de Cataluña.*
- ^{2.} *Departamento de gestión y ocio Instituto, Nacional de Educación Física de Cataluña.*
- ^{3.} *Instituto Nacional de Educación Física de Cataluña, Universidad de Barcelona.*

1. Introducción

Los órganos rectores del deporte son entidades que desempeñan un papel crucial en la organización, promoción y desarrollo del deporte en todos los niveles (Zintz & Camy, 2005). Debido a los intereses sociales, económicos y políticos que rodean los objetivos de estas organizaciones en la sociedad, diversos autores han señalado la necesidad de realizar algunos cambios en la modernización de la gestión de las federaciones deportivas (Guevara et al., 2021; Urdaneta et al., 2021). Es por ello, entre otros aspectos, por lo que el desarrollo de herramientas analíticas y de diagnóstico apropiadas para medir el desempeño y la gobernanza de las federaciones se ha convertido en un tema relevante tanto para los gestores deportivos como para los investigadores del campo (Kasale et al., 2018; Winand et al., 2014). En términos generales, el concepto de desempeño organizacional (DO) generalmente surge de la combinación de términos como efectividad, eficiencia o calidad (Bayle & Madella, 2002; Winand et al., 2014). No obstante, los académicos señalan que gran parte de la investigación sobre el desempeño de las federaciones deportivas se ha abordado desde la evaluación de las dimensiones financiera y deportiva (Muñoz & Solanellas, 2023), existiendo una dimensión social de relevancia pública que debería tener una mayor consideración al evaluar los resultados estratégicos de este tipo de organizaciones. Por ejemplo, aspectos como la transparencia, la adopción de códigos éticos o las actividades encaminadas a la inclusión social de diferentes colectivos deberían de tener una mayor relevancia al evaluar las buenas prácticas de las federaciones deportivas (Torres et al., 2018).

Esta investigación tiene como objetivo abordar la medición del DO de las federaciones deportivas catalanas (FDC), a través de un enfoque específico, poniendo el foco en las prácticas de gestión y su relación con la dimensión social.

2. Método

Este estudio se basa en la contribución de Winand et al. (2014), quienes intentaron conceptualizar un modelo de medición multidimensional unificado para organizaciones deportivas sin fines de lucro basado en literatura previa en el campo de la gestión deportiva. De esta manera, se utilizó la visión sistémica de las organizaciones para integrar las dimensiones seleccionadas para la medición del desempeño de las FDC bajo un enfoque específico. El modelo incluyó indicadores cuantitativos de desempeño considerados con el potencial de medir los conceptos propuestos.

Se creó un cuestionario ad hoc (validado por expertos) para los fines de la investigación. Este se envió a las 66 FDC y, finalmente, participaron en el estudio un total de 37 (56% de la población de estudio). Además, se recopilaron y almacenaron datos disponibles a través de fuentes de datos secundarias.

La consistencia del modelo de medición se probó mediante la prueba alfa de Cronbach y el desempeño organizacional se analizó mediante estadísticos descriptivos y la relación correlacional.

3. Resultados

Los resultados ilustraron que, en general, las FDC deberían esforzarse en desarrollar actividades para maximizar su impacto social positivo. Asimismo, se encontraron algunas correlaciones positivas entre las variables objeto de estudio que merecen especial atención. Por ejemplo, se identificó que aquellas federaciones que disponen de un plan estratégico, y muestran una mayor orientación hacia la rendición de cuentas, tienden a mostrar una mayor orientación hacia los aspectos relacionados con las acciones de responsabilidad social.

4. Discusión

Esta investigación se presenta como una contribución a los escasos estudios de medición del desempeño organizacional existentes en federaciones deportivas (Muñoz & Solanellas, 2023). Si bien se necesita más investigación para responder las razones de las correlaciones encontradas, los resultados se encuentran en consonancia con lo apuntado por investigadores del campo que dirigieron sus esfuerzos a analizar el desempeño organizacional en otros contextos (ej. Bayle & Madella, 2002; Winand et al. 2014).

5. Conclusiones

El modelo de medición de DO aplicado y los resultados del presente estudio pueden ayudar y animar a los directivos de las FDC a centrarse en sus objetivos estratégicos, en función de sus prioridades, nivel de desempeño y su capacidad de mejora en diferentes áreas. Además, los resultados de la presente investigación podrían contribuir al intercambio estructurado y sistemático de buenas prácticas para tener organizaciones deportivas más saludables y sostenibles en el tiempo.

6. Referencias

- Bayle, E., & Madella, A. (2002). Development of a taxonomy of performance for national sport organizations. *European Journal of Sport Science*, 2(2), 1–21. <https://doi.org/10.1080/17461390200072205>
- Guevara, J. C., Martín, E., & Arcas, M. J. (2021). Financial sustainability and earnings management in the spanish sports federations: A multi-theoretical approach. *Sustainability* (Switzerland), 13(4), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su13042099>

- Kasale, L. L., Winand, M., & Robinson, L. (2018). Performance management of national sports organisations: A holistic theoretical model. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 8(5), 469–491. <https://doi.org/10.1108/SBM-10-2017-0056>
- Muñoz, J., & Solanellas, F. (2023). Measurement of organizational performance in national sport governing bodies domains: a scoping review. *Management Review Quarterly*, 1-26. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00325-9>
- Torres, L., Martin, E., & Guevara, J. C. (2018). The gold rush: Analysis of the performance of the Spanish Olympic federations. *Cogent Social Sciences*, 4(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1446689>
- Urdaneta, R., Guevara-Pérez, J. C., Llena-Macarulla, F., & Moneva, J. M. (2021). Transparency and accountability in sports: Measuring the social and financial performance of spanish professional football. *Sustainability* (Switzerland), 13(15). <https://doi.org/10.3390/su13158663>
- Winand, M., Vos, S., Claessens, M., Thibaut, E., & Scheerder, J. (2014). A unified model of non-profit sport organizations performance: perspectives from the literature. *Managing leisure*, 19(2), 121-150. <https://doi.org/10.1080/13606719.2013.859460>
- Zintz, T., & Camy, J. (2005). *Manager le changement dans les fédérations sportives en Europe*. (Bruxelles: De Boeck Université. (ed.)).

Diferencias en las competencias del gestor/a deportivo en entidades públicas y privadas

Manel Valcarce-Torrente¹, Virginia Serrano-Gómez², Pablo Gálvez-Ruiz³ y Jerónimo García-Fernández⁴

- ^{1.} *Facultad de Negocio y Tecnología, Universidad Alfonso X el Sabio.*
- ^{2.} *Departamento de Didácticas especiales, Universidad de Vigo.*
- ^{3.} *Departamento de Empresa Universidad Internacional de Valencia.*
- ^{4.} *Departamento de Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla.*

1. Introducción

La gestión deportiva es una tarea compleja que requiere adaptarse constantemente a las circunstancias cambiantes. Esto implica combinar competencias técnicas, directivas, administrativas y de liderazgo, manteniendo un presupuesto equilibrado, que permita alcanzar los objetivos y garantizar el funcionamiento eficiente de la organización. En este contexto, el objeto de este estudio es determinar las diferencias en las competencias entre gestores/as deportivos públicos y privados en España. Para ello, se identificarán los principales puntos débiles y fuertes basados en sus discrepancias. Además, se realizará un análisis de importancia y valoración (IPA), para cada caso, con el fin de desarrollar estrategias de mejora de sus competencias.

2. Método

Los participantes fueron 927 gestores/as deportivos de España, 489 de entidades públicas (376 hombres, 110 mujeres y 3 no indican), y 438 de entidades privadas (322 hombres, 113 mujeres y 3 no indican). La media de edad de los gestores públicos fue de 44 ($\bar{x}=44,86$; $\sigma=11,23$), y en el caso de los privados 48 ($\bar{x}=48,59$; $\sigma=9,6$). El instrumento utilizado fue un cuestionario online basado en el estudio de Fahrner y Schüttoff (2020), validado a través de juicio de expertos (validez de contenido) y análisis factorial (validez de constructo). Para la fiabilidad se analizó la consistencia interna a través del Alfa de Cronbach (0,94 α) y Omega de McDonald (0,94 ω). La escala, compuesta por 30 ítems sobre competencias del gestor/a deportivo, respondía al grado de importancia y nivel actual (Performance) de cada elemento con puntuaciones tipo Likert de 1 a 7. El tiempo para realizar el cuestionario fue de 5 - 10 minutos, siendo la participación voluntaria y anónima. El análisis estadístico consistió en un análisis descriptivo, de discrepancias, prueba U de Mann-Whitney, y matriz IPA (Importance Performance Analysis). El tratamiento de los datos se realizó a través de los paquetes JASP 16.2. e IBM SPSS Statistics 25.

3. Resultados

La tabla 1 muestra los principales resultados. La competencia menos importante, tanto para gestores de entidades públicas (4,51 sobre 7) como privadas (4,41 sobre 7) es la *Habilidad para practicar deporte*. La competencia más importante para gestores/as de entidades públicas es la *Capacidad de resolver problemas* (6,45) mientras que en entidades privadas la más importante es *Capacidad de trabajar en equipo* (6,57). Para las/os gestores/as de entidades públicas el nivel más bajo de competencia (4,46 sobre 7) es la *Redacción científica*, puntuación similar en gestores/as de entidades privadas para los *Conocimientos económicos* (4,49).

El mayor nivel de competencia tanto para gestores/as de entidades públicas (6,47) como privadas (6,28) es la *Capacidad de asumir responsabilidades*. A través de la prueba U de Mann-Whitney, se encuentran diferencias significativas ($p < 0,001$) en las competencias de los gestores públicos y privados: *Trabajo independiente*; *Adaptabilidad*; *Conocimientos económicos*; *Conocimientos de otros idiomas*; *Experiencia en los negocios*; y *Pensamiento emprendedor*. Sin embargo, el tamaño del efecto pequeño ($r_{rb} < 0,3$) indica que las diferencias no serían sustanciales desde una perspectiva práctica.

Tabla 1. Análisis de discrepancias en las competencias de gerentes público y privados

Competencias	\bar{x} Importancia gestores/as Ent.Públicos	\bar{x} Performance gestores/as Ent.Públicos	Discrep. Gest. Ent. Públicos	\bar{x} Importancia gestores/as Ent. Privados	\bar{x} Performance gestores/as Ent. Privados	Discrep. Gest. Ent. Privadas	P valor Test Mann-Whitney	Correlación biserial de rango
1. Conocimientos jurídicos	5.32	4.89	-0.91	5.70	4.54	-1.16	0.137	-0.042
2. Redacción científica	4.75	4.46	-0.29	5.01	4.50	-0.51	0.790	-0.010
3. Trabajo independiente	5.32	5.84	0.52	5.29	5.59	0.3	<0.001*	0.149
4. Habilidad practicar deporte	4.51	5.53	1.02	4.43	5.51	1.08	0.469	0.027
5. Conoc. Biomec./entrenam.	4.55	4.50	-0.05	4.61	4.53	-0.08	0.786	0.010
6. Capac. altas cargas trabajo	6.06	6.23	0.17	6.07	6.10	0.03	0.013	0.088
7. Capacidad didáctica	5.47	5.40	-0.07	5.54	5.33	-0.21	0.258	0.041
8. Capac. asumir responsabili	6.37	6.31	-0.06	6.47	6.28	-0.19	0.129	0.053
9. Capacidad de presentar	5.63	5.59	-0.04	5.76	5.51	-0.25	0.169	0.050
10. Adaptabilidad	6.36	6.24	-0.12	6.34	6.06	-0.28	<0.001*	0.136
11. Autodisciplina	6.16	5.92	-0.24	6.06	5.87	-0.19	0.757	0.011
12. Capac. transferir conocim.	5.74	5.65	-0.09	5.84	5.53	-0.31	0.011	0.091
13. Conocim. económicos	5.77	4.89	-0.88	5.62	4.49	-1.13	<0.001*	0.201
14. Asertividad	6.03	5.71	-0.32	6.12	5.71	-0.41	0.808	0.009
15. Conocim. otros idiomas	5.22	4.53	-0.69	5.15	4.08	-1.07	<0.001*	0.188
16. Capacidad trabajar equipo	6.42	6.07	-0.35	6.57	6.03	-0.54	0.303	0.037
17. Capac. Resoluc. problemas	6.45	6.00	-0.45	6.47	5.97	-0.5	0.328	0.035
18. Gestión de la información	5.91	5.62	0.29	6.10	5.60	-0.5	0.525	0.023
19. Conoc. Sociolo./Psic. dep.	5.15	4.74	-0.41	5.32	4.79	-0.53	0.946	0.003
20. Capacidad de organización	6.43	5.92	-0.51	6.49	5.87	-0.62	0.285	0.039
21. Capacidad de negociación	6.05	5.55	-0.5	6.15	5.51	-0.64	0.482	0.026
22. Capac. Resoluc. conflictos	6.41	5.87	-0.54	6.50	5.87	-0.63	0.875	0.006
23. Capacidad de liderazgo	6.32	5.82	-0.5	6.32	5.64	-0.68	0.003	0.109
24. Capac. de comunicación	6.30	5.69	-0.61	6.32	5.63	-0.69	0.310	0.037
25. Gestión del tiempo	6.27	5.66	-0.61	6.28	5.55	-0.73	0.138	0.054
26. Utilizac. métodos científic.	5.29	4.77	-0.52	5.39	4.71	-0.68	0.354	0.034
27. Experienc. en los negocios	5.37	5.13	-0.24	5.16	4.47	-0.69	<0.001*	0.284
28. Pensamiento emprendedor	5.94	5.64	-0.3	5.89	5.18	-0.71	<0.001*	0.233
29. Capacidad analítica	6.08	5.68	-0.4	6.17	5.59	-0.58	0.068	0.066
30. Capacidad digital	6.04	5.39	-0.65	6.16	5.26	-0.9	0.050	0.072

La figura 1 desvela dos elementos situados en el cuadrante izquierdo superior, alejado de la diagonal, *Conocimientos económicos* (13) y *Capacidad digital* (30), como las competencias donde los gestores de entidades públicas deben concentrarse especialmente, seguido de: *Conocimientos jurídicos* (1) y *Conocimientos de otros idiomas* (15). La figura 2, muestra las relativas a los gestores/as privados: *Conocimientos jurídicos*

(1), *Conocimientos económicos* (13), *Capacidad digital* (30) y *Pensamiento emprendedor* (28); seguidos de *Conocimientos de idiomas* (15) y *Experiencia en negocios* (27).

Figura 1: IPA Gestores/as deportivos públicos.

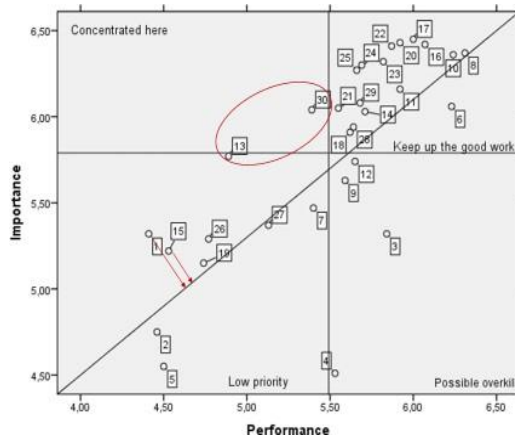
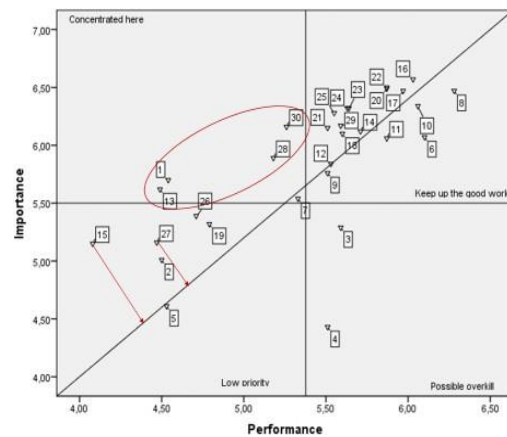


Figura 2: IPA Gestores/as deportivos privados



4. Conclusiones

Cabe destacar que existen diferencias significativas, aunque débiles, entre gestores/as públicos y privados, en el nivel de competencias: *Trabajo independiente*; *Adaptabilidad*; *Conocimientos económicos*; *Conocimientos de idiomas*; *Experiencia en negocios*; y *Pensamiento emprendedor*. La mayor discrepancia negativa para ambos se encuentra en *Conocimientos jurídicos*. Asimismo, el IPA señala para los gestores de entidades públicas concentrarse especialmente en: *Conocimientos económicos* y *Capacidad digital*, mientras que para los gestores/as de entidades privadas, en: *Conocimientos jurídicos*, *Conocimientos económicos*, *Capacidad digital* y *Pensamiento emprendedor*. Los resultados obtenidos pueden ser de utilidad para desarrollar estrategias de mejora y de formación continua, además de fundamentar la necesidad de perfiles profesionales según las competencias necesarias, en gestión de entidades deportivas públicas y privadas.

5. Referencias

Fahrner, M., & Schüttoff, U. (2020). Analysing the context-specific relevance of competencies—sport management alumni perspectives. *European Sport Management Quarterly*, 20(3), 344-363.

Gestión del riesgo en entidades deportivas: Una revisión de la literatura

***Genovard, Francesc¹; Solanellas, Francesc¹ y
Muñoz, Joshua¹***

¹. *INEFC de Catalunya, Universidad de Barcelona.*

1. Introducción

Acontecimientos recientes como los casos de corrupción en la FIFA, o los juegos Olímpicos de Río y el dopaje han hecho surgir la sospecha sobre la escasa orientación hacia la gestión de riesgos de las entidades deportivas (Young & Wendit, 2017). Además, a raíz de la reciente pandemia de la Covid-19, la gestión de riesgos se ha convertido en una preocupación central para los académicos y profesionales a causa de los grandes impactos que esta tuvo en el sector deportivo (Katsarova, 2021; Moscoso-Sánchez et al., 2022).

A pesar de este fuerte interés y de los grandes beneficios que una correcta orientación hacia la gestión del riesgo puede tener para las entidades deportivas (Bell-Laroche & Corbett, 2010), su aplicación no ha logrado un amplio reconocimiento en los sectores del deporte y el ocio (Fuller & Drawer, 2004). Pues, entre otros aspectos, la aplicación de la gestión del riesgo en el marco de las organizaciones deportivas se ha visto dificultada por inconsistencias conceptuales. Pese a que varios autores (Dugalić, 2011; Carpenter, 2020) han estudiado este concepto desde diferentes perspectivas, no se encuentra ningún intento de capturar el alcance de esta base literaria que arrojaría luz sobre qué y cómo se ha investigado sobre la gestión del riesgo en el campo de la gestión deportiva.

Por lo tanto, el propósito de este estudio es examinar el estado actual de la investigación sobre la gestión del riesgo en el deporte a través de una revisión de la literatura. Específicamente, esta revisión tiene como objetivo: identificar cómo se ha utilizado la gestión del riesgo en el deporte dentro de la literatura, trazar un mapa de la literatura de gestión de riesgos en el deporte e identificar posibles direcciones futuras de investigación.

2. Método

A través de esta revisión de la literatura se pretende mapear el paisaje de un área de investigación para resumir la investigación y transmitir la amplitud de un campo (Levac et al., 2010; Munn et al., 2018). La revisión del presente estudio utiliza el marco de (Arksey & O'Malley, 2005) como guía metodológica específica, en el que se diferencian las siguientes fases:

IDENTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Se derivaron las siguientes preguntas de investigación: ¿cómo se ha estudiado la gestión de riesgos de entidades deportivas dentro de la literatura? ¿Cuáles han sido el tipo de entidades más estudiadas? ¿Qué esferas temáticas de la gestión de riesgos se han estudiado? y ¿cuáles son las esferas emergentes y las orientaciones futuras de la investigación en el ámbito de la gestión de riesgos del deporte?

IDENTIFICACIÓN DE ESTUDIOS RELEVANTES

Siguiendo la metodología de búsqueda e identificación de estudios relevantes de (Dowling et al., 2018; Muñoz & Solanellas, 2023), para garantizar la cobertura más amplia de la literatura sobre gestión deportiva se exploraron tres fuentes principales:

- 1) Bases de datos electrónicas
- 2) Búsqueda manual de revistas de gestión deportiva
- 3) Lista de referencias de artículos anteriores

Los términos de búsqueda de la base de datos electrónica ("RISK MANAGEMENT" OR "RISK ASSESSMENT") AND ("SGB" OR "SPORT* GOVER* BOD*" OR "SPORT* ORGANISATION*" OR "SPORT* EVENT*" OR "SPORT* AND RECREA*" OR "SPORT* CLUB*") (todos los campos) mostraron un total de 3.663 resultados.

Una vez identificados esta base de artículos extensa, en la siguiente fase se seleccionan los artículos que se consideran relevantes para analizar con más profundidad, siguiendo una serie de criterios de inclusión.

En primer lugar, se considerarán únicamente aquellos artículos que hayan sido publicados en revistas académicas revisadas por pares y que estén disponibles en su totalidad en formato de texto completo. Se utilizará, también un período de tiempo determinado y será requisito que los artículos estén redactados en inglés.

En cuanto a la temática, se priorizarán aquellos textos que se enfoquen en la gestión del riesgo, indistintamente de la perspectiva adoptada para abordar este concepto. Es importante señalar que se excluyen aquellos trabajos que aborden la gestión del riesgo desde la perspectiva individual de los atletas, así como otros aspectos no relacionados directamente con la gestión del riesgo desde el punto de vista de la gestión en entidades deportivas.

SELECCIÓN DE ESTUDIOS

Con el objetivo de analizar los estudios que realmente respondían a las preguntas de investigación, se realizó la selección de estudios definitivos en diferentes fases. A partir de estas, se incluyeron un total de 125 estudios para el análisis final de la revisión del alcance de los 3.786 artículos identificados en la primera fase de identificación.

ANÁLISIS DE DATOS

Se realizó una recopilación exhaustiva de datos de cada artículo, incluyendo detalles como año de publicación, país de origen, tipo de estudio, metodología empleada y conclusiones obtenidas. Posteriormente, se llevó a cabo un análisis detallado para resumir los resultados obtenidos a través de un análisis de frecuencias y un análisis temático, lo que permitió identificar patrones y tendencias significativas emergentes de las investigaciones revisadas.

3. Resultados

RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE FRECUENCIAS

De las diferentes variables analizadas, se destacan los siguientes resultados. En primer lugar, se puede observar cómo el 52% de los artículos han sido publicados entre el 2020 y el 2023; la aparición de la pandemia de la Covid-19 (finales de 2019 / inicios de 2020) podría ser uno de los causantes de estos datos. Por otra parte, destacan los artículos empíricos, un 46%, de los que el 60% se realizaron con una aproximación cuantitativa, mientras que el 31% utilizó una aproximación cualitativa y el 9% mixta.

Los eventos deportivos son, claramente, la muestra más estudiada con un 46%, mientras que las entidades multideportivas son las que más destacan con el 68%, por delante de entidades de fútbol y atletismo. En relación con las dimensiones con las que los investigadores aproximan la gestión del riesgo, destacan las dimensiones operacionales, con un 50%, multidimensionales, 28%, y de gobernanza, 11%, mientras que las categorías de salud, 61%, gestión, 28%, y recursos humanos, 20%, son las más estudiadas.

RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE TEMÁTICO

Se destacó que la pandemia, la identificación de categorías de riesgos, los elementos de seguridad y las competencias de los trabajadores son las temáticas más estudiadas por los investigadores en relación con la gestión de riesgos en entidades deportivas.

4. Discusión

A pesar de que los estudios enfocados a la gestión del riesgo han aumentado considerablemente en los últimos años, se han identificado claras futuras líneas de investigación. Entre estas destacan los estudios enfocados a estudiar la gestión del riesgo en Órganos Rectores Nacionales, organizaciones sin ánimo de lucro fundamentales para promover la participación del deporte y el deporte de elite en la mayoría de los países occidentales; estudios enfocados a la gestión del riesgo desde una perspectiva de gobernanza y los estudios enfocados a identificar y evaluar la probabilidad y el impacto de los riesgos identificados por diferentes entidades deportivas.

5. Conclusiones

Esta revisión ofrece una panorámica integral sobre la gestión del riesgo en entidades deportivas, destacando la importancia de este campo en el contexto actual y señalando áreas clave para futuras investigaciones y desarrollos. La gestión efectiva del riesgo es esencial para garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de las entidades deportivas, así como para salvaguardar el bienestar y la seguridad de todos los involucrados en el mundo del deporte.

6. Referencias

- Arksey, H., & O'Malley, L. (2005). Scoping studies: Towards a methodological framework. *International Journal of Social Research Methodology*, 8(1), 19-32. <https://doi.org/10.1080/1364557032000119616>
- Bell-Laroche, D., & Corbett, R. (2010). RISK MANAGEMENT GUIDE FOR COMMUNITY SPORT ORGANIZATIONS.
- Carpenter, L. (2020). *Legal Concepts in Sport* (2nd ed.). American Alliance for Health, Physical Educat.
- Dowling, M., Leopkey, B., & Smith, L. (2018). Governance in Sport: A Scoping Review. *Journal of Sport Management*, 32(5), 438-451. <https://doi.org/10.1123/jsm.2018-0032>
- Dugalić, S. (2011). RISK MANAGEMENT IN SPORTS AND SPORTS ORGANIZATIONS. 2(3), 67-78.
- Fuller, C., & Drawer, S. (2004). The Application of Risk Management in Sport: *Sports Medicine*, 34(6), 349-356. <https://doi.org/10.2165/00007256-200434060-00001>
- Katsarova, I. (2021). How coronavirus infected sport.
- Levac, D., Colquhoun, H., & O'Brien, K. K. (2010). Scoping studies: Advancing the methodology. *Implementation Science*, 5(1), 69. <https://doi.org/10.1186/1748-5908-5-69>
- MoscOSO-Sánchez, D., García-Fernández, J., Trovo-Sánchez, J. M., & Fernández-Gavira, J. (2022). Impactos y medidas ante la COVID-19 en el sistema deportivo andaluz. *Sociología del Deporte*, 3(1), 67-79. <https://doi.org/10.46661/socioldeporte.6809>
- Munn, Z., Peters, M. D. J., Stern, C., Tufanaru, C., McArthur, A., & Aromataris, E. (2018). Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic or scoping review approach. *BMC Medical Research Methodology*, 18(1), 143. <https://doi.org/10.1186/s12874-018-0611-x>
- Muñoz, J., & Solanellas, F. (2023). Measurement of organizational performance in national sport governing bodies domains: A scoping review. *Management Review Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00325-9>

Sport-T-Index: Transparencia y buena gobernanza en el deporte

**Samuel Manzano-Carrasco¹, José Luis Felipe²,
Enrique Hernando-Barrio² y Jorge García-Unanue²**

- ^{1.} *Departamento de Comunicación y Educación, Universidad Loyola Andalucía. Sevilla (España).*
- ^{2.} *Departamento de Actividad Física y Ciencias del Deporte. Grupo IGOID, Universidad de Castilla-La Mancha. Toledo (España)*

1. Introducción

Ante los desafíos digitales emergentes, la buena gobernanza es uno de los pilares principales en la política deportiva. Este concepto no solo es un principio destacado sino también la expectativa de una gestión deportiva que se extiende más allá de los espacios e infraestructuras deportivas, siendo decisiva para la autonomía y autorregulación de las organizaciones deportivas. Es por ello, por lo que en los últimos años se ha mostrado un interés y esfuerzo significativo para fomentar la transparencia y la integridad dentro del deporte.

Estos esfuerzos convergen hacia un proyecto europeo pionero, conocido como el “Índice de Transparencia del Deporte” (Sport-T-Index), el cual pretende abordar los diferentes aspectos relacionados con la buena gobernanza deportiva, redefiniendo y fortaleciendo los estándares de integridad y transparencia dentro del mundo deportivo.

La integridad, transparencia e inclusión son imprescindibles para nuestro presente y futuro, surgiendo este proyecto como una herramienta importante y necesaria para las organizaciones e instituciones deportivas (incluidos los clubes, las ligas, las asociaciones nacionales y los órganos de gobierno internacionales) que podrán evaluar y comparar de forma independiente en relación con su transparencia utilizando criterios apropiados y de aplicación universal (diseñados, probados y validados conjuntamente con un amplio grupo de partes interesadas). De esta manera, gracias al desarrollo de este proyecto, se aspira a fomentar un cambio positivo, empoderando a las partes interesadas del deporte con el conocimiento y las herramientas necesarias para elevar sus estándares de transparencia e integridad. Al compartir conocimientos y buenas prácticas, no solo se protegerá el deporte desde sus fundamentos, sino que también se fortalecerán los vínculos entre diferentes disciplinas y regiones, creando un futuro más brillante y transparente para el deporte en Europa y más allá.

2. Objetivos

El objetivo principal de este proyecto es definir y establecer indicadores de integridad universales que sean aplicables a todas las partes interesadas dentro del deporte europeo, creando así un Índice de Transparencia que evalúe objetivamente sus niveles de transparencia en relación con estos indicadores. Este enfoque innovador, que se basa exclusivamente en información de libre acceso, no solo arrojará luz sobre las áreas que requieren mejoras en transparencia, sino que también reconocerá y celebrará a aquellos que verdaderamente encarnan la integridad en el deporte.

3. Metodología

Este proyecto apoyado y financiado por Erasmus+, cuenta con la participación de once socios europeos (SIGA, ISG, VUB, FEDAS, IOTC, EPSI, FPN, EMCA, UCLM, EFDN e ICSS) los cuales se encuentran comprometidos en una misión conjunta para promover la integridad a través de la transparencia. El Sport-T-Index está contemplado para su desarrollo durante los años 2023 al 2025.

Para el correcto funcionamiento y desarrollo del proyecto, inicialmente se ha estructurado en 5 fases o paquetes de trabajo:

1) Realización de un mapa del panorama europeo de la transparencia en el deporte

Esta fase inicial, contempla una investigación en profundidad sobre la buena gobernanza en el deporte, en particular sobre las amenazas y los posibles de los proveedores. Para ello se pretende indagar y mapear a nivel europeo sobre esta cuestión y formular recomendaciones de cara al futuro, integradas, con un desarrollo integrado de la transparencia deportiva en consonancia con la buena gobernanza del deporte en el del deporte en el ecosistema europeo.

2) Creación de un índice de transparencia en el deporte

Los resultados obtenidos en el primer resultado este segundo resultado incluirá el diseño y la aplicación de un Índice de Transparencia en el Deporte como medio innovador para clasificar, comparar y contrastar objetivamente los niveles básicos de transparencia en el deporte con el fin de permitir, facilitar, medir y cuantificar unos niveles mínimos de transparencia en el deporte.

3) Elaboración y desarrollo de un programa de formación digital para la promoción de la transparencia y la buena gobernanza en el deporte.

Una vez completadas las primeras fases, se realizará un programa formativo innovador a medida dirigido a las organizaciones activas en el ámbito del deporte, basado en consejos, habilidades y competencias clave que les ayudarán a saber cómo organizar y gestionar sus organizaciones para cumplir con todas las normas y criterios relacionados con la transparencia en el deporte y la buena gobernanza por extensión. El material de formación se diseñará y desarrollará para que pueda impartirse en línea a través de una plataforma de e-learning. Además, se pretende realizar un proyecto piloto para comprobar su implementación y contenido

4) Recomendaciones sobre la promoción de la transparencia en el deporte

Una vez concluidas las tres primeras fases y observando los resultados obtenidos, se analizarán y se recopilarán en un documento las medidas y estrategias políticas en materia de deporte y educación para la promoción de la transparencia en el deporte, promoviendo la integridad del deporte y, en particular, el fomento de la transparencia.

4. Resultados y conclusiones

Hasta la actualidad, se ha completado las dos primeras fases y el proyecto se encuentra en la tercera fase. Como resultados de la primera fase, se han analizado un total de 25 documentos con información relevante sobre la temática; se han recopilado en una base de datos todas las organizaciones e instituciones deportivas europeas por modalidad deportiva, con un total de 188 federaciones deportivas europeas, así como 977 federaciones deportivas por ciudades europeas. Finalmente, como resultado de la fase dos, se ha creado una rúbrica de evaluación con 15 indicadores clave y relevantes, el cual será aplicado de manera universal en el contexto deportivo europeo, fundamentando así un Índice de Transparencia capaz de medir de forma objetiva y equitativa. En la siguiente página pueden encontrarse los resultados detallados. <https://www.sportindex.eu/resources/>

Esta comunicación forma parte del proyecto Sport-T Index. Proyecto 101089898 (Programa Erasmus+). Financiado por la Unión Europea. Los puntos de vista y opiniones expresados son únicamente de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Agencia Ejecutiva Europea en Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de ello.

Validación y fiabilidad de una escala sobre las competencias del gestor/a deportivo

Virginia Serrano-Gómez¹, Nicolás Fernández Martínez², Ainara Bernal García³, Manel Valcarce-Torrente⁴

1. *Universidad de Vigo.*
2. *Fundación San Pablo Andalucía CEU.*
3. *Universidad Pablo de Olavide.*
4. *Universidad Alfonso X el Sabio*

1. Introducción

En la actualidad, es prioritario contar con instrumentos de medida validados y confiables, que se ajusten a las necesidades específicas de cada sector. En el contexto deportivo, como en otros, el uso de escalas adecuadas puede contribuir a la mejora continua de las organizaciones, a través de evaluaciones más precisas.

Por ello, con el fin de elaborar y perfeccionar herramientas útiles a nivel aplicado para la gestión deportiva, se lleva a cabo este estudio. El objetivo es validar y analizar la fiabilidad de una escala sobre competencias del gestor/a deportivo. Los resultados permitirán mediciones más precisas y consistentes para futuros análisis o investigaciones relacionadas.

2. Método

Los participantes fueron 927 gestores/as deportivos de España, 698 hombres (75%), 223 mujeres (24%), y 6 no indicaron (1%). El rango de edad fue de 18 a 89 años, siendo la media de 47 ($\bar{x}=47.5$; $\sigma=12.3$). El 52,7% fueron gestores/as de entidades deportivas públicas, y el 47,3% gestores/as entidades deportivas privadas.

El instrumento utilizado fue un cuestionario online basado en el estudio de Fahrner y Schüttoff (2020), validado para la recogida de información, a través de juicio de expertos (validez de contenido). El mismo estuvo compuesto por 30 ítems sobre competencias del gestor/a deportivo, y respondía al grado de competencia (Performance) de cada elemento con puntuaciones tipo Likert de 1 a 7. El tiempo para realizar el cuestionario fue de 5 - 10 minutos, siendo la participación voluntaria y anónima.

El análisis estadístico consistió en un análisis descriptivo, análisis de consistencia interna (fiabilidad de la escala) y análisis factorial del instrumento de medida (validez de constructo). El tratamiento de los datos se realizó a través del paquete JASP 16.2.

3. Resultados

Para determinar la consistencia interna de la escala, se calculó el Alfa de Cronbach (0,94 α) y Omega de McDonald (0,94 ω), tanto para el total de la escala como para cada uno de los elementos, ambos presentan valores altos por encima de 0,80 lo que indica respuestas de medida confiables.

De forma complementaria, también se analizó para cada uno de los elementos la correlación ítem-rest, encontrándose todos los valores por encima de 0,5 (indicando validez de contenido del ítem, y sugiriendo que el elemento es útil y confiable para medir el constructo que se está evaluando).

Sólo dos ítems se situaron por debajo: *Habilidad para practicar deporte* que obtuvo la puntuación más baja (0,37), seguido de *Conocimientos relacionados con biomecánica y entrenamiento* (0,39), por lo que tal vez estos elementos, no tienen un impacto sustancial en la fiabilidad general de la escala sobre competencias en gestión deportiva, o deberían reformularse.

Para evaluar la matriz de correlaciones inter-ítem y obtener información sobre la pertinencia de someter los datos a un análisis factorial, realiza la prueba de idoneidad Kaiser-Meyer-Olkin test y Bartlett's test. Éstas indican, con resultados significativos, que el muestreo es adecuado para la detección de estructuras (Overall MSA = 0,946; Bartlett's test X^2 16392,473 $p < 0,001$).

Siguiendo las recomendaciones de LLoret-Segura et al. (2014), se lleva a cabo un análisis factorial exploratorio, aplicando el método de rotación varimax, con resultados de magnitud de las cargas factoriales superiores a 0,4. Los elementos se agruparían en tres factores, los cuales representan constructos subyacentes que explican las interrelaciones entre las variables observadas. Estos factores se agrupan, tal que: 1) competencias relacionadas con habilidades directivas, 2) Competencias científico- técnicas deportivas, 3) Especialidades complementarias jurídico-económicas.

Dos elementos, *Capacidad digital*, y *Habilidad para practicar deporte*, no estarían representadas por los factores, dado que presentan cargas factoriales inferiores a 0,4. Sin embargo, dado que el modelo no mejora si se eliminan, y considerando su interés de contenido para el objeto del estudio, se podría mantener o reformular para futuros trabajos.

Los índices de ajuste del análisis factorial confirmatorio presentan medidas que evalúan la adecuación del modelo a los datos observados. El RMSEA (Root Mean Square Error of Aproximación) mide cuanto se ajusta el modelo a los datos. En este caso se obtiene un índice de 0,083 (RMSEA 90% confianza 0,08-0,086), al encontrarse en el umbral de 0,08 el modelo presentaría un ajuste aceptable. De forma complementaria, el indicador TLI (Tucker-Lewis Index), evalúa la mejora del ajuste del modelo en comparación con un modelo nulo (sin relaciones entre variables). Un valor superior a 0,90 generalmente indica un buen ajuste del modelo, en este caso, un TLI de 0,825 (0.80 - 0.90) sugiere un ajuste aceptable.

4. Conclusiones

Los resultados obtenidos indican que el cuestionario utilizado es válido y fiable. Por lo tanto, podría ser útil para futuros análisis o investigaciones sobre las competencias del gestor/a deportivo.

Asimismo, el elemento *Habilidad para practicar deporte*, y *Conocimientos relacionados con biomecánica y entrenamiento*, no parece tener un impacto sustancial en la fiabilidad de la escala. Para futuros estudios, tal vez estos elementos podrían eliminarse o reformularse. Por ejemplo, podrían reemplazarse por *Conocimiento del deporte/área deportiva que gestiona*. La reformulación de estos ítems parece tener más sentido, ya que al eliminarlos no se observan mejoras estadísticas en el modelo. Además, desde la validez de contenido y a efectos prácticos, el conocimiento profundo del área, deporte o servicio que se gestiona, debería considerarse imprescindible para el funcionamiento óptimo de cualquier organización.

5. Referencias

- Fahrner, M., & Schüttoff, U. (2020). Analysing the context-specific relevance of competencies—sport management alumni perspectives. *European Sport Management Quarterly*, 20(3), 344-363.
- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., & Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: Una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151–1169. <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>

Global Analysis of Birth Date Distributions and the Relative Age Effect in the 2023 Women's Football World Cup

Benito Pérez-González¹, Jairo León-Quismondo², José Bonal² y Víctor Jiménez Díaz-Benito²

^{1.} Facultad de Empresa y Comunicación, Universidad Internacional de la Rioja.

^{2.} Faculty of Sport Sciences, Universidad Europea de Madrid.

1. Introduction

The growth in participation and professionalism within women's football has seen a significant rise, with a 24% increase in the number of women and girls playing organized football between 2019 and 2023, as reported by FIFA (2023). This expansion is not just a matter of numbers, but a change in the sports reality.

The concept of the Relative Age Effect, studied since the mid-1980s (Barnsley et al., 1985), has been identified across various sports, highlighting a bias towards athletes born earlier in the selection year in diverse sports. Recent investigations into the RAE within women's football, particularly at elite levels, present mixed findings (Teoldo et al., 2023), suggesting that there is no RAE. These conflicting results underscore the complexity of the RAE phenomenon and its variable impact across different levels and contexts of women's football. The present exploration of RAE, specifically in the context of the Women's Football World Cup 2023, aim to examine the distribution of players' birth dates across continents and professional levels.

2. Method

A total of 735 players participating in the 2023 Women's Football World Cup, gathered from Livefutbol (2024), with a standard age group cut-off date of January 1st, except for UK and Australian players who use September 1st. RAE analysis was performed through Poisson regression. The statistical approach, represented by the equation $y = e^{(b_0 + b_1x)}$, modelled the count of occurrences (y) as a function of the explanatory variables: the week of birth (WB) and the time period of birth (Tb), the latter scaled from 0 to 1 based on WB to assess birth timing. This method correlated birth frequency with Tb and calculated the discrimination index (ID) to gauge selection likelihood across the year. The statistical strength of the model was validated using the likelihood ratio D2, following Cohen et al. (1996) methodology. The R software package (version 4.3.2) enabled all statistical analyses, adhering to a significance threshold of $p < 0.05$.

3. Results

The overall data for 735 players reveal a slight preference for births in the first semester, with 53% of players born in the first half of the year. This trend is consistent across most continents. African players, in particular, showed a significant concentration in the first semester, aligning with three out of four surveyed continents, whereas American players exhibited a more balanced distribution with a slight inclination towards the second semester (Table 1).

Table 1. Birth date distribution by quartile (Q) or semester (Se) across continents.

		Q1	Q2	Q3	Q4	Se 1	Se 2
Overall Players (n=735)	N	192	195	164	184	387	348
	%	26	27	22	25	53	47
African Players (n=297)	N	22	28	20	22	50	42
	%	24	30	22	24	54	46
American Players (n=207)	N	52	46	51	58	98	109
	%	25	22	25	28	47	53
Asian Players (n=115)	N	33	27	26	29	60	55
	%	29	23	23	25	52	48
European Players (n=275)	N	76	76	58	65	152	123
	%	28	28	21	23	56	44
Oceania Players (n=46)	N	9	18	9	10	27	19
	%	20	39	20	21	59	41

A significant presence of RAE across all players was not identified ($p=0.11$). However, significant RAEs were observed in European players ($p<0.05$) (Table 2), indicating a notable impact of birth date on player selection in these groups. Conversely, players from Africa, America, Asia, and Oceania did not exhibit a significant RAE.

Table 2. Poisson regression in European Players

European Players (n=275)	WB	24 ± 15
	B0	1.84
	b1	0.38
	ID= $\exp(b_0)/\exp(b_0+b_1)$	1.47
	D ² (McFadden)	0.06
	P value	<0.05

4. Discusión

The analysis of the Relative Age Effect (RAE) at the Women's Football World Cup 2023 reveals a clear preference for players born in the first half of the year, consistent with previous research (Barnsley et al., 1985). This trend varies across continents, with a significant number of African players born in the first semester, suggesting that regional sports infrastructures may accentuate RAE, possibly prioritizing physical maturity in talent identification (Cobley et al., 2009).

In contrast, American countries showed a mix of birth semesters among players, with a lean towards the second semester except in the U.S. and Canada, hinting at possible mitigations against RAE through diverse talent development practices. However, the widespread trend of first-semester births in Asia, Europe, and Oceania highlights the global challenge of overcoming RAE in sports.

This suggests that despite efforts, early physical development remains a significant factor in talent selection, underscoring the need for systemic changes to address RAE's disadvantages (Delorme et al., 2010).

5. Conclusions

The Relative Age Effect (RAE) analysis for the Women's Football World Cup 2023 highlights a preference for players born in the first semester, particularly in Europe where RAE significantly influences player selection ($p < 0.05$). The variance across continents suggests that regional sports infrastructures and talent identification practices differently impact RAE, highlighting the need to foster skill-based selection over physical maturity.

6. References

- Barnsley, R. H., Thompson, A., & Barnsley, P. (1985). Hockey success and birthdate: the relative age effect. *Journal of the Canadian Association of Health, Physical Education and Recreation*, 51(8), 23–28.
- Cohen, A. S., Kim, S.-H., & Wollack, J. A. (1996). An Investigation of the Likelihood Ratio Test For Detection of Differential Item Functioning. *Applied Psychological Measurement*, 20(1), 15–26. <https://doi.org/10.1177/014662169602000102>
- Delorme, N., Boiché, J., & Raspaud, M. (2010). Relative age effect in female sport: a diachronic examination of soccer players. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 20(3), 509–515. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0838.2009.00979.x>
- FIFA. (2023). *Women's Football: Member Associations Survey Report 2023*. <https://digitalhub.fifa.com/m/28ed34bd888832a8/original/FIFA-Women-s-Football-MA-Survey-Report-2023.pdf>
- Livefutbol. (2024, April 4). *Women's World Cup 2023 Australia*. <https://www.livefutbol.com/calendario/aus-frauen-a-league-women-2023-2024-finals-finale/2/>
- Teoldo, I., Machado, V. R., Casanova, F., & Cardoso, F. (2023). Talent map of female soccer: How does the birthplace and birthdate impact the participation of soccer players in Brazilian Serie A1 Championship? *Journal of Human Sport and Exercise*, 18(4). <https://doi.org/10.14198/jhse.2023.184.10>



Sección 8

Futuros gestores deportivos

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Intenciones de emprendimiento entre los estudiantes de formación profesional deportiva

García-Vallejo, Aurora M.¹ y Pérez-Martínez, Covadonga²

- ^{1.} *Economía y Administración de Empresas, Universidad de Málaga.*
- ^{2.} *Programa de Doctorado Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad de Córdoba*

1. Introducción

Según el informe del Observatorio de Formación Profesional (FP) en España, sólo el 1,1% de los estudiantes de FP se decantan por emprender al final de su formación (Caixabank Dualiza, 2021). Dada la relevancia de la competencia emprendedora, en la FP, las instituciones en materia de Educación de la Unión Europea acordaron una serie de acciones para su fomento entre 2021-2025, recogidas en la Declaración de Osnabrück de 2020 (Dirección General de Empleo Asuntos Sociales e Inclusión Comisión Europea, 2021). Por tanto, parece fundamental analizar aquellos factores que determinan la intención de emprender entre este alumnado. Sin embargo, en el ámbito académico, la mayoría de investigaciones previas se han centrado en analizar las intenciones de emprendimiento entre estudiantes de titulaciones deportivas superiores (González Serrano et al., 2016; Lara-Bocanegra et al., 2022). Dada la importancia del espíritu emprendedor en el ámbito deportivo, y particularmente entre el estudiantado de FP como futuros agentes de cambio, este estudio tiene por objetivo analizar las intenciones de emprendimiento entre este segmento, tomando como referencia la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991).

2. Método

MUESTRA

La muestra estuvo compuesta por 299 estudiantes de FP deportiva procedentes de 6 centros públicos y privados de Málaga. El 25,75% eran mujeres y el 74,25% hombres.

INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO

Se desarrolló un cuestionario que incluía cuestiones sociodemográficas y sobre el ámbito profesional y formativo del alumnado. Para medir los determinantes de las intenciones de emprendimiento, se tomó como referencia el EIQ (Entrepreneurial Intention Questionary) de Liñán y Chen (2009). Todos los ítems fueron medidos en una escala Likert de 7 puntos. El cuestionario fue distribuido entre alumnado de ciclos formativos deportivos de la ciudad de Málaga, con la colaboración de los centros.

ANÁLISIS DE DATOS

Se empleó el modelado de ecuaciones estructurales basadas en varianza (PLS-SEM), aplicando la evaluación en dos pasos (Hair et al., 2022).

3. Resultados

En la relación a los datos descriptivos se muestra lo siguiente: Actitud conducta (M=4,69; DT=1,41), Control percibido (M=3,26; DT=1,26), Norma subjetiva (M=5,89; DT=1,18 e Intención emprendedora (M=3,61; DT=1,71). Respecto al modelo de medida, se comprobó la fiabilidad a través de los coeficientes de alfa de Cronbach, rho y fiabilidad compuesta. Los valores de varianza extraída media (AVE) aseguraron también la validez convergente (Tabla 1). Las variables presentaron validez discriminante, en base a los criterios de Fornell y Lacker (FL) y heterotrait-monotrait (HTMT) (Tabla 2). Para analizar los coeficiente *path*, se llevó a cabo un procedimiento *bootstrapping* al 5% de significación.

Tabla 1. Fiabilidad y validez convergente

	Alfa de Cronbach	rho_A	FC	AVE
Actitud conducta (AC)	0,863	0,886	0,902	0,652
Control percibido (CP)	0,886	0,894	0,913	0,639
Intención emprendedora (IE)	0,953	0,954	0,963	0,812
Norma subjetiva (NS)	0,870	0,886	0,920	0,794

Tabla 2. Validez discriminante

	AC	CP	IE	NS
AC	0,807	0,488	0,761	0,265
CP	0,434	0,799	0,591	0,133
IE	0,699	0,546	0,901	0,067
NS	0,227	0,118	0,033	0,891

Nota= Raíz cuadrada de los AVEs en la diagonal; FL bajo la diagonal y HTMT por encima

Tabla 3. Evaluación del modelo estructural

	Muestra original	Media de la muestra	p-valor
AC → IE	0,599	0,600	0,000
CP → IE	0,303	0,304	0,000
NS → AC	0,227	0,232	0,000
NS → CP	0,118	0,123	0,047
NS → IE	-0,139	-0,141	0,000

4. Conclusiones

La actitud hacia la conducta y el control percibido emergen como los principales determinantes de las intenciones de emprendimiento entre el alumnado de FP deportiva. Asimismo, es relevante destacar que la media de los constructos intención emprendedora y control percibido arroja valores relativamente bajos, aumentando considerablemente en relación a la actitud y norma subjetiva. De esta forma, sería relevante que las políticas educativas trabajen en aras de ampliar la formación sobre la generación de modelos de negocio o sobre los trámites para la constitución y puesta en marcha de un proyecto empresarial.

5. Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Caixabank Dualiza. (2021). *Observatorio de la Formación Profesional en España*.
- Dirección General de Empleo Asuntos Sociales e Inclusión Comisión Europea. (2021). *Declaración de Osnabrück sobre la educación y formación profesionales como facilitadoras de la recuperación y de transiciones justas hacia economías digitales y ecológicas*. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. <https://doi.org/10.2767/25300>
- González Serrano, M. H., Valantine, I., Campos, C. P., Berenguer, S. A., Moreno, F. C., & Hervás, J. J. C. (2016). La influencia del género y de la formación académica en la intención de emprender de los estudiantes de ciencias de la actividad física y el deporte. *Intangible Capital*, 12(3), 759–788. <https://doi.org/10.3926/ic.783>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on Partial Least Squares Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Lara-Bocanegra, A., Bohórquez, M. R., Grimaldi-Puyana, M., Gálvez-Ruiz, P., & García-Fernández, J. (2022). Effects of an entrepreneurship sport workshop on perceived feasibility, perceived desirability and entrepreneurial intentions: a pilot study in sports science students. *Sport in Society*, 25(8), 1528–1544. <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1829596>
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>

¿Universidad pública o privada? Influencia en el comportamiento emprendedor de los estudiantes de Ciencias del Deporte

Daniel Ordiñana-Bellver¹; Carlos Pérez-Campos² y María Huertas González-Serrano³

- ^{1.} *Escuela de Doctorado Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir.*
- ^{2.} *Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Valencia.*
- ^{3.} *Campus Capacitas Universidad Católica de Valencia “San Vicente Mártir.*

1. Introducción

Actualmente, las principales potencias nacionales centran sus esfuerzos en construir las bases de un futuro sostenible en el que las carencias tanto a nivel social, económico como medioambiental sean erradicadas (Yi et al., 2023). En la literatura existe un consenso a la hora de situar al emprendimiento como uno de los factores relevantes en este proceso (Ndofirepi, 2023). Según Yi et al. (2023), las actitudes emprendedoras son algo necesario en la sociedad actual la cual requiere de profesionales especializados que colaboren con el desarrollo, la innovación y afronten, a través de sus iniciativas, las necesidades actuales. Desde el sector deportivo, se cuenta con un perfil de profesional idóneo para llevar a cabo proyectos e iniciativas destinadas a transformar la industria y generar impacto social (Ordinana-Bellver et al., 2022).

Sin embargo, González-Serrano et al. (2019) apunta que para lograr este hito, es necesaria una formación en que la que se estimule el interés de los futuros egresados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (CAFD) por generar ideas y ponerlas en práctica. Esta responsabilidad recae sobre las instituciones de enseñanza sea cual sea su naturaleza. Por tanto, el objetivo de este estudio es comparar las puntuaciones medias del alumnado CAFD de una universidad privada y de una pública en aspectos relacionados con el emprendimiento comercial, el emprendimiento sostenible y el intraemprendimiento.

2. Método

MUESTRA

La muestra del presente estudio se compone de un total de 257 alumnos del grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de los cuales el 44.80% estudian en una universidad pública y, el 55.20% restante, lo hacen en una universidad privada. La edad media de la muestra se sitúa en 21.62 años (DT=3.65)

INSTRUMENTO

Para la recolección de los datos se utilizó un cuestionario de corte transversal formado por las siguientes escalas presentadas mediante una escala Likert en la que 1 significaba “Totalmente en desacuerdo” y 5, Totalmente de acuerdo”:

- Intenciones de emprendimiento sostenible ($\alpha=,86$): (Thelken & de Jong, 2020).
- Intenciones de emprender ($\alpha=,90$): (Liñán, 2008).
- Intenciones de intraemprender ($\alpha=,85$): (González-Serrano et al., 2019).

ANÁLISIS DE DATOS

Se realizó una comparativa de medias a través de la prueba t de Student, en la que se analizaron los resultados de ambos subgrupos, estudiantes de universidad pública y estudiantes de universidad privada. Todo ellos del grado en CAFD. Se utilizó en programa estadístico SPSS (v.25) para su realización.

3. Resultados

Se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($p < .05$) en las medias de Intenciones de Emprendimiento Sostenible donde los estudiantes de universidad pública ($M=3.80$; $DT=.72$) presentaron puntuaciones superiores a los estudiantes de la universidad privada ($M=3.60$; $DT=.70$). Por otro lado, los estudiantes de la universidad privada presentaron puntuaciones superiores en Intenciones de Emprendimiento e Intenciones de Intraemprendimiento ($M=3.74$; $DT=1.01$) y ($M=3.61$; $DT=.80$) que los de la universidad pública ($M=3.65$; $DT=1.09$) y ($M=3.53$; $DT=.72$), aunque estas no fueron estadísticamente significativas.

Tabla 1: Comparativa de medias entre estudiantes de universidad pública y privada

VARIABLES	UNIVERSIDAD	M	DT	t	p	d de Cohen
Intenciones de Emprendimiento	Pública	2.65	1.09	-.68	.500	-
	Privada	2.74	1.01			
Intenciones de Emprendimiento Sostenible	Pública	3.80	.72	2.24	.026	0.28
	Privada	3.60	.70			
Intenciones de Intraemprendimiento	Pública	3.53	.72	-.862	.389	-
	Privada	3.61	.80			

4. Conclusiones

A pesar de presentar puntuaciones muy parejas en general, se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las intenciones de emprender sostenibles entre el alumnado CAFD de universidades públicas y privadas. En este caso, es el alumnado de la universidad pública quien presentó una mayor predisposición a emprender aplicando medidas e impregnando los objetivos de la compañía hacia la sostenibilidad. Sería positivo indagar en los planes de estudios y establecer una comparativa entre aquellos aspectos que pueden ser relevantes a la hora de interpretar dichos resultados

Por otro lado, en intenciones por emprender e intraemprender son los alumnos de la universidad privada los que destacan levemente. Es decir, este colectivo parece más dispuesto a generar ideas y ponerlas en práctica con fines lucrativos además de presentar mayor predisposición para generar ideas, tomar riesgos y asumir responsabilidades dentro de grupos de trabajo ya preestablecidos. Sin embargo, estas diferencias no resultaron ser estadísticamente significativas.

5. Referencias

- González-Serrano, M. H., Calabuig Moreno, F., Valantine, I., & Crespo Hervás, J. (2019). How to detect potential sport intrapreneurs? Validation of the intrapreneurial intention scale with sport science students. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(1), 40-61. <https://doi.org/10.1108/JEPP-D-18-00093>
- Liñán, F. (2008). Skill and Value Perceptions: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4, 257-272. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0093-0>
- Ndofirepi, T. M. (2023). Predicting the Sustainability-Oriented Entrepreneurship Intentions of Business School Students: The Role of Individualistic Values. *Social Sciences*, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.3390/socsci12010013>
- Ordinana-Bellver, D., Pérez-Campos, C., González-Serrano, M. H., & Martínez-Rico, G. (2022). Towards the development of future sustainable sports entrepreneurs: An asymmetric approach of the sports sciences sustainable entrepreneurial intentions. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 31, 100403. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100403>
- Thelken, H. N., & de Jong, G. (2020). The impact of values and future orientation on intention formation within sustainable entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 266, 122052. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122052>
- Yi, P., Dong, Q., Li, W., & Wang, L. (2023). Assessment of city sustainability with the consideration of synergy among economy–society–environment criteria. *Environment, Development and Sustainability: A Multidisciplinary Approach to the Theory and Practice of Sustainable Development*, 25(8), 7645-7668.

Explorando el camino hacia el empleo: Un estudio sobre el tiempo de ingreso laboral y características de los Graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte que acceden a puestos de gestión deportiva

Ainara Bernal-García¹, Moisés Grimaldi-Puyana², Pablo Gálvez-Ruiz³ y Andrés Sánchez-García²

- ^{1.} *Departamento de Deporte e Informática, Universidad Pablo de Olavide.*
- ^{2.} *Departamento del Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla.*
- ^{3.} *Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad de Internacional de Valencia.*

1. Introducción

La creciente importancia del deporte en la sociedad contemporánea ha generado un aumento en la demanda de profesionales capacitados. Tal y como se extrae del Anuario de Estadísticas Deportivas 2023, “el empleo vinculado al deporte en el año 2022, último periodo anual disponible, se situó en 235,4 mil personas, un 1.2 % del empleo total en España en el mismo periodo, cifra que representa un incremento respecto a 2021 del 6.2 %, respecto a 2020 del 17.2 % y del 7.1 % si se compara con 2019”. Entre estos profesionales se encuentran los graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (CCAFYDE), quienes desempeñan roles diversos que van desde la docencia y el entrenamiento hasta la gestión deportiva.

Un factor importante en el desarrollo del deporte lo representan los profesionales de la gestión deportiva, donde se ha producido una clara evolución produciéndose una diversificación en las salidas profesionales (Salgado-Barandela et al., 2019).

Este estudio tiene como objetivo abordar estas cuestiones, por un lado, analizar el tiempo de acceso a puestos de gestión y, por otro lado, estudiar las condiciones.

2. Método

La muestra estuvo compuesta por egresados universitarios en CCAFYDE, 694 colegiados (68.3 % hombres, 31. 3% mujeres y el resto prefirieron no indicarlo). La muestra recogida representa el 3.7 % de todos los colegiados afiliados en 2023, que constituyeron un total de 18,441. Se utilizó un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 4 %. Del total de la muestra, se analizarán aquellos que indicaron que la actividad profesional a la que se dedicaban o se dedican está relacionada con la gestión deportiva, que fueron 144.

Este es un estudio transversal, en el que la muestra fue recopilada mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Los datos fueron recolectados entre noviembre de 2023 y enero de 2024 mediante un cuestionario. Para el tratamiento de los datos se utilizó el software estadístico SPSS v.29.

3. Resultados y discusión

Del total de la muestra, el 20.7 % indica que se han dedicado a la gestión deportiva. De estos, el 27.1 % fueron mujeres, el 72.2 % hombres y el 0.7 % prefirieron no indicar su género, porcentaje similares a otros trabajos (Bernal-García et al., 2020; Burgos et al., 2023; González-Naveros, 2020; Grimaldi-Puyana, 2015 & Salgado-Barandela et al., 2019). Con relación a la edad, los mayores por-

centajes los ubicamos entre los 36-40 años y 46-50 años, obteniendo el título de CCAFYD, en su mayoría, entre los años 2000 y 2014.

Respecto a las otras titulaciones obtenidas, se extrae que el 75 % cursaron algún máster o formación de postgrado, el 20 % obtuvieron otros títulos diferentes y solo el 4.9 % no tiene formación complementaria.

De las personas que indicaron que se dedican a la gestión, ya el 57.6 % accedieron, como primera actividad profesional. Al contrario, de las que su primera actividad profesional estuvo relacionada con la gestión, el 9 % no se consolidó en este puesto cuando accedieron a su primer trabajo a tiempo completo e indefinido. El tiempo que pasó desde la obtención del título hasta alcanzar este primer puesto de trabajo es inferior a un año en el 79.9 % de los casos.

Sin embargo, cuando lo que se pide es que indiquen el tiempo que tardaron en encontrar un trabajo estable, entendiendo este como a tiempo completo y con contrato indefinido, solo el 28.5 % tarda menos de un año dato similar al obtenido en el informe anterior de Bernal-García et al. (2020) del 25 %.

Respecto a la forma de acceder a estos puestos de gestión, el 45.8 % aseguró que fue a través de su propia red de contactos, seguido de oposiciones o concursos con el 15.3 %. Afirmaron en el 66.1 % de los casos que la titulación fue un requisito de acceso al puesto y el 41.5 % indica que obtiene como salario entre 1.001-1.500€. No obstante Rabadán et al. (2023), afirman que el salario de un gestor deportivo es superior, ya que no baja de los 1,501€ siendo el 77.8 % un salario superior a 2,001€.

4. Conclusiones

Uno de los hallazgos más relevantes es el tiempo que transcurre desde la obtención del título hasta el acceso a un puesto de trabajo estable relacionado con la gestión deportiva. Aunque la mayoría de los egresados acceden a un primer trabajo relacionado con la gestión deportiva en menos de un año, los salarios percibidos muestran una amplia variabilidad, aunque la mayoría se sitúa en el rango de 1,001 a 1,500 € mensuales y, en muchos casos, pueden ser considerados bajos. Esto resalta la necesidad de seguir trabajando en la mejora de las condiciones laborales en el sector de la gestión deportiva.

Por otro lado, se identifica que una parte significativa de los egresados accede a puestos de gestión deportiva a través de su propia red de contactos (45.8 %), lo que resalta la importancia del networking en este sector. Además, se confirma que la titulación en CCAFYDE suele ser un requisito fundamental para acceder a estos puestos

5. Referencias

- Bernal-García, A., Pérez-Villalba, M., Grimaldi-Puyana, M., & García-Fernández, J. (2020). *Situación del mercado laboral de las personas tituladas universitarias en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (CCAFYDE) 2019*. Consejo COLEF y GISDOR. <https://www.gisdor.es/informes-1>
- Burgos, M.; Torres, B.; Cepero, M. (2023). El Gestor Deportivo de centros fitness privados de Andalucía. *Journal of Sport and Health Research*. 15(2), 357-370. <https://doi.org/10.58727/jshr.91794>
- División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica Ministerio de Cultura y Deporte (2023). *Anuario de Estadísticas Deportivas 2023*. Secretaría General Técnica de la Subdirección General de Atención al ciudadano, Documentación y Publicaciones. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:c623c493-de28-62ed8b8f9b03/aed-2023.pdf>
- González-Naveros, S., Palomares, J., Torres-Campos, B., Padiál-Ruz, R., y Cepero- González, M. (2020). Los profesionales de la organización y gestión deportiva en Andalucía: perfil profesional y características socio-demográficas y formativas. *Journal of Sport and Health Research*, 12(2), 140-151.
- Grimaldi-Puyana, M. (2015). Análisis de las condiciones laborales de los gestores deportivos en puestos intermedios. *Actividad Física y Deporte: Ciencia y Profesión*, 23, 13-18.
- Rabadán Iniesta, J. de C., Díaz Suarez, A., & López Gullón, J. M. (2023). Perfil del gestor deportivo en municipios de más de 100.000 habitantes. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte*, 12, 17. <https://doi.org/10.6018/sportk.542591>
- Salgado-Barandela, J., Barajas, A., Sánchez-Fernández, P., Gambau, V. y Silva, R. (2019). Perfil profesional del gestor deportivo municipal: capacidades y habilidades necesarias. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, 424, 45-56.

Desafíos y oportunidades en la formación de entrenadores personales: Una visión integral desde los estándares académicos hasta la práctica

***Parrilla Montero, Ismael¹, Iván-Baragaño, Iyán¹,
Burillo, Pablo¹, Fernández-Luna, Álvaro¹***

¹. *Universidad Europea de Madrid.*

1. Introducción

El entrenamiento personal incluye pruebas de condición física y establecimiento de objetivos planteados por un entrenador que trabaja de manera individual con un sujeto, con el objetivo de prescribir entrenamientos específicos que cubran sus necesidades y objetivos individuales. La profesión de entrenador personal ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, convirtiéndose en un componente esencial dentro del sector de la salud y el fitness, en parte gracias al incremento de su accesibilidad a través de las nuevas tecnologías en gimnasios, en el hogar y en lugares de trabajo que cuentan con instalaciones de fitness (Thompson, 2023). Este auge ha traído consigo una discusión sobre los requisitos académicos y las competencias necesarias para ejercer de manera efectiva y segura. La calidad de la formación y la profesionalización del sector son de interés tanto para los profesionales en activo como para los organismos reguladores y las instituciones educativas.

Los hallazgos encontrados en la literatura sugieren un movimiento hacia la estandarización de la profesión del entrenador personal. Esta tendencia busca no solo garantizar un nivel mínimo de competencia y conocimiento entre los profesionales, sino también proteger a los consumidores y elevar el estatus de la profesión dentro del ámbito de la salud y el bienestar (Campos-Izquierdo y Martín-Acero, 2016). En este contexto, el presente estudio se propone analizar, desde una perspectiva cualitativa, cuáles son los estándares académicos y las competencias que se consideran fundamentales para el desempeño eficaz de la profesión de entrenador personal en España. Se busca identificar las áreas clave de conocimiento y habilidades requeridas, así como las actitudes y valores que se valoran en este ámbito profesional. Este análisis se enmarca en una discusión más amplia sobre cómo las instituciones educativas pueden adaptarse a las necesidades cambiantes del sector y el papel de la formación continua en la carrera de un entrenador personal.

2. Métodos

Mediante un diseño de investigación cualitativo, se entrevistó a 9 expertos destacados en el campo del entrenamiento personal, la actividad física, la salud y el rendimiento. Los expertos seleccionados contaban con una amplia experiencia en diversos aspectos de la profesión, incluyendo docencia universitaria, investigación, emprendimiento en fitness y práctica directa del entrenamiento personal. La entrevista se sometió previamente a validación de contenido y constructo mediante otro grupo de expertos, llevando a cabo 2 pruebas piloto. Todas las entrevistas se realizaron vía Zoom®.

La entrevista trató sobre diversos temas fundamentales para el ejercicio profesional del entrenamiento personal, incluyendo: educación y formación necesaria, habilidades y competencias clave para la profesión, relevancia de la evaluación y formación continua, y percepciones acerca del estado actual y retos por el grado universitario en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, junto con su regulación en el contexto español. Se utilizó la técnica de entrevista semiestructurada, permitiendo a los expertos expresar sus opiniones/experiencias de manera detallada y con flexibilidad en el orden de contenidos. Posteriormente, se analizó el contenido tras la transcripción completa de las entrevistas, mediante el software de análisis cualitativo AtlasTi v7.0®. Se procedió a codificar/identificar temas recurrentes y categorías emergentes. Se obtuvieron 26 códigos y 150 citas que se clasificaron en los siguientes bloques: Estándares Académicos; Competencias Profesionales; Especialización y Formación Continua; Gestión, Tecnología e Innovación; Ética, Regulación y Concienciación

3. Resultados y discusión

Respecto a los estándares y formación reglada, los expertos indican una necesidad imperante de establecer y adherirse a estándares académicos rigurosos y una formación reglada para el ejercicio del entrenamiento personal. Se destaca la preocupación por el "*Caos de Formaciones No Regladas*", reflejando la confusión y los desafíos que enfrentan tanto profesionales como clientes, por la proliferación de cursos sin base académica sólida, ni reconocimiento oficial. La formación reglada es vista como esencial para garantizar una base de conocimiento uniforme y competencias prácticas entre los entrenadores. Todos los entrevistados coincidieron en la importancia de una sólida formación académica como fundamento para ejercer como entrenador personal. También destacan la necesidad de mantenerse al día con los últimos avances científicos y metodológicos, y enfatizan que las certificaciones profesionales no solo evidencian un compromiso con la mejora continua, sino que también son cruciales para esta actualización de conocimientos y habilidades.

En el ámbito de las habilidades y competencias, los entrevistados destacan la esencial integración de conocimientos técnicos profundos con habilidades prácticas y sociales para el ejercicio efectivo del entrenamiento personal. Las competencias técnicas, especialmente aquellas que abordan el entendimiento del cuerpo humano y la capacidad de diseñar e implementar programas de entrenamiento personalizados, son fundamentales. La adaptabilidad de estos programas a las necesidades únicas de cada cliente, sumada a la habilidad de desarrollar una conexión empática, se resalta como crítica para el éxito profesional.

La valoración inicial del cliente es fundamental en el entrenamiento personal, permitiendo al entrenador entender sus condiciones, objetivos y limitaciones para crear un programa a medida. Junto con el seguimiento constante, este enfoque asegura la adaptación del entrenamiento a las necesidades cambiantes del cliente, clave para obtener resultados efectivos y duraderos.

En el último bloque sobre ética, regulación y concienciación, los entrevistados destacan la imperante necesidad de establecer una regulación profesional y legal sólida que delimite de manera clara las competencias y responsabilidades inherentes al rol del entrenador personal. Subraya la importancia crítica de adherirse a principios de ética profesional y mantener un compromiso de responsabilidad hacia los clientes.

4. Conclusiones

Este estudio aboga por el debate sobre la estandarización y regulación de la profesión del entrenador personal. También a los factores determinantes de la gestión eficiente y la adaptabilidad a las innovaciones tecnológicas y digitales para el éxito en un mercado altamente competitivo. Se destaca que es imprescindible tener conocimientos técnicos y también habilidades en gestión de negocios y marketing, así como una continua actualización a través de certificaciones profesionales reguladas.

5. Referencias

- Campos-Izquierdo, A., & Martín-Acero, R. (2016). Percepción de las competencias profesionales de los graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. *Revista de psicología del deporte*, 25(2), 339-346.
- Thompson, W. R. (2023). Worldwide survey of fitness trends for 2023. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 27(1), 9-18.

Diferencias en la Satisfacción laboral de titulados en Ciencias de Actividad Física y el Deporte que ejercen la profesión como autónomo o asalariados

**Moisés Grimaldi-Puyana¹, Ainara Bernal-García²,
Andrés Sánchez-García³ y Antonio Muñoz-Lerena¹**

^{1.} *Departamento de Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla.*

^{2.} *Departamento de Informática y Deporte, Universidad Pablo de Olavide.*

^{3.} *Estudiante de Máster, Universidad de Sevilla.*

1. Introducción

Para garantizar un servicio de calidad, la clave es contar con el personal cualificado y satisfecho laboralmente (Grimaldi-Puyana, 2015; Grimaldi-Puyana, Fernández- Gavira, y García-Fernández, 2013). Numerosas investigaciones destacan la importancia de la satisfacción en el trabajo, rendimiento y calidad del servicio (Gálvez-Ruiz, Grimaldi-Puyana, Sánchez-Oliver, Fernández-Gavira y García- Fernández, 2017). A pesar de ello, la satisfacción laboral no recibe la atención debida dentro de la industria del deporte (Grimaldi-Puyana, Sánchez-Oliver, Alcaraz- Rodríguez y Pérez-Villalba, 2017). Además, parece que existe una clara diferencia entre trabajadores que desarrollan su actividad como autónomos o como asalariados, estas diferencias son palpables en aspectos organizativos, económicos y sobre todo sociales (Grimaldi Puyana, et al., 2021). Por lo anteriormente expuesto, el objetivo del presente estudio fue conocer la diferencia satisfacción laboral entre los titulados en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte (CCAFYD) que trabajan por cuenta propia y cuenta ajena.

2. Material y método

Nos encontramos ante un estudio de corte transversal, cuya información se obtuvo a través de un cuestionario vía online, elaborado juntamente con el Colegio Oficial de Licenciados de Educación Física (COLEF). La escala para medir la satisfacción fue la escala general de satisfacción de Warr, Cook, y Wall (1979). La herramienta nos muestra tres dimensiones de segundo orden y quince de primer orden sobre aspectos relacionados con la satisfacción del trabajo. Se recogió la información de 837 colegiados, de los cuales se seleccionaron todos aquellos que ejercieran la profesión en el ámbito de la actividad física en activo. Finalmente, la muestra estuvo compuesta por $n=837$ titulados (graduados/licenciados) en CCAFYD que ejercen la profesión por todo el territorio español (68 % hombres y el 30% mujer; 0,4 decide no decir el sexo), de los cuales manifestaron estar entre la franja de edad de 18 a 30 (27,3%); de 31 a 40 años (33,4%); de 41 a 50 años (26,4%) y mayores a 51 años (10,6%).

3. Resultados

A continuación, podemos ver las en la tabla 1 las diferencias de Satisfacción Laboral de la titulación en CCAFYD que desarrollan su actividad como autónomos y asalariados. Al analizar las variables de segundo de satisfacción interna, externa y total en los titulados CCAFYD, se observa valores medios superiores los que trabajan por cuenta propia (**escala los sitúa: indiferente**) respecto a los que ejercen la profesión por cuenta ajena (**escala los sitúa: moderadamente insatisfecho**).

Del mismo modo se observan valores medios superiores en las variables de primer orden, siendo la diferencia de 1 punto en “Libertad para elegir tu propio método de trabajo”; 0,9 Reconocimiento que obtienes por el trabajo bien hecho; 0,7 en “Tus posibilidades de promoción” y “La variedad de tareas que realizas en tu trabajo”; 0,5 en “Tu salario” y “La atención que se presta a las sugerencias que haces” y 0,4 en “Tu superior inmediato, Responsabilidad que se te ha asignado, Relaciones entre dirección y trabajadores en tu empresa y Tu horario de trabajo”.

Tabla 1. Diferencias de Satisfacción Laboral de los titulados en CCAFYD que desarrollan su actividad como autónomos o como asalariados.

	Nº	Dimensiones	Autónomo		Asalariado		Dif
			M	DT	M	DT	
1º Orden	1	Condiciones físicas del trabajo	4,9	1,6	4,3	2,5	0,6
	2	Libertad para elegir tu propio método de trabajo	5,5	1,5	4,5	2,6	1,0
	3	Tus compañeros de trabajo	4,5	1,6	4,4	2,5	0,1
	4	Reconocimiento que obtienes por el trabajo bien hecho	4,6	1,8	3,7	2,4	0,9
	5	Tu superior inmediato	4,4	1,9	4	2,6	0,4
	6	Responsabilidad que se te ha asignado	4,8	1,6	4,4	2,5	0,4
	7	Tu salario	3,8	1,8	3,3	2,3	0,5
	8	La posibilidad de usar tus capacidades	4,9	1,6	4,3	2,3	0,6
	9	Relaciones entre dirección y trabajadores en tu empresa	4,3	1,8	3,9	2,4	0,4
	10	Tus posibilidades de promoción	3,8	2,1	3,1	2,3	0,7
	11	El modo en que tu empresa está gestionada	3,9	1,8	3,3	2,3	0,6
	12	La atención que se presta a las sugerencias que haces	4,2	1,8	3,7	2,4	0,5
	13	Tu horario de trabajo	4,4	1,7	4	2,5	0,4
	14	La variedad de tareas que realizas en tu trabajo	4,8	1,6	4,1	2,6	0,7
	15	Tu estabilidad en el empleo	4,5	2,1	4	2,5	0,5
2º Orden	1	Satisfacción intrínseca	32,4	13,8	27,9	16,1	4,5
	2	Satisfacción extrínseca	34,7	14,8	31,7	17,8	3,0
	3	Satisfacción total	67,1	28,4	59,6	33,5	7,5

Nota. Valores expresados en Medias; desviación típica (DT); correlación estadísticamente significativa bilateral al nivel 0,05 (*)

4. Conclusiones

A partir de los hallazgos obtenidos en el presente estudio nos encontramos un trabajador titulado en Ciencias de Actividad Física y el Deporte que trabajan por cuenta ajena o por cuenta propia con diferente satisfacción laboral. El nivel general de satisfacción de los titulados en CCAFYD que trabajan por cuenta propia muestran un nivel general de satisfacción laboral superior al de aquellos que trabajan por cuenta ajena. Siendo el nivel de los autónomos como "indiferente" en la escala de satisfacción, mientras que los empleados por cuenta ajena se sitúan en "moderadamente insatisfecho". Respecto a variables específicas, hay que destacar la mayoría de las variables son significativamente mayor en autónomos. Por ello, podemos decir que las organizaciones deportivas que emplean a trabajadores por cuenta ajena podrían mejorar la satisfacción laboral al ofrecer más autonomía y reconocimiento a sus empleados, así como al fomentar un ambiente que valore y responda a sus sugerencias. Para los profesionales titulados en CCAFYD, deberían ser conscientes de los potenciales beneficios en términos de satisfacción laboral siendo autónomos.

5. Referencias

- Grimaldi-Puyana, M. (2015). Análisis de las condiciones laborales de los gestores deportivos en puestos intermedios. *Actividad Física y Deporte: ciencia y profesión*, 23(2), 13-18.
- Grimaldi-Puyana, M., Fernández-Gavira, J., y García-Fernández, J. (2013). Situación laboral de los gestores deportivos en servicios públicos externalizados. *Actividad Física y Deportes: Ciencia y Profesión*, 18, 33-40.
- Grimaldi Puyana, M., Gálvez Ruiz, P., Lara Bocanegra, A., y Gómez Ruiz, A. A. (2021). Satisfacción laboral de los gestores/directores en organizaciones deportivas. In XI Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte (2021), pp. 447-450. Universidad A Coruña.
- Gálvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M., Sánchez-Oliver, A.J., Fernández-Gavira, J. y García-Fernández, J. (2017). Cultura organizacional y satisfacción laboral: Propiedades psicométricas de una escala en centros Fitness. *Revista de Psicología del Deporte*, 26(4), 104-109.
- Sánchez-Alcaraz, B. J. y Parra-Meroño, M. C. (2013). Diseño y validación de un cuestionario de satisfacción laboral para técnicos deportivos. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 23(9), 119- 127.
- Warr, P., Cook, J. y Wall, T. (1979). Scales for the measurement of some work attitudes and aspects of psychological wellbeing. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 52(2), 129-148.

Intenciones de emprender y barreras al emprendimiento en estudiantes- deportistas de la Universitat de València

Alberto Vidal Vilaplana¹, Manel Reig Giner¹, Arturo Díaz Suárez² y Mauricio Javier Córdova-Paredes³

- 1. Departamento de Educación Física y Deportiva, Universitat de València.*
- 2. Departamento de Actividad Física y Deporte, Universidad de Murcia.*
- 3. Universidad de las Américas, Ecuador.*

1. Introducción

El estudio del emprendimiento es un tema candente de interés durante las últimas décadas y en vistas de futuro. Como explican Ruiz-Ruano et al. (2019), existe un consenso generalizado sobre la necesidad de inclusión del emprendimiento en la universidad, considerándose un aspecto clave en la innovación, productividad y competitividad de las futuras generaciones en el mercado laboral. Se destaca, en los últimos tiempos, la inclusión de asignaturas relacionadas con el emprendimiento en los planes de estudio, la creación de unidades de apoyo al emprendimiento o las competiciones de ideas emprendedoras (Ruiz-Ruano et al., 2019).

Más allá del estudio de las intenciones de emprender (IE) en estudiantes universitarios (González-Serrano et al., 2021), el presente estudio se focaliza sobre los estudiantes- deportistas que siguen una Carrera Dual y compiten representando a la universidad en diferentes niveles de campeonatos de deporte universitario. En este sentido, se ha demostrado que los deportistas que compiten a alto nivel desarrollan diferentes habilidades (soft skills) a través de la práctica deportiva competitiva con enorme transferencia al mundo laboral y al emprendimiento (Steinbrink et al., 2023). No obstante, estudios recientes exponen que los deportistas de alto nivel, en general, no muestran altos niveles de IE (Vidal-Vilaplana et al., 2023). Por este motivo, el presente trabajo pretende analizar los diferentes obstáculos o barreras que los estudiantes- deportistas perciben para emprender, así como sus IE. Con este fin, además, se pretende analizar la posible influencia de diferentes aspectos personales y del entorno en estas intenciones, de forma que se puedan implementar medidas que favorezcan el desarrollo de iniciativas emprendedoras en deportistas que siguen una Carrera Dual.

2. Método

— *PARTICIPANTES*: 127 estudiantes-deportistas beneficiarios de las ayudas a deportistas de la Universitat de València (UV) a través de los resultados académicos y deportivos del curso 2022/2023. Entre estos, el 52,8% son mujeres, el 46,5% hombres y el 0,8% no binario, con una edad media de 21,28 años (DT=3,12). El 92,1% de los estudiantes-deportistas cursan un grado universitario frente al 7,9% restante de posgrado. Entre los participantes, un 36,2% participaron en campeonatos nacionales universitarios, un 26% en competiciones autonómicas, un 11,8% en europeas y un 1,6% en mundiales, mientras que el 24,4% restante no compitió a nivel universitario.

- *INSTRUMENTO*: ítems de información sociodemográfica y dos escalas (Likert 5 puntos) previamente validadas: escala de intenciones emprendedoras (Liñan & Chen, 2009) y la escala de obstáculos hacia el emprendimiento (Ruiz-Ruano et al., 2019).
- *PROCEDIMIENTO*: los cuestionarios fueron administrados de manera online a través del Servicio de Deportes de la UV mediante la plataforma Limesurvey.
- *ANÁLISIS DE DATOS*: se realizaron análisis descriptivos de medias y frecuencias, de normalidad y comparaciones de medias entre grupos a través del software SPSS (v25).

3. Resultados

Los resultados muestran que, en general, los estudiantes-deportistas de la UV presentan niveles bajos de intenciones de emprender ($M=2,39$; $DT=1,20$). Tras observar una distribución no normal de los datos, se procedió a comparar las medias de las IE entre grupos a través de la prueba no paramétrica de Mann-Whitney. La Tabla 1 presenta los resultados obtenidos en dichas comparaciones.

Tabla 1. Comparaciones de medias de IE entre grupos

	n	M	DT	p valor	Z
Con formación emprendedora uni.	35	2,64	1,31		
Sin formación emprendedora uni.	92	2,30	1,16	,272	-1,09
Con formación emprendedora fuera uni.	11	3,61	1,04		
Sin formación emprendedora fuera uni.	116	2,28	1,16	,001*	-3,21
Con experiencia laboral	73	2,48	1,30		
Sin experiencia laboral	54	2,27	1,07	,710	-0,37
Con emprendedores cercanos	68	2,56	1,14		
Sin emprendedores cercanos	59	2,21	1,26	,218	-1,23
Con padre empresario	20	2,91	1,31		
Sin padre empresario	53	2,27	1,19	,080	-1,75
Con madre empresaria	9	2,54	1,45		
Sin madre empresaria	58	2,41	1,21	,941	-0,07
Con deseo de abrir una empresa	78	2,88	1,23		
Sin deseo de abrir una empresa	49	1,61	0,64	,000*	-5,68
Hombres	59	2,85	1,34		
Mujeres	67	2,02	0,92	,001*	-3,27

El presente estudio también analiza las principales barreras que los estudiantes- deportistas perciben a la hora de emprender con una idea o nuevo negocio. Entre las barreras más importantes, se destacan las dificultades para reunir el capital inicial ($M=4,03$; $DT=1,08$), el riesgo elevado que supone emprender ($M=3,70$; $DT=1,06$), las cargas fiscales excesivas. ($M=3,57$; $DT=1,16$) y la falta de formación teórica ($M=3,43$;

DT=1,09). Les siguen otras barreras como los trámites burocráticos para poner en marcha o la falta de creatividad para encontrar ideas innovadoras y originales, aunque con menor importancia percibida por parte de los estudiantes-deportistas.

4. Conclusiones

A pesar de la existencia de acciones implementadas por la UV para el fomento y desarrollo del emprendimiento, los estudiantes-deportistas de la UV muestran bajos niveles de IE, a pesar de que, tal y como demuestra la literatura, poseen y desarrollan habilidades que los convierten en potenciales emprendedores a través de la práctica deportiva competitiva de alto nivel. El estudio refleja, de forma significativa, que los estudiantes-deportistas hombres poseen mayores IE que las mujeres, así como también aquellos que han recibido formación externa a la universidad sobre emprendimiento sobre los que no, y aquellos que tienen el deseo de crear una empresa. Por lo que respecta a las principales barreras, destacar que la mayoría de las consideradas como más importantes responden a barreras externas que repercuten negativamente en que se materialicen iniciativas emprendedoras, frente a las barreras personales o inhibidoras, que se perciben con menor importancia.

5. Referencias

- González-Serrano, M. H., González-García, R. J., Carvalho, M. J., & Calabuig, F. (2021). Predicting entrepreneurial intentions of sports sciences students: A cross-cultural approach. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 29, 100322.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Ruiz-Ruano García, A. M., Casado-Belmonte, M. D. P. & López-Puga, J. (2019). Análisis bayesiano de barreras al emprendimiento en la universidad. *Revista de educación*, 386, 63-88.
- Steinbrink, K. M., & Ströhle, C. (2023). The entrepreneurial intention of top athletes— does resilience lead the way?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-23.
- Vidal-Vilaplana, A., González-Serrano, M. H. & Crespo-Hervàs, J. (2023). ¿De deportista de élite a emprendedor? La importancia de las habilidades emprendedoras desarrolladas a través del deporte de alto nivel. En F. Calabuig et al. (Ed.), *XIII Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte. Los eventos deportivos: impacto, turismo y tecnología*. Valencia, España: Universitat de València

Formando a los futuros gestores del deporte para afrontar los retos globales del siglo XXI: Innovación educativa SOS4ALL

**Samuel López-Carril¹, Laura Moreno-González¹,
María Marín-Farrona¹ y Jorge García-Unanue¹**

^{1.} Grupo IGOID. Departamento de Actividad Física y Ciencias del Deporte, Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Castilla-La Mancha.

1. Introducción

En 2015, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible fue adoptada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2015). Este documento, incluye 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas, con el propósito de mejorar el bienestar de la sociedad y promover un futuro sostenible. Así, los ODS representan un marco o guía de actuación para que los países y los sectores públicos y privados puedan realizar acciones concretas para alcanzar los objetivos y metas recogidos en la Agenda 2030 (Annesi et al., 2023).

Aunque el deporte no figura como uno de los 17 ODS, la Agenda 2030, en su párrafo 37, reconoce al deporte como un "un importante facilitador del desarrollo sostenible" (ONU, 2015, p. 11), lo que lo convierte en un área con un potencial significativo para contribuir al cumplimiento de los ODS (Bates & Armstrong, 2024). No obstante, para Ličen y Jedlicka (2022), la industria del deporte tiene contradicciones, no contribuyendo, en ocasiones, al cumplimiento de los ODS. Por estos motivos, resulta fundamental diseñar experiencias educativas que permitan al alumnado de gestión del deporte adquirir un entendimiento crítico acerca de los ODS y aprender cómo implementarlos con éxito, tanto en su contexto personal como profesional.

2. Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es compartir el diseño de la innovación educativa titulada: "Sustainable Opportunities through Sport for All" (SOS4ALL), realizada durante el primer semestre del curso académico 2023-2024 con alumnado de la asignatura optativa de 4,5 ECTS titulada: "Actividad física y deporte en entidades locales" (AFyDEL) (Código: 39334), de 4º curso del Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM).

3. Metodología

SOS4ALL es un concurso creado por el embajador de los ODS en la ONU, conocido como "Mr. ODS" (un personaje ficticio representado por un profesor caracterizado), donde el alumnado de gestión del deporte realizó una serie de desafíos individuales y colectivos para implementar los 17 ODS a través de la AFyDEL.

Para participar en el concurso, los estudiantes se organizaron en equipos de 3-4 personas, asumiendo roles de gestión local (p. ej., alcaldía, concejalía de deportes) de un municipio en Castilla-La Mancha. Mr. ODS presentó

seis desafíos colectivos a los equipos participantes de SOS4ALL, con el objetivo de que resolvieran cada desafío en un período de dos semanas. En cada desafío, los equipos abordaron 2-3 ODS distintos, siguiendo las normas establecidas por Mr. ODS. Además, Mr. ODS creó un desafío individual cada semana (uno por cada ODS), brindando a los estudiantes la oportunidad de obtener insignias ODS en función de su desempeño.

SOS4ALL finalizó con una "Gran Gala Final de los ODS", donde siete equipos finalistas defendieron ante un jurado externo su proyecto global para integrar los 17 ODS en su municipio a través de la gestión del deporte. El equipo ganador de SOS3ALL recibió 2 millones de 'EurODS' de la ONU para implementar su proyecto.

Para poder conocer las percepciones del alumnado sobre el impacto de la innovación, se les invitó a completar voluntariamente un cuestionario en línea en la plataforma LimeSurvey creado *ad hoc*. Los ítems del cuestionario se completaron siguiendo una escala Likert de cinco puntos, representando 1: "totalmente en desacuerdo y 5: "totalmente de acuerdo". Cuarenta y cuatro estudiantes completaron el cuestionario, con una media de edad de 22,04 (DT=1,29) años. De estos, 33 eran hombres (75%) y 11 mujeres (25%). Todos los participantes firmaron un consentimiento informado.

4. Resultados y conclusiones

En la Figura 1 se pueden observar las puntuaciones medias de los ítems de algunos de los aspectos más relevantes de SOS4ALL.

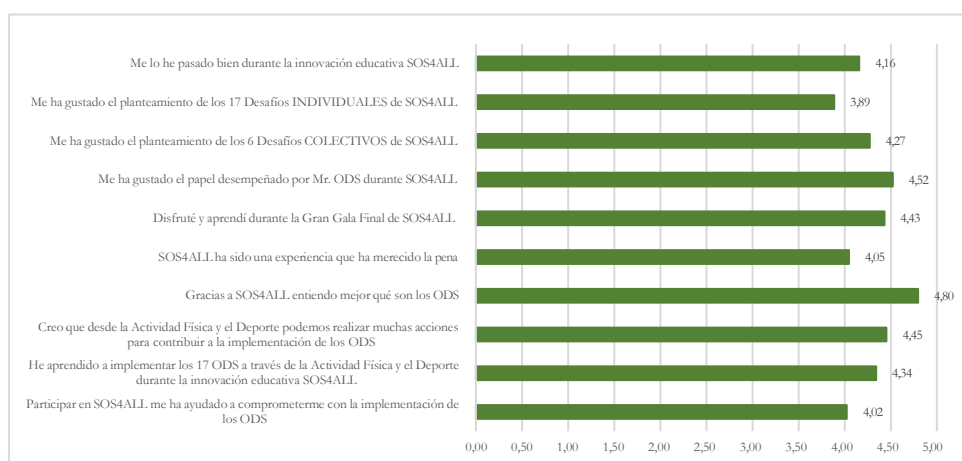


Figura 1. Percepciones de los participantes sobre la innovación educativa SOS4ALL.

Como se puede apreciar, el grado de satisfacción general del alumnado con la innovación educativa fue elevado. El alumnado disfrutó participando en SOS4ALL, entendió mejor qué son los ODS y aprendió a implementarlos a través de la AFyDEL.

Vista la buena acogida de SOS4ALL entre el alumnado, recomendamos al profesorado de gestión del deporte que realice propuestas similares. De esta forma, se estará contribuyendo a que el alumnado esté mejor preparado para afrontar los grandes desafíos del siglo XXI. Además, también incidimos en el valor que puede tener proponer situaciones de enseñanza-aprendizaje donde el alumnado, a través de metodologías de enseñanza activas como el "aprender haciendo", el aprendizaje basado en retos, la ludificación y el *role-playing*, esté en el centro de enseñanza-aprendizaje y se divierta durante el proceso formativo.

5. Agradecimientos

Este trabajo cuenta con el apoyo del Vicerrectorado de Estudios Calidad y Acreditación de la UCLM, a través de la XIII Convocatoria de proyectos de innovación y mejora docente UCLM 2023-2024.

6. Referencias

- Annesi, N., Battaglia, M., Frey, M. (2023). Sustainability in sport-related studies: A non-systematic review to increase the sports contribution to the 2030 Agenda. *Physical Culture and Sport, Studies and Research*, 98(1), 81-98. <https://doi.org/10.2478/pcssr-2023-0007>
- Bates, K., & Armstrong, M. (2024). How sport contributes to the Sustainable Development Goals. In E. Sherry, N. Schulenkorf, P. Phillips, & K. Rowe (Eds.), *Managing sport development: An international approach* (pp. 107-123). Routledge.
- Ličen, S., & Jedlicka, S. R. (2022). Sustainable development principles in US sport management graduate programs. *Sport, Education and Society*, 27(1), 99-112. <https://doi.org/10.1080/13573322.2020.1816541>
- Organización de Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. <https://sdgs.un.org/es/2030agenda>
- Yuan, X., Yu, L., & Wu, H. (2021). Awareness of sustainable development goals among students from a Chinese senior high school. *Education Sciences*, 11(9), Article 458. <https://doi.org/10.3390/educsci11090458>



Sección 9

Deporte y género

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

El papel del género en el uso de aplicaciones de deporte en la recomendación de clientes de centros deportivos

Sanchis-Giménez, L.¹, García-Pascual, F.², Lluch-Diago, M.³ y García-Fernández, J.⁴

- ^{1.} *Estudiante del Grado de Psicología. Facultad de Psicología y Logopedia, Universitat de València.*
- ^{2.} *Departamento de Educación Física y Deportiva. Facultad Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, Universitat de València.*
- ^{3.} *Estudiante del Máster Universitario en Inteligencia de Negocio. Universidad Internacional de la Rioja.*
- ^{4.} *Departamento de Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla.*

1. Introducción

Analizar qué factores influyen en el comportamiento del consumidor con respecto a una aplicación móvil es esencial para que las empresas sean capaces de diseñar estrategias efectivas para retener a sus usuarios. Para ello, Stoyanov et al. (2015) propusieron la Mobile App Rating Scale (MARS), una herramienta que evaluaba la calidad de las aplicaciones móviles en el campo de la salud. Se ha visto que la calidad se relaciona con un buen diseño, una alta funcionalidad y la capacidad de satisfacer las necesidades de los usuarios. De esta manera, una aplicación fácil de utilizar, intuitiva y que proporcione información fiable se puede considerar de alta calidad (Perez-Aranda et al., 2023). Uno de los aspectos más estudiados es el poder que tienen estas aplicaciones sobre el comportamiento del consumidor (Ahn y Park, 2023). Las características de estas aplicaciones motivan a sus usuarios a mantenerse activos y llevar un seguimiento de sus progresos. Sin embargo, no solo los usuarios se benefician de ellas. Los centros deportivos también pueden aprovecharse, ya que a través de estas aplicaciones pueden conocer mejor a sus clientes y así ofrecer un servicio personalizado, ajustado a sus objetivos (Elsotouhy et al., 2022). No obstante, los estudios disponibles en el sector deportivo son escasos. Así mismo, se ha visto que variables sociodemográficas como el género influyen significativamente en la recomendación del servicio (García-Pascual et al., 2023), algo apenas trabajado en la literatura especializada. Por tanto, el siguiente trabajo busca analizar la influencia de los aspectos evaluados de una aplicación móvil sobre la recomendación del servicio y estudiar si el género tiene un efecto moderador sobre dichas relaciones.

2. Método

La muestra estaba compuesta por 308 participantes de un centro deportivo privado de Sevilla, siendo el 75% hombres (n=156) y el 25% mujeres (n=52). El instrumento utilizado para la evaluación de la aplicación fue la adaptación española para usuarios de la Mobile Application Rating Scale de Martín-Payo et al. (2021), compuesta por 16 ítems divididos en 4 dimensiones: engagement, estética, funcionalidad e información. La recomendación se evaluó a través de un ítem.

3. Resultados y discusión

EVALUACIÓN DEL MODELO DE MEDIDA

Todos los constructos se midieron asumiendo modelos reflectivos. Para establecer los modelos de medida, se analizaron dos tipos de validez. Primero, se analizó la validez convergente. Para ello, se calculó la fiabilidad compuesta en todos los constructos. Todos los valores de la fiabilidad compuesta se encontraban por encima de .70. También se calculó la varianza media extraída (AVE), obteniendo todos los valores por encima de .50 (Henseler, 2017). Por tanto, todos los modelos de medida no presentaban problemas de validez convergente. Segundo, se analizó la validez discriminante con la ratio heterorasgo-monorasgo (HTMT), que deben ser todos igual o menores que .90. Todos los valores se encontraron por debajo del punto de corte, por lo que tampoco hubo problemas de validez discriminante (Franke y Sarstedt, 2019).

EVALUACIÓN DEL MODELO ESTRUCTURAL

A continuación se analizó el modelo estructural planteado con toda la muestra, para lo cual se observaron los niveles de significación de los coeficientes path y los coeficientes de determinación R^2 , ambos generados con la técnica de bootstrapping con 5.000 muestras. Se obtuvo que la dimensión relacionada con el engagement influía positivamente sobre la recomendación ($\beta = .21$, $t = 2.74$, $p < .001$), que la dimensión relacionada con aspectos estéticos de la aplicación influía positivamente sobre la recomendación ($\beta = .26$, $t = 2.53$, $p < .05$) y que la dimensión relacionada con la información contenida influía positivamente sobre la recomendación ($\beta = .30$, $t = 4.11$, $p < .001$). En cuanto a los valores R^2 , se obtuvo que el 60% de la varianza de los datos de recomendación venía explicada por las dimensiones relacionadas con el engagement, la estética y la información ($R^2 = .60$). La dimensión relacionada con la funcionalidad de la aplicación fue la única dimensión que no influía significativamente en la recomendación.

EFEECTO MODERADOR

Para estudiar el efecto moderador del género, se observaron las diferencias en las relaciones en función del género y se comprobó si eran estadísticamente significativas. Los resultados fueron que el género no moderaba significativamente las relaciones.

Por tanto, las hipótesis postuladas se confirmaron parcialmente. Se obtuvo las relaciones entre las variables tal y como se esperaban en la predicción de la recomendación, a excepción de la dimensión relacionada con la funcionalidad de la aplicación.

Por otro lado, al contrario de lo hipotetizado, el género parece no tener ningún efecto sobre estas relaciones. Por tanto, se puede concluir que el modelo estudiado funciona de igual manera en hombres y mujeres. Estos resultados revisten un especial interés para los gestores deportivos, puesto que suponen la no necesidad de realizar intervenciones específicas en función del género.

4. Referencias

- Ahn, H. & Park, E. (2023). Motivations for user satisfaction of mobile fitness applications: an analysis of user experience based on online review comments. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1.
- Elsotouhy, M. M., Ghonim, M. A., Alasker, T. H. & Khashan, M. A. (2022). Investigating health and fitness app user's stickiness, WOM, and continuance intention using S-O- R model: the moderating role of health consciousness. *International Journal of Human- Computer Interaction*, 0(0), 1-16.
- Franke, G. & Sarstedt, M. (2019). Heuristics versus statistics in discriminant validity testing: a comparison of four procedures. *Internet Research*, 9(3), 430-447,
- García-Pascual, F., Valcarce-Torrente, M., Calabuig, F. & García-Fernández, J. (2023). The use of a fitness app for customer recommendation: linear models and qualitative comparative analysis. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1, doi: <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02330-5>.
- Henseler, J. (2017). Bridging design and behavioral research with variance-based structural equation modeling. *Journal of Advertising*, 46(1), 178-192.
- Martín-Payo, R., Carrasco-Santos, S., Cuesta, M., Stoyan, S., González-Mendez, X. & Fernández-Alvárez, M. (2021). Spanish adaptation and validation of the user version of the Mobile Application Rating Scale (Umars). *Journal of the American Medical Informatics Association*, 28(12), 2681-2686.
- Perez-Aranda, J., González Robles, E. M. & Alarcón Urbistondo, P. (2023). Understanding antecedents of continuance and revisit intentions: the case of sports apps. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72, 103288.
- Stoyanov, S. R., Hides, L., Kavanagh, D. J., Zelenko, O., Tjondronegoro, D. and Mani, M. (2015). Mobile App Rating Scale: a new tool for assessing the quality of health mobile apps. *JMIR mHealth and uHealth*, 3(1), e3422.

Asociación entre el recuerdo espontáneo de marcas comerciales y el sexo en jugadores de esports

Iván-Baragaño, I.¹, Leguina, M.¹, Macías, R.¹. & Del Arco, J.¹.

¹. *Faculty of Sport Sciences Universidad Europea de Madrid*

1. Introducción

Los datos crecientes de la participación del género femenino en los videojuegos concluyen, en su anuario de 2022 (AEVI, 2022), que el total de jugadores de videojuegos ascendió a 18,2 millones, de los que el 47% eran mujeres. De igual forma, según la consultora Newzoo (2022) , en España hay 2,9 millones de entusiastas de los esports, y cuenta con un relevante porcentaje de audiencia de esports femenina que llega al 37%.

En el ámbito de la investigación, no existe evidencia de la influencia de la publicidad en función del sexo de los participantes de esports. En cambio, una revisión sistemática reciente (García Naveira et al., 2022) observó que existían diferencias entre hombres y mujeres en aspectos relacionados con la participación, los estereotipos asociados a su práctica y la discriminación de las mujeres.

Debido a esta falta de investigación, y teniendo en cuenta que los patrocinadores de esports deben conocer los intereses de los jugadores de esports para dirigir y maximizar su inversión, el objetivo de este trabajo fue analizar la existencia de diferencias en el recuerdo espontáneo de marcas patrocinadoras en jugadores jóvenes de esports en España.

2. Método

PARTICIPANTES

Un total de 1251 personas (800 men; $21,54 \pm 3,9$ años - 451 women; $20,66 \pm 3,17$ años) participaron en este estudio. Solamente realizaron el cuestionario aquellos participantes que fueran jugadores frecuentes de algún sport. Para cumplir con los criterios de validez externa del estudio, los investigadores se desplazaron a diferentes centros educativos públicos y privados de España. Las ciudades en las que se llevaron a cabo los cuestionarios fueron Madrid (n=816, 65,2%), Valencia (n=209, 16,7%), San Sebastián (n=94; 7,5%), Málaga (n=82; 6,6%) y Toledo (n=50; 4,0%).

PROCEDIMIENTO

Todos los cuestionarios se cubrieron mediante el uso del software QuickTapSurvey® [<https://www.quicktapsurvey.com>]. El recuerdo espontáneo de marcas comerciales asociadas a los esports en España fue evaluado mediante la siguiente pregunta: *¿Qué tres marcas comerciales que patrocinen esports en España te vienen a la cabeza?*

ANÁLISIS DE DATOS

Se realizó un análisis comparativo mediante el recuento de las variables absolutas y relativas sobre la variable Sexo y el recuerdo asociado a cada una de las marcas. Las diferencias fueron evaluadas mediante el estadístico Chi-Cuadrado de Pearson ($p < .05$). El tamaño del efecto fue evaluado a partir de la Odds Ratio considerado como trivial (1.0-1.5), small (1.5 – 3.5), moderate (3.5 – 9.0) and large (>9.0).

3. Resultados

El resultado del análisis según la variable de género entre los encuestados se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 1. Recuerdo espontáneo asociado a las marcas analizadas

		SEX		p-value	Odds Ratio Male
		MALE (n= 800, 63.9%)	FEMALE (n=451, 36.1%)		
RE_Dominos_pizza	NO	394 49,25%	333 73,83%	<.001	2,91
	SI	406 50,75%	118 26,16%		
RE_Mahou_SanMiguel	NO	611 76,37%	374 82,92%	<.005	1,50
	SI	189 23,62%	77 17,01%		
RE_Samsung	NO	441 55,125%	221 49,00%	<.005	0,78
	SI	359 44,875	230 50,99%		
RE_Orange	NO	417 52,125%	282 62,52%	<.001	1,53
	SI	383 47,875%	169 37,47%		
RE_Huawei	NO	620 77,5%	317 70,28%	<.005	0,69
	SI	180 22,5%	134 29,71%		
RE_Movistar	NO	217 27,125%	167 37,02%	<.001	1,58
	SI	583 72,875%	284 62,97%		
RE_Omen	NO	602 75,25%	418 92,68%	<.001	4,17
	SI	198 24,75%	33 7,317%		
RE_Drift	NO	744 93%	436 96,67%	<.05	2,19
	SI	56 7%	15 3,32%		
RE_GFuel	NO	559 69,875%	417 92,46%	<.001	5,29
	SI	241 30,125%	34 7,538%		
RE_Logitech	NO	421 52,625%	350 77,60%	<.001	3,12
	SI	379 47,375%	101 22,39%		
RE_Zalando	NO	764 95,5%	408 90,46%	<.001	0,45
	SI	36 4,5%	43 9,53%		
RE_X_Controllers	NO	604 75,5%	405 89,8%	<.001	2,86
	SI	196 24,5%	46 10,19%		
RE_Lenovo	NO	565 70,625%	368 81,59%	<.001	1,84
	SI	235 29,375%	83 18,4%		
RE_MSI	NO	655 81,875%	412 91,35%	<.001	2,34
	SI	145 18,125%	39 8,64%		

4. Discusión

Los resultados obtenidos mostraron diferencias estadísticamente significativas en el recuerdo espontáneo de marcas comerciales asociadas a los esports entre hombres y mujeres. Las marcas endémicas Samsung y Huawei fueron más recordadas en el caso de las mujeres (OR = 0,78 y 0,69 respectivamente), de la misma forma que Zalando (OR = 0,45). El resto de marcas fue recordada en mayor medida por los hombres, siendo GFuel, Omen, Logitech y X Controllers las marcas que presentaron una probabilidad mayor de ser recordadas por los hombres en comparación a las mujeres. Si bien este es el primer trabajo en el que el recuerdo espontáneo es evaluado en función del sexo de los participantes en esports, se considera que las marcas comerciales podrían aplicar los resultados obtenidos en aras de mejorar, modificar y/o mantener sus estrategias comerciales en función del público objetivo.

5. Conclusiones

Se observaron diferencias en el recuerdo espontáneo de marcas comerciales entre hombres y mujeres en 14 marcas, presentando los hombres una mayor probabilidad de recuerdo en 11 de ellas. Esto nos puede indicar una mayor retención en el caso del sexo masculino. Por último, el recuerdo espontáneo fue entre 1,3 y 2,2 veces más probable en el caso de las mujeres únicamente para las marcas Zalando, tradicionalmente orientada al público femenino, así como Huawei y Samsung que, si bien puede ser consideradas como marcas endémicas, también se encuentran en otros sectores estratégicos.

6. Referencias

- Asociación Española de Videojuego. (2022). Anuario 2021. http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2022/04/AEVI_Anuario_2021_Final.pdf.
- De Matias D., Mellit C. (2022). Informe Gaming, eSports y Streaming desde una perspectiva de género. *EAE Business School*.
- García-Naveira, A., Agustín Sierra, N., & Santos-Montiel, O. (2022). Mujeres, videojuegos y esports: una revisión sistemática. *Informació Psicològica*, 29–46.
- Newzoo (2022). *Global Esports & Live Streaming Market Report 2022*. <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-esports-live-streaming-market-report-2022-free-version>

Desafiando el techo de cristal: ¿existe una brecha de competencias intraemprendedoras y de sostenibilidad entre gestoras y gestores deportivos?

Ana María Gómez Tafalla¹, María Huertas González Serrano¹, Nuria Molina García² y Mario Alguacil Jiménez²

1. Departamento de Educación Física y Deportiva, Universitat de València.

2. Departamento de Didáctica general y Didácticas Específicas, Universitat de Alicante.

1. Introducción

La gestión deportiva ha estado tradicionalmente dominada por los hombres, con una presencia femenina limitada. A pesar de que las mujeres han aumentado su presencia en los órganos de gestión deportiva, gracias a las medidas adoptadas tanto a través de normativas, como por las entidades/administraciones deportivas para promover la igualdad de oportunidades en el deporte, su representación en las posiciones de liderazgo e influencia en la toma de decisiones es insuficiente (Durán & López, 2018). De hecho, una de las barreras para acceder a puestos directivos es el llamado "techo de cristal", esta es una metáfora para describir la barrera invisible que deben superar las mujeres por su simple condición sexual, a acceder a puestos de trabajo con poder (Sarrió et al., 2002). Por lo tanto, el objetivo principal de este estudio es analizar las características y habilidades intraempresariales de los gestores y gestoras deportivas, desde la perspectiva de género.

2. Método

- *MUESTRA*: Está compuesta por 114 personas dedicadas a la gestión deportiva, de los cuales el 59,60% eran hombres mientras que un 40,40% eran mujeres, siendo la edad media de estos de 44,22 años (DT=11,45). El 66,10 % trabajaba en un organismo público, mientras que un 33,90% trabajaba en una empresa privada.
- *INSTRUMENTO*: Se utilizó un cuestionario compuesto por la escala de compromiso con la resiliencia y de innovación y creatividad de Lee, Vargo y Seville (2013), la escala de habilidades digitales de (van Laar et al., 2019), la escala de comportamiento sostenible en las organizaciones (Cantele y Zardini, 2020), la escala de empatía de (Santos et al., 2021), y la escala de comportamiento intraempresarial de los empleados de Gawke et al. (2019).
- *PROCEDIMIENTO*: La muestra fue recopilada a través de cuestionarios en papel y online en el 8º Congreso de Gestores del deporte y el 4º Congreso Estatal de gestión del deporte, realizado en el auditorio de Torrevieja (Alicante) durante los días 20 y 21 de octubre de 2022.
- *ANÁLISIS DE DATOS*: Se realizaron análisis de comparaciones de medias (prueba t de Student), correlaciones y análisis de regresión lineal múltiple.

3. Resultados

Los gestores/as deportivos indicaron que un 44,88% de las personas que trabajan en sus empresas o entidades deportivas son mujeres, pero solo el 28,79% ocupa puestos directivos. Por lo que respecta a las habilidades relacionadas con el intraemprendimiento, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre las gestoras y los gestores deportivos.

Tabla 1. Comparación de habilidades intraempresarias y de sostenibilidad de los gestores y gestoras deportivos

	Mujeres M (DT)	Hombres M (DT)	t	p
SOST	3,51 (.48)	3,49 (.59)	-,20	,844
INN	3,91 (.77)	3,94 (.64)	,26	,791
EMP	4,02 (.71)	4,11 (.67)	-,70	,480
DIG	3,95 (.62)	4,12 (.87)	1,30	,197
INT	3,84 (.60)	3,81 (.57)	-,30	,761
RES	4,07 (.71)	3,94 (.56)	-1,06	,293

Nota: RES-Compromiso con la resiliencia; INN- Innovación y creatividad; SOS-Sostenibilidad ; DIG-Facilidad percibida uso internet y aplicaciones; EMP-Empatía ; INT- Comportamiento intraempresario.

Todas las variables a excepción de las habilidades digitales se correlacionaron de manera estadísticamente significativa y positiva con el comportamiento intraempresario. La variable que presentó una mayor correlación fue la innovación ($r=.46$; $p<.001$), seguida de la sostenibilidad ($r=.39$; $p<.001$) y la resiliencia. ($r=.37$; $p<.001$).

Tabla 2. Modelo predictivo del comportamiento intraempresario de los gestores/as deportivos

Model	Coef. no estandarizados		Coef. estandarizados Beta	t	Sig.	Colinealidad	
	B	Error estándar				Tolerancia	FIV
(Constant)	,933	,415		2,246	,027		
SOST	,243	,094	,228	2,592	,011	,805	1,243
INN	,300	,069	,357	4,318	,000	,909	1,100
EMP	,034	,076	,040	,451	,653	,787	1,271
RES	,179	,083	,191	2,155	,033	,787	1,270
GÉNERO	,016	,095	,013	,164	,870	,986	1,014

Nota: $F(5)=10,82$, $p<.001$; $R=.58$; $R^2=.34$; $R^2ajustado=.31$; $DW=2,02$; SOST-Sostenibilidad INN- innovación y creatividad; SOS-Sostenibilidad ; EMP-Empatía ; RES-Compromiso con la resiliencia.

Por último, se realizó un modelo para explicar el comportamiento intraempresario de los gestores/as deportivos. El modelo fue capaz de predecir de manera estadísticamente significativa el 34% de la varianza del comportamiento intraempresario de estos. Solo la sostenibilidad ($*\beta=.23$), la innovación ($*\beta=.35$) y la resiliencia ($*\beta=.19$) fueron variables predictoras de manera positiva y estadísticamente significativas del de este comportamiento. Sin embargo, el género no resultó ejercer ninguna influencia.

4. Conclusiones

Todavía en la actualidad hay una baja representación femenina en la industria de la gestión deportiva, existiendo especialmente una gran brecha de género en los puestos de dirección deportiva. Sin embargo, parece ser que esa brecha no es debido a las habilidades que las mismas presentan. En ambos casos, se ha identificado que la innovación, la sostenibilidad y la resiliencia de los gestores y gestoras deportivos son factores clave que pueden ayudarles a generar cambios innovadores dentro del entorno de las entidades deportivas y ganar ventaja competitiva. Por consiguiente, todavía se necesita más investigación para ahondar en las posibles barreras que impiden a las mujeres ocupar puestos de dirección deportiva.

5. Referencias

- Cantele, S., & Zardini, A. (2020). What drives small and medium enterprises towards sustainability? Role of interactions between pressures, barriers, and benefits. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 126-136.
- Durán, R.; López, R. (2018). Liderazgo deportivo de la mujer. Una visión crítica. *Revista Actividad Física y Ciencias Edición Especial "Mujer y Deporte"*, 23-40.
- Gawke, J. C., Gorgievski, M. J., & Bakker, A. B. (2019). Measuring intrapreneurship at the individual level: Development and validation of the Employee Intrapreneurship Scale (EIS). *European Management Journal*, 37(6), 806-817.
- Lee, A. V., Vargo, J., Seville, E. (2013). Developing a tool to measure and compare organizations' resilience. *Natural Hazards Review*, 14(1), 29-41.
- Santos, S. C., Nikou, S., Brännback, M., & Liguori, E. W. (2021). Are social and traditional entrepreneurial intentions really that different?. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(7), 1891-1911.
- Sarrió, M.; Barberá, E.; Ramos, A.; Candela, C. (2002). El techo de cristal en la promoción profesional de las mujeres. *Revista de Psicología Social*, 17, 167-182.
- Van Laar, E., van Deursen, A. J., van Dijk, J. A., & De Haan, J. (2019). Determinants of 21st-century digital skills: A large-scale survey among working professionals. *Computers in Human Behavior*, 100, 93-104.

Estudio piloto de igualdad efectiva en mujeres deportistas de Lucha Olímpica

María Carboneros¹, Ana Blanco Ayala², Luis Martín Martínez²

- ^{1.} *Departamento de Actividad Física y Deporte, Universidad de Murcia.*
- ^{2.} *Departamento de Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla.*

1. Introducción

Actualmente, las mujeres se enfrentan a numerosas barreras de género que imposibilitan la existencia de una igualdad de género, efectiva y plena, en el sector deportivo. Algunas barreras identificadas son, por ejemplo, la falta de reconocimiento y valoración social, con la existencia de roles de género y micro-invalidaciones (Norman y Simpson, 2022); la escasez de instalaciones o materiales adecuados (Doğusan y Kıçak (2021); las pocas ayudas deportivas existentes en conciliación y maternidad (Culvin y Bowes, 2021); y la existencia de segregación vertical y horizontal que influye directamente en el escaso número de mujeres en puestos de liderazgo (Donoso et al., 2023). Acceder a estos puestos de liderazgo, tener el poder de decidir y superar estas situaciones adversas, aumenta la percepción de empoderamiento de las mujeres, convirtiéndose en referentes para conseguir disminuir la brecha existente (Norman y Simpson, 2022).

Por último, desarrollar herramientas científicas que evalúen el nivel de igualdad efectiva existente en la sociedad, es esencial para conseguir una sociedad sostenible en igualdad de género, que respete el principio de igualdad de oportunidades y no discriminación (Carboneros et al., 2023).

2. Método

- *PARTICIPANTES*: La muestra se compuso de un total 53 mujeres deportistas en Lucha, con una edad media de $23,31 \pm 8,27$ años. La mayoría competían a nivel amateur (39,6%), un 37,7% de mujeres lo hacían a nivel semiprofesional y por último, un 18,6% de deportistas competían a nivel profesional.
- *INSTRUMENTOS*: La presente investigación es un estudio piloto del diseño y validación de la encuesta “Condicionantes de Igualdad Efectiva en el Deporte”. La encuesta está compuesta de cinco dimensiones y 35 ítems. La respuesta es una escala de Likert con siete opciones que son 1-Completamente en desacuerdo y 7-Completamente de acuerdo.
- *PROCEDIMIENTO*: Los investigadores distribuyeron vía telemática, el cuestionario, que fue cumplimentado de manera voluntaria y anónima. La encuesta cuenta con la aprobación del Comité de Ética de la Universidad de Murcia. El análisis de datos se llevó a cabo utilizando el programa estadístico SPSS v28.0 de la Universidad de Murcia.

3. Resultados

En la Tabla 1 se describe la comparativa de las según procedencia y nivel de estudios. En primer lugar, se puede apreciar que las deportistas no europeas mostraron valores superiores en todas las dimensiones, siendo la dimensión de Empoderamiento la más puntuada (5.58 ± 0.7); esta dimensión también fue la mejor valorada en las deportistas europeas (5.38). La dimensión Conciliación Trabajo- Familia, fue la que consiguió una menor puntuación para ambos grupos de población, con valores inferiores a cinco puntos (Europa $n=4.47 \pm 0.7$; Resto del Mundo $n=4.89 \pm 0.6$). La dimensión de Barreras Materiales también recibió una media inferior a cinco puntos en las deportistas europeas (4.86 ± 0.7). Finalmente, se encuentran diferencias significativas en las dimensiones de barreras materiales ($p=0.39^*$) y Conciliación Trabajo-Familia ($p=0.47^*$).

Tabla 1. Estadísticos comparativos entre dimensiones según procedencia y nivel de estudios.

Procedencia					
Variables	Europa (n=19)		Resto del Mundo (n=34)		Sig.
	M	SD	M	SD	
Reconocimiento Social	5.07	0.4	5.18	0.6	.423
Barreras Materiales	4.86	0.7	5.27	1.0	.039*
Accesibilidad y Crecimiento	5.06	0.9	5.22	0.6	.365
Conciliación Trabajo - Familia	4.47	0.7	4.89	0.6	.047*
Empoderamiento	5.38	0.8	5.58	0.7	.184
Formación					
Variables	Europa (n=29)		Resto del Mundo (n=24)		Sig
	M	SD	M	SD	
Reconocimiento Social	5.23	0.5	5.03	0.6	.195
Barreras Materiales	5.08	1.0	5.18	0.8	.635
Accesibilidad y Crecimiento	5.04	0.7	5.30	0.7	.114
Conciliación Trabajo - Familia	4.66	0.7	4.85	0.7	.323
Empoderamiento	5.52	0.8	5.50	0.8	.957

Nota: * $p < 0,05$

Por otro lado, teniendo en cuenta el nivel de formación académica, ambos grupos estudiados mostraron valores próximos, cercanos a una media de cinco puntos. La dimensión mejor valorada por la muestra fue Empoderamiento (no universitarias 5.52 ± 0.8 ; universitarias 5.50 ± 0.8); contrariamente, la peor puntuada fue Conciliación Trabajo-Familia (Estudios no universitarios 4.66 ± 0.7 ; estudios universitarios 4.85 ± 0.7). Por último, no se encontraron diferencias significativas entre dimensiones para $p < 0,05$.

4. Conclusiones

Las deportistas encuentran mayores dificultades en conciliar su vida deportiva con su vida laboral y familiar, debido a que la mayoría de la muestra no es profesional, deben buscar trabajos con horarios flexibles para poder sustentar económicamente su vida deportiva. De igual manera, es muy importante la creación de políticas de conciliación familiar por parte de las entidades deportivas, para conseguir una igualdad efectiva y el máximo rendimiento de las deportistas. No obstante, las deportistas muestran altos niveles de empoderamiento, mostrándose referentes para todas aquellas mujeres que presentan más dificultades en enfrentar situaciones adversas; y agentes de cambio, capaces de combatir contra las barreras existentes y conseguir una sociedad efectiva en igualdad efectiva, con igualdad de oportunidades y no discriminatoria.

5. Referencias

- Carboneros, M., López-Gullón, JM., Vegara-Ferri, JM. y Angosto, S. (2023). Manual práctico para la consecución de la igualdad de género en el deporte. *Wanaceulen*.
- Culvin, A. y Bowes, A. (2021). The Incompatibility of Motherhood and Professional Women's Football in England. *FRONTIERS IN SPORTS AND ACTIVE LIVING*, 3, 1-13. Doi: 10.3389/fspor.2021.730151
- Doğusan, S. y Kışak, F. (2021). Standing on the ice: experiences of women national ice hockey players in Turkey. *Physical Culture and Sport*, 89(1), 45-54.
- Donoso, B., Reina, A., & Álvarez-Sotomayor, A. (2023). Desigualdad de género en el deporte de competición: voces y reflexiones. *Retos*, 47, 557 - 564.
- Norman, L. y Simpson, R. (2022). Gendered microaggressions towards the “only” women coaches in high-performance sport. *Sports Coaching Review*, 1 - 21. Doi:10.1080/21640629.2021.202103

Percepción de accesibilidad y crecimiento de mujeres deportistas según sus años de experiencia deportiva

María Carboneros¹, Ana Blanco Ayala² y José María López Gullón¹

^{1.} *Departamento de Actividad Física y Deporte,
Universidad de Murcia.*

^{2.} *Departamento de Educación Física y Deporte,
Universidad de Sevilla.*

1. Introducción

Conseguir una igualdad efectiva entre géneros es un objetivo primordial para conseguir una sociedad sostenible en igualdad de oportunidades, sin discriminación ni prejuicios sociales (Carboneros et al., 2023). No obstante, continúan existiendo en la actualidad numerosas barreras a las que se enfrentan las mujeres en el sector deportivo (Mérida et al., 2022).

En relación con la accesibilidad y crecimiento deportivo, se puede observar que las mujeres suelen comenzar su vida deportiva a edades más tardías que los hombres, debido principalmente a la construcción de estereotipos sociales (Fowlie et al., 2020). Esta escasez de oportunidades también se manifiesta en la infrarrepresentación de mujeres en puestos de liderazgo (Donoso et al., 2023).

Finalmente, la existencia de modelos referentes femeninos es esencial, reforzando la motivación y la confianza para iniciar un deporte y también, alcanzar altos puestos de liderazgo (Borrueco et al., 2022).

2. Método

- *PARTICIPANTES*: La muestra se compuso de un total 97 mujeres que practican Lucha, con una edad media de $31,21 \pm 13,02$ años. La mitad de las mujeres competían a nivel federado, un 30,9% a nivel semiprofesional y un 18,6% a nivel profesional.:
- *INSTRUMENTOS*: El presente estudio es el pilotaje de la validación de la encuesta “Condicionantes de Igualdad Efectiva en el Deporte”. La encuesta está compuesta de cinco dimensiones y 35 ítems: i) Reconocimiento Social; ii) Barreras Materiales; iii) Accesibilidad y Crecimiento; iv) Conciliación Trabajo-Familia; v) Empoderamiento. La respuesta es una escala de Likert con siete opciones que son 1- Completamente en desacuerdo y 7- Completamente de acuerdo.
- *PROCEDIMIENTO*: Una vez diseñado el cuestionario, se procedió a realizar el estudio piloto con la finalidad de poder validar la encuesta. Para ello, los investigadores distribuyeron, vía telemática a través de la plataforma UMU-encuestas, el cuestionario, que fue cumplimentado de manera voluntaria y anónima. La encuesta cuenta con la aprobación del Comité de Ética de la Universidad de Murcia. El análisis de datos se llevó a cabo utilizando el programa estadístico SPSS v28.0 de la Universidad de Murcia. El nivel de significación se estableció en un valor de $p \leq 0.05$

3. Resultados

En la Tabla 1 se describe el nivel de Accesibilidad y Crecimiento en relación con el grado de experiencia. En general se encontraron valores similares entre los dos grupos, con una media cercana a cinco puntos. Las mujeres con mayor experiencia sintieron más dificultades para empezar su carrera deportiva (3.89 ± 2.2), aun presentando un mayor apoyo de personas cercanas (6.21 ± 1.7). También, percibieron una mayor dificultad para acceder a puestos de liderazgo (4.96 ± 1.8) y mostraron una mayor puntuación en el pensamiento de abandonar su carrera deportiva (4.66 ± 2.2); aunque estas puntuaciones también fueran superiores a la media de siete valores en las mujeres con menos experiencia.

Tabla 1. Resultados de la percepción de accesibilidad y crecimiento de mujeres deportistas según sus años de experiencia deportiva.

Variables	Experiencia deportiva				Sig.
	<10 años (n=59)		>10 años (n=38)		
	M	SD	M	SD	
Accesibilidad y crecimiento	5.10	0.7	5.02	0.9	.635
Me ha resultado difícil empezar mi carrera deportiva	3.53	1.7	3.89	2.2	.387
Mis amigos íntimos y mi familia me han apoyado para empezar mi carrera deportiva.	5.80	1.6	6.21	1.7	.220
Puedo tomar libremente decisiones importantes en mi carrera deportiva.	5.47	1.5	5.61	1.7	.698
He pensado en abandonar en mi carrera deportiva.	4.27	2.2	4.66	2.2	.399
Creo que es difícil ascender en mi carrera deportiva.	4.64	1.7	4.95	1.8	.410
Tengo ejemplos masculinos/ femeninos que me motivan a crecer dentro de mi carrera deportiva.	6.15	1.3	5.11	2.1	.008*
Me siento más cómodo cuando hay más mujeres en mi carrera deportiva.	5.83	1.5	4.71	2.1	.006*

Nota: * $p < 0,05$

Finalmente, se encuentran diferencias con tendencias significativas, superiores en las mujeres con menor experiencia, en los ítems relacionados con la existencia de referentes motivacionales ($p=0,008^*$) y conforto con la presencia de un número mayor de mujeres ($p=0,006^*$).

4. Conclusiones

Antiguamente, las mujeres presentaban más dificultades para iniciar una carrera deportiva, siendo un factor esencial el apoyo del entorno cercano. Actualmente, en relación al crecimiento hacia puestos de liderazgo, se encuentran dificultades para los dos grupos estudiados, con la existencia, por ejemplo, de barreras de género como la segregación horizontal y la segregación vertical. Finalmente, las mujeres con una mayor experiencia son referentes que motivan a las mujeres a iniciar su carrera deportiva; además, de ayudar con su presencia al confort y motivación de las nuevas generaciones.

5. Referencias

- Carboneros, M., López-Gullón, JM., Vegara-Ferri, JM. y Angosto, S. (2023). Manual práctico para la consecución de la igualdad de género en el deporte. *Wanceulen*.
- Fowle (2020) Fowle, J., Eime, R. M., & Griffiths, K. (2020). Barriers to adolescent female participation in cricket. *Annals of Leisure Research*. 24(2), 1-19. <https://doi.org/10.1080/11745398.2019.1710716>
- Donoso, B., Reina, A., & Álvarez-Sotomayor, A. (2023). Desigualdad de género en el deporte de competición: voces y reflexiones. *Retos*, 47, 557 - 564.
- Mérida, R. Panzuela, A., Muñoz, M., & González-Alfaya, ME. (2022). Motivaciones y obstáculos en la práctica del fútbol femenino en Córdoba. *Retos*, 46, 301-308
- Borrueco, M., Torregrossa, M., Pallarès, S., Vitali, F., & Ramis, Y. (2023). Women coaches at top level: Looking back through the maze. *International Journal of Sports Science and Coaching*, 18(2), 327 - 338. <https://doi.org/10.1177/17479541221126>

Discrepancies in the linking of sport values according to gender: do stereotypes still exist?

Pilar Aparicio-Chueca¹ and Sergio Rodríguez-Rodríguez¹

¹ *Business Department, University of Barcelona.*

1. Introduction

In our contemporary society, gender equity has become a central issue in various spheres, and the field of sports is no exception. Understanding how sport values are manifested and internalised differently by gender is essential to address persistent challenges, such as the gender gap in participation and unequal perceptions of athletic achievement and ability.

This article focuses on whether stereotypes linked to more masculine or feminine sports values still exist and, furthermore, whether there are differences in these stereotypes according to gender.

There are numerous articles that define and list the different values that sport conveys. For example, Frost and Sims (1974) classify the values of sport by grouping them into a general dimension, a psychosocial dimension and recreational and outdoor sport. Simmons and Dickinson (1986) presented an instrument to measure the role of personal values in sport in women's teams. Gutiérrez Sanmartín (1995, 1998, 2003 and 2004); Iturbide-Luquin and Elosua-Oliden (2017); Ponce de León, Sanz, Valdemoro and Ramon (2009); Ruiza Llamas and Cabrera, (2014) also present an enumeration of values considered in both Physical Education and sports. It becomes clear that physical education and sport are two excellent fields of action for the promotion and development of social and personal values of students and athletes, especially the youngest ones. And Gómez Rijo (2003) and Ruiz Omeñaca (2004) provide a list of the values present in the Physical Education curriculum for primary school.

2. Method

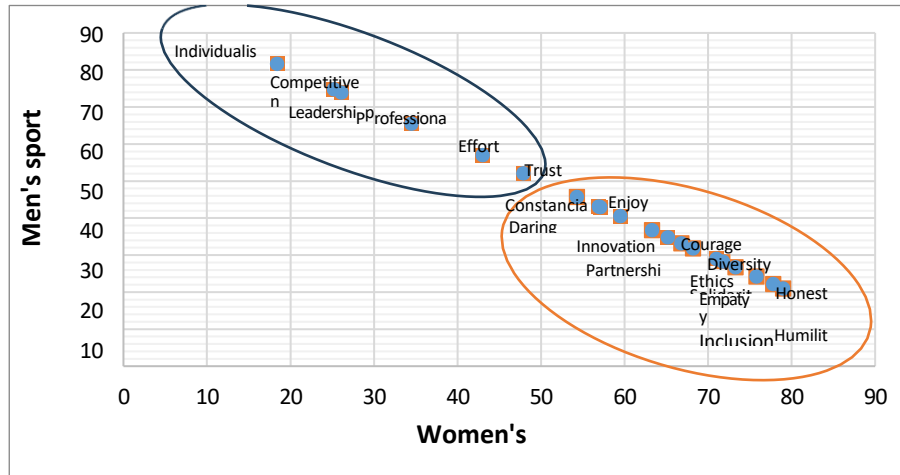
The database used is based on a quantitative study carried out by the company Punto de Fuga. In this quantitative work, 1,000 online interviews of 15 minutes' duration were conducted with a population between 16 and 60 years of age in 2023. Only part of the quantitative study will be used for this work.

When analysing perceptions and stereotypes of values, we consider it important to explain the questionnaire question analysed. From a list of 20 values, collected from the review of the literature on sport values, they had to indicate whether they considered them more related to men's or women's sport. The specific question was: "Of the following values associated with sport, which do you associate more with men's and women's sport? The answer did not allow for a scale, but rather a direct choice between one or the other.

3. Results and discussion

The results of the study show differences between the values associated with men's and women's sports by the general population. Of the 20 values analysed, 30% are associate on male sports while the large percentage (70%) are more related to female sports. The values of individualism, competitiveness, leadership, professionalism, effort and confidence are values related to male sport. While perseverance, daring, enjoyment, commitment, innovation, courage, companionship, diversity, ethics, empathy, solidarity, honesty, inclusion and humility were related to female sports (Figure 1).

Figure 1. Map of the distribution of values according to whether they relate more to male or female sport.



An analysis of differences in perception of each value according to the gender of the respondent has been carried out. Table 1 presents a basic statistical analysis of mean difference and the results are conclusive.

Figure 1. Significant differences between male and female gender perceptions and their classification of sport values.

	Men's sport		Women's sport		Is there a significant difference?
	Men	Women	Men	Women	
Ethics	36%	22%	64%	78%	Yes
Honesty	29%	19,4%	71%	80,6%	Yes
Solidarity	33,2%	23,2%	66,8%	76,8%	Yes
Empathy	34,8%	18,6%	65,2%	81,4%	Yes
Effort	54,9%	30,9%	45,1%	69,1%	Yes
Inclusion	23,1%	21,4%	76,9%	78,6%	-
Diversity	35,6%	28,1%	64,4%	71,9%	Yes
Constancia	57,1%	34,5%	42,9%	65,5%	Yes
Individualism	87,1%	76,2%	12,9%	23,8%	Yes
Commitment	49,3%	31,7%	50,7%	68,3%	Yes
Courage	47,9%	21,8%	52,1%	78,2%	Yes
Trust	61,4%	42,8%	38,6%	57,2%	Yes
Enjoy	68,4%	45,7%	31,6%	54,3%	Yes
Professionalism	78,9%	52,1%	21,1%	47,9%	Yes
Innovation	43,3%	30,1%	56,7%	69,9%	Yes
Partnership	41,7%	24,8%	58,3%	75,2%	Yes
Leadership	82,5%	65,3%	17,5%	34,7%	Yes
Daring	47,9%	38,2%	52,1%	61,8%	Yes
Humility	24,5%	17,6%	75,5%	82,4%	Yes
Competitiveness	79,9%	69,7%	20,1%	30,3%	Yes

We performed a cluster analysis of gender differences, assigning red to those values with gender differences greater than 19%, grey to those with differences between 10 and 18.6% and green to those with differences of less than 10%.

4. Conclusions

The conclusion is clear: the Spanish population currently associates certain values with male sports and others with female sports, and there are discrepancies between male and female perceptions of this fact.

5. References

- Frost, R. B., & Sims, E. J. (1974). *Development of Human Values through Sports*.
- Gómez Rijo, A. (2005). The teaching and learning of values in sports education. *International Journal of Medicine and Sciences of Physical Activity and Sport*, 5 (18), 89-99.
- Gutiérrez Sanmartín, M. (1995). *Social values and sport. Physical activity and sport as transmitters of social and personal values*. Madrid: Gymnos.
- Gutierrez Sanmartín, M. G. (1998). Development of values in physical education and sport. *Apunts. Physical education and sports*, 1(51), 100-108.
- Gutiérrez Sanmartín, M. (2003). *Manual on values in physical education and sport*. Barcelona: Paidós.
- Gutiérrez Sanmartín, M. (2004). The value of sport in the integral formation of the human being. *Revista de Educación*, 335, 105-126. Retrieved from http://www.revistaeducacion.mec.es/re335/re335_10.pdf
- Iturbide-Luquin, L. M., & Elosua-Oliden, P. (2017). Values associated with sport: analysis and evaluation of sportsmanship. *Journal of Psychodidactics*, 22(1), 29-36.
- Ponce de León, A., Sanz, E., Valdemoros, M. A., & Ramos, R. (2009). Personal values in physical and sports leisure. A study with young people, parents and teachers. Bordón. *Journal of Pedagogy*, 61(1), 29-42.
- Ruiz Llamas, G., & Cabrera, D. (2004). Values in sport. *Revista de Educación*, 335, 9-19. Retrieved from http://www.revistaeducacion.mec.es/re335/re335_03.pdf
- Ruiz Omeñaca, J. V. (2004). *Pedagogy of values in physical education*. Madrid. C.C.S.
- Simmons, D. D., & Dickinson, R. V. (1986). Measurement of values expression in sports and athletics. *Perceptual and Motor Skills*, 62(2), 651-658.

Percepción de barreras en el liderazgo femenino entre estudiantes de Gestión del Deporte. Estudio preliminar en Reino Unido

Susana Monserrat-Revilla¹

*¹ School of Sport, Exercise and Health Sciences
Loughborough University. Reino Unido.*

1. Introducción y marco teórico

El avance de las mujeres en la participación deportiva y la competición de élite aún no se ha trasladado al ámbito de la gestión deportiva (Marcus, 2017). Existe una infrarrepresentación de las mujeres en puestos de liderazgo en la industria del deporte (Burton, 2019, Harris et al., 2015, Skirstad, 2021).

La naturaleza aún sexista del deporte (Burton, 2019), y muchas otras razones pueden explicar este fenómeno, tales como:

- La falta de apoyo para que las mujeres accedan a una carrera profesional en el ámbito de la gestión deportiva, ya que se cree que existen altos niveles de sexismo hostil y benevolente en este campo (Taylor et al., 2018).
- La existencia de mayores barreras para las mujeres que para los hombres, tales como la falta de oportunidades en la promoción laboral, reducidas o inexistentes redes de contactos, ciertas limitaciones propias del mercado laboral, y salarios más bajos para las mujeres (Harris et al., 2015).
- La consideración de que la mujer se encuentra en una posición social inferior (Whisenant, 2002), y es contemplada como "la otra" en las organizaciones deportivas (Robins, Monserrat-Revilla, 2021).
- La existencia de prejuicios hacia las mujeres líderes, que reciben un escrutinio extra por el hecho de aspirar al liderazgo, ya que están desafiando "la cultura del viejo club masculino" típica de las organizaciones deportivas (Weyer, 2007).
- Una reproducción homogénea del poder, que a menudo se comparte entre iguales, en su mayoría hombres (Beatty, 2007), lo que da lugar a la segregación de género en los puestos de alta dirección (Whisenant et al., 2002).
- La creencia de que existe una diferencia de género en la búsqueda de la realización profesional o laboral, según la teoría de las preferencias (Hakim, 2006) que viene marcada principalmente por la maternidad de las mujeres.

Todo ello puede resumirse en la existencia de barreras y un techo de cristal que afecta a la progresión y el liderazgo de las mujeres en las organizaciones deportivas y que no siempre son percibidas como reales por las partes interesadas.

Nuestro estudio pretende analizar cuál es la percepción de los estudiantes de grado y máster en gestión deportiva sobre las barreras que se encuentran las mujeres al acceder y ejercer el liderazgo en las organizaciones deportivas.

2. Metodología

Se empleó un diseño de investigación cuantitativo mediante una encuesta online, creada en Qualtrics, que contenía preguntas demográficas (edad, sexo, origen étnico, curso...) y la Escala de Percepción de la Carrera (CPS) creada por Smith et al. (2012). Una de las autoras, profesora en la Universidad de Loughborough (LU), Reino Unido, dio a conocer la investigación a los estudiantes del grado y máster en Gestión del Deporte de ambos géneros y les dio tiempo para completar el cuestionario en clase. La participación fue voluntaria y anónima, previo consentimiento escrito.

El CPS es una herramienta validada con 38 ítems que evalúa la percepción de las barreras profesionales existentes para las mujeres en posiciones de liderazgo, ya utilizada previamente para explorar las diferencias de género en el deporte. Presenta ítems relacionados con cuatro subescalas: 1- Negación, 2- Resignación, 3- Resiliencia y 4- Aceptación, en la que los participantes deben puntuar su nivel de acuerdo en una escala Likert (1-7). Los ítems de negación miden la idea de que las barreras no son más que un mito (ej.: *"Las mujeres y los hombres tienen que superar los mismos problemas en el lugar de trabajo"*). Los ítems de resignación miden la idea de que las barreras están relacionadas con factores organizativos/sociales que afectan a las mujeres (ej.: *"A las mujeres rara vez se les reconoce todo el mérito de sus éxitos"*). Los ítems de resiliencia miden el acuerdo con la capacidad de superar las barreras (ej.: *"Cuando a las mujeres se les da la oportunidad de liderar, hacen un buen trabajo"*). Por último, los ítems de aceptación miden la idea de que a las mujeres no les interesa ser líderes (ej.: *"Las mujeres prefieren una vida equilibrada antes que conseguir carreras muy bien remuneradas"*).

3. Resultados preliminares

Muestra- 119 estudiantes entre 18 y 30 años ($\bar{x}=20,76$, $SD=2,81$), de los cuales 39 eran mujeres y 80 hombres. Test: ANOVA multivariante (diferencias en las 4 subescalas según género). Los resultados no mostraron diferencias significativas en cuanto a la Resiliencia (\bar{x} mujer=5,55; \bar{x} hombre $H=5,45$, $F=0,887$, $p=0,348$). Sin embargo, las mujeres estaban significativamente más de acuerdo con las afirmaciones relativas a la Resignación ($\bar{x}=4,22$) en comparación con los hombres ($\bar{x}=3,91$; $F=6,115$, $p=0,015$), y significativamente menos de acuerdo con las afirmaciones relativas a la Aceptación ($\bar{x}=2,93$ frente a $3,48$; $F=9,985$, $p=0,002$) y la Negación ($\bar{x}=3,18$ frente a $hombres=3,88$, $F=20,435$, $p<0,001$) en comparación con los hombres.

4. Conclusiones

Parece ser que básicamente solo las estudiantes chicas perciben y reconocen las barreras y el techo de cristal en el sector deportivo, ya que los estudiantes varones niegan su existencia, afirmando que mujeres y hombres tienen que superar el mismo tipo de obstáculos en el trabajo. Además, solo las chicas reconocen que las mujeres reciben un mayor escrutinio o suelen salir más perjudicadas que los hombres al asumir riesgos en el trabajo, pese a los numerosos estudios que confirman lo contrario. Las estudiantes chicas tampoco aceptan la idea de que las mujeres rechazan progresar en el trabajo básicamente para poder conciliar, si no que más bien son estereotipos que les excluye del liderazgo en numerosas ocasiones.

Acciones: Incluir más formación específica en materia de desigualdad de género en el currículum del grado y máster de gestión deportiva para que los propios estudiantes sean agentes de cambio en las futuras generaciones de gestores deportivos.

5. Referencias bibliográficas

- Burton, L. (2019). Under-representation of women in leadership roles in women's sport (chapter 9). In *Routledge Handbook of the Business of Women's Sport*. Routledge, London.
- Hakim, C. (2006), "Women, careers, and work-life preferences". *British Journal of Guidance & Counselling*, Vol. 34 No. 3, 279-94.
- Harris, F.K., Grappendorf, H., Aicher, T., Veraldo, C. (2015). "Discrimination? Low pay? Long hours? I am still excited": Female sport management students' perceptions of barriers toward a future career in sport. *Advancing Women in Leadership*, 35, 12–21.
- Marcus, J. (2017). *Why men are the new college minority*. *The Atlantic*. Retrieved from [Why Men Are the New Minority in College - The Atlantic](#)
- Robins, B., & Monserrat-Revilla, S. (2021). Women's rugby, the COVID-19 pandemic and the androcentric culture in the UK. *Revista de EF y Deportes*, 434.
- Skirstad, B. (2021). Gender and Sport Organizations (chapter 11) In Slack, T., Byers, T. & Thurston, A. (Eds.), *Understanding Sport Organizations* (pp. 203-218). Champaign, Human Kinetics.
- Smith, P., Crittenden, N., Caputi, P. (2012). Measuring women's beliefs about glass ceilings: development of the Career Pathways Survey. *Gender in Management: An International Journal*, 27,68-80.
- Taylor, E., Smith, A.B., Welch, N.M., Hardin, R. (2018). You Should be Flattered!: Female Sport Management Faculty Experiences of Sexual Harassment and Sexism. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 26, 43-53.
- Weyer, B. (2007). Twenty years later: explaining the persistence of the glass ceiling for women leaders. *Women in Management Review*, Vol. 22 No. 6, 482-96.
- Whisenant, W.A., Pedersen, P.M., Obenour, B.L. (2002). Success and gender: Determining the rate of advancement for athletic directors. *Sex Roles*, 47(9/10), 485–491.



Sección 10

Éxito y rendimiento deportivo

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Internacionalización de maratones. Un análisis de los casos de Chicago, Valencia y Tokio

Juan L. Paramio-Salcines¹, Ramón Llopis-Goig² y Jong-Chae Kim³

- 1. Departamento de Educación Física, Deportes y Motricidad Humana. Universidad Autónoma de Madrid.*
- 2. Departamento de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Valencia.*
- 3. International School of Hospitality, Sports, & Tourism Management. Fairleigh Dickinson University, New Jersey.*

1. Introducción

En los últimos años, los maratones urbanos se han convertido en un sector muy competitivo del ámbito de los eventos deportivos (Foster et al., 2021). Están creciendo en número y popularidad, tanto por su impacto económico como por su potencial turístico y capacidad de atracción de patrocinadores (Agrusa et al., 2011), por lo que se han convertido en un segmento relevante de la industria del turismo deportivo a escala global. Ello ha impulsado el desarrollo de estrategias de marketing orientadas a atraer a participantes internacionales con el objeto de aumentar los ingresos de la prueba. Así mismo, para incrementar el prestigio de la prueba y atraer y fidelizar a nuevos patrocinadores, los organizadores, han optado por ampliar los premios para los primeros clasificados y quien logre un récord, lo que acaba facilitando la participación de atletas de élite que, a su vez, elevan el nivel deportivo de la prueba y le dan un mayor prestigio. Esta comunicación tiene por objeto examinar la existencia de esas dinámicas de internacionalización en tres destacadas pruebas del calendario internacional que se celebran en Valencia, Chicago y Tokio. El estudio amplía una línea de investigación hasta ahora centrada en la evolución de los dos primeros (Paramio- Salcines y Llopis-Goig, 2022; Llopis-Goig y Paramio-Salcines, 2023).

2. Método

Los maratones analizados han sido elegidos tanto por el crecimiento experimentado en los últimos años como por el prestigio adquirido: dos de ellos forman parte del club de los Major (AbbottWMM) y han obtenido la Elite Platinum Label de World Athletics. Además, los tres destacan por los excelentes registros deportivos de los últimos cinco años. La investigación se plantea como un estudio exploratorio y se basa en un análisis de contenido de publicaciones académicas y profesionales, informes de organizaciones deportivas internacionales, estudios de impacto económico, páginas web de las pruebas, noticias de diversos medios de comunicación nacionales e internacionales y comunicaciones personales con responsables de AbbottWMM.

3. Resultados

La edición de 2023 del maratón de Chicago aumentó la remuneración de los primeros clasificados en un veinte por ciento con respecto a la edición anterior, llegando a un total de 560.000\$ y convirtiéndose en el tercer maratón mejor remunerado del mundo (detrás de los de Nueva York y Boston):

100.000\$ para el primer clasificado, 75.000\$ para el segundo y 50.000\$ para el tercero, mientras que para el cuarto y el quinto se reservaron 30.000\$ y 25.000\$, respectivamente. Además, había 100.000\$ adicionales para quien batiera el récord del mundo y otros 100.000\$ si lo hacía con más de veinticinco segundos de diferencia respecto al récord vigente. El de Tokio es el de mayor cuantía en Asia, con un total de 365.000\$ en 2024: 73.000\$ para el primer clasificado, 26.000\$ para el segundo y 13.000\$ para el tercero. En este caso, con una gratificación adicional de 200.000\$ si se batía el récord del mundo. El maratón de Valencia dedicó un total de 420.000€ para los primeros clasificados en 2023: hasta 75.000€ para el vencedor, hasta 45.000€ para el segundo y hasta 30.000€ para el tercero. La dotación por batir el récord del mundo era de 250.000€, cantidad que, para la edición de 2024, según se ha anunciado, será de un millón de euros, lo que supone más del doble de lo previsto por los principales maratones. Al margen de la importancia atribuible a los aspectos relacionados con el trazado, orografía, climatología y gestión deportiva, es indudable que el *prize money* de estas 3 pruebas no puede ser separado del extraordinario rendimiento deportivo que han alcanzado en los últimos años: el maratón de Valencia cuenta con 4 de los 11 mejores registros masculinos de todos los tiempos, mientras Chicago cuenta con 1 (los 6 restantes corresponden a Berlín, Londres y Milán). En categoría femenina, el maratón de Valencia cuenta con 4 de las 10 mejores marcas de todos los tiempos, Chicago con 3 y Tokio con 1 (los 2 restantes pertenecen a Berlín y Londres), lo que confirma el poder de atracción de estas pruebas para la élite del atletismo internacional.

La mayor cuantía de los premios y la expectativa de mejorar el rendimiento deportivo son ingredientes de incuestionable atractivo para los mejores atletas del mundo. Todo ello, por otro lado, aumenta el prestigio de la prueba y facilita la obtención de patrocinadores de primer nivel, lo que resulta esencial para dotar de estabilidad financiera a la prueba (Paramio-Salcines y Llopis-Goig, 2022). A su vez, el éxito y el prestigio deportivo de la prueba actúan también como un propulsor de la participación popular. Los organizadores pueden de ese modo aumentar el coste de inscripción y ampliar el público objetivo de la prueba a runners de todo el mundo. Así, el maratón de Chicago contó en 2022 con un 33% de participantes extranjeros (14.172 de 42.948), cuando en 2013 los extranjeros eran un 17%. En el caso del maratón de Valencia, en algo más de una década la cifra de participantes extranjeros ha pasado del 11,4% de 2011 (769 de 6.732) al 57,1% de 2023 (18.540 de 32.455). Por último, Tokio contó en 2024 con un 36,9% de extranjeros (13.542 de 36.697).

Esta internacionalización supone un mayor impacto económico en la ciudad anfitriona: el gasto medio de los participantes nacionales en el maratón de Valencia de 2023 fue de 122 €/día, mientras que en el caso de los extranjeros fue de 157 €/día. Por otro lado, la estancia media de los primeros era de 2,4 días, frente a los 4 días de los segundos, que contribuyeron con más de 20.984 millones de euros a la economía local (Benegas y Maudos, 2024).

4. Conclusiones

Los maratones analizados muestran que este nicho de mercado representa un área de interés tanto para la investigación académica como para sus propios organizadores. Este sector no solo ha atraído a entidades como La Salle Bank y el Bank of America (Chicago), compañías aseguradoras como Zúrich o propietarios de grandes cadenas de supermercados (Valencia) y empresas como Seiko (Tokio), sino que, además, la creciente presencia de participantes internacionales ha supuesto un importante impulso para la economía turística local y, no menos importante, ha contribuido a aumentar los ingresos de dichas carreras y a asegurar su propia viabilidad.

5. Referencias

- Agrusa, J., Seongseop K. S. & Lema, J.D. (2011). Comparison of Japanese and North American runners of the ideal marathon competition destination. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(2), 183-207.
- Benegas, E. & Maudos, J. (2024). *43 Valencia Maratón 2023. Impacto económico*. Fundación Trinidad Alfonso.
- Foster, G., O'Reilly, N. & Dávila, A. (2021). *Sports business management. Decision making around the globe* (2nd ed.). Routledge.
- Llopis-Goig, R. & Paramio-Salcines, J.L. (2023). Key strategic and innovative decisions that explain the success of the Valencia Marathon. Edited by G. Cepeda, J. Garcia Fernández and J. Zhang. *Sport management in the Ibero-American World. Product and service innovations* (pp. 224-245). Routledge.
- Paramio-Salcines, J. L. & Llopis-Goig, R. (2022). Key Strategic Decisions and Their Influences on the Management and Success of the Bank of America Chicago Marathon and the Marathon Valencia Trinidad Alfonso. *International Journal of Financial Studies* 10: 74.

La Captación de Valor Económico en el Fútbol: Una comparación entre España y Chile

Torres Mussatto, Alejandro¹, Merino Moreno, Carlos²

- 1. Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Valparaíso, Chile.*
- 2. Department of Business Organization, Autonomous University of Madrid, Spain.*

1. Resumen

La fuente de los ingresos ha cambiado en su naturaleza, desde que el fútbol se transformó en una actividad económica, pasando desde la venta de *ticket*, luego la publicidad y marketing hasta hoy donde mayoritariamente los ingresos son aportados por los contratos de televisión. El aumento considerable de recursos debe ir de la mano de aumentos en los niveles de inversión, que hemos denominado captura de valor. Dicha captura se aprecia en los clubes profesionales españoles, no así en el fútbol de Chile, donde concluimos que el valor se destruye.

2. Objetivo general

Determinar si las crecientes fuentes de ingreso en clubes del fútbol profesional son capturados a nivel organizacional y su impacto en la estructura de inversiones y patrimonial de las mismas teniendo en cuenta un ejercicio comparativo entre España y Chile, desde el año 2012 al 2021.

3. Metodología

Las dimensiones de liquidez, endeudamiento y rentabilidad son comparadas con empresas del mercado de capitales de ambos países, en particular, con aquellas empresas que integran los índices bursátiles Iberia Index, Ibex 35 España e Índice de Precio Selectivo de Acciones (IPSA, Chile), principales referentes de las bolsas de valores de Madrid y Santiago. (En ambos casos se trata de las empresas de mayor tamaño y capitalización bursátil).

4. Conclusiones

El fútbol es una actividad comercial que debe ser entendida y evaluada al igual que lo hacemos con las empresas tradicionales, es decir, medida a través de indicadores que muestren su tendencia y su posición relativa respecto a otras organizaciones y, a partir del diagnóstico, proponer mejoras, enmendar el camino o consolidar la gestión. En ese contexto, el análisis plantea un horizonte de tiempo de 10 años, donde se evalúa la actividad del fútbol y se compara con la realidad empresarial general del mismo lapso de tiempo.

El modelo propuesto de enfoque de la sustentabilidad financiera plantea precisamente el reconocimiento de las cambiantes fuentes de ingresos y como impactan en los resultados finales, a través de la medición del triángulo del análisis, mediante los indicadores financieros orientados a la liquidez, solvencia y rentabilidad.

Los ingresos, provenientes hoy, principalmente, de la venta de los derechos de televisión, han traído consigo un importante aumento de los costos, básicamente una verdadera “inflación salarial”, donde en el caso europeo, ya no se compete entre clubes sino con estados que cuentan con altos niveles de reservas monetarias, invertidos en fondos soberanos multimillonarios, que han distorsionado las habituales cifras financieras de los clubes.

Los clubes chilenos no captan la creación de valor, al constatar que los ingresos incrementales generados no se transforman en un mayor nivel de inversión que permita la sostenibilidad financiera a largo plazo, que proyecte su crecimiento y con ello la actividad. Crecen los ingresos, pero los clubes en lugar de transformarlo en valor agregado lo destruyen con pérdidas que son constantes. Si esto fuera estructural, las empresas distintas a los clubes deberían presentar una situación similar, lo que en los hechos no ocurre, pues las utilidades generadas se ven reflejadas en inversiones que, al mismo tiempo, generarán mayores retornos, presenciando un ciclo favorable a nivel económico. El caso español es distinto, pues los clubes muestran niveles de rentabilidad comparables con las empresas dedicadas a actividades distintas al fútbol, con el impacto natural del contexto económico internacional, pero al menos mostrando resultados positivos. En este último aspecto el control económico implementado desde la temporada 2013/2014 ha mostrado buenos resultados, pues antes de ello, las deudas con la administración fiscal, el impago de los distintos actores y el endeudamiento, eran comunes en los clubes deportivos, cualquiera que fuera su forma de organización jurídica.

TABLAS Y FIGURAS

Índices financieros empresas y clubes 2012-2021

Club	LIQUIDEZ	SOLVENCIA		RENTABILIDAD		
	Razón Corriente	Razón Deuda/ Patrimonio	Razón Deuda/ Activo Total	Rentab. Sobre las Ventas	Rentabilidad sobre el Patrimonio	Rentabilidad Sobre la Inversión
Clubes España	0,67	0,57	0,86	0,03	-1,25	0,04
Empresas España	6,30	1,54	0,52	-0,04	0,09	0,06
Clubes Chile	1,62	1,74	2,09	-0,08	-1,13	-0,24
Empresas España	1,56	1,76	0,53	0,12	0,07	0,03

Figura estructura patrimonial y de inversiones, clubes y empresas 2012-2021.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de los Estados Financieros. Promedio general 10 años, años 2012-2021.

5. Referencias

- Boscá, J. E., Liern, V., Martínez, R.(2008). *The Spanish Football Crisis*. European Sport Management Quarterly vol. 8 pag. 165 -177.
- Elsy, B., Nadel, J. (2021). *Futbolera. Historia de la Mujer y el deporte en américa Latina*. Ediciones UC.
- Ferri, I., Macchioni, R., Zampella, A. (2017). *Financial Versus Sports Performance: The missing link International*. Journal of Business and Management; Vol. 12, No. 3; 2017.
- Ginesta, X. (2011). *Fotball and the Global entertainment Business. Cubs as Entertainment Multinational Corporations*. Comunicación y Sociedad, Vol.XXIV, Pag 141-166.
- Kościółek, S. (2019). *Do sports clubs differ from other non-governmental organizations in terms of revenue sources? The case of Poland*. Economics and Law, Pag.283-294.
- Mittag, J., Legrand, B. (2010). *Towards a Europeanización of Football? Historical pheses in the evolution of the UEFA European Football Championship*. Soccer & Society, Vol.11 N°6.
- Morrow S, H. (2014). *The New Business of Football: A Study of Current and Aspirant Football Club Managers*. Journal of Sport Management, Vol.28, 515-528.
- Phillippou, C. (2021). *Anti-bribery and corruption in sport mega-events: stakeholder perspectives*. Sports in Society, 25:4, 819-836.
- Richau, L., Follert, F., Frengers, M., Emirch, E. (2021). *The sky is the limit?! Evaluating the existence of a speculative bubble in European football*. Journal of Business Economics (2021) 91:765–796.
- Szymanski, S., Hoehn, T. (1999). *The Americanization of European Football*. Economic Policy, 14(28), 203-240.

Long-term forecasting in sport: predicting seasonal outcomes of english football teams

*J. James Reade*¹

^{1.} *Department of Economics University of Reading,
United Kingdom.*

1. Introduction

Each Autumn over a hundred professional football clubs in five divisions in England commence ten-month double round-robin tournaments against between 22 and 24 competing clubs. In this hierarchical structure, the best teams in each division will move up (promotion), and the worst teams move down (relegation). The two-month summer between the seasons is associated thus with significant planning for the season ahead. Clubs may change their head coach/manager, who is responsible for the football team on the pitch. Clubs will recruit new playing staff as many contracts expire in the summer, and they will spend a month or so before the new season begins getting ready. The recruitment exercise influences the squad that a club will have entering the new season — its size and its quality make-up.

In this short paper we investigate the extent to which such planning can predict outcomes at the end of the following season.

2. Method

We consider systematic patterns in the success, and otherwise, of football clubs over our sample. We note, in particular, that football can be thought of in terms of a contest function (Szymanski, 2003): Club decisions relative to those being taken by other clubs in a competition must matter.

We regress two variables on a range of explanatory variables. We run linear regressions of the form:

$$y_{it} = \beta'X_{it} + e_{it}, e_{it} \sim (0, \sigma^2). (2)$$

Here, y_{it} is our dependent variable, for team i in year t . Then X_{it} is a vector of K explanatory variables for team i in year t , and β is a vector of K coefficients. Then e_{it} is the error term, which is assumed to be mean-zero distributed, with a constant variance.

The two dependent variables are the league position (which ranges from 1, top of the table, to 24th, bottom), and a variable for promotion (1 if a club is promoted, 0 otherwise). Promotion criteria differ across different divisions, and in each division involve a play-off competition meaning that a team in a range of positions can be promoted.

We consider both the absolute value of explanatory variables X_{it} , and also their level relative to other clubs in the club's division in that season.

DATA

Our data is collected from www.soccerbase.com. The data exist for England's top five divisions since around 1998.

In Table 1 we present summary statistics for this data. On the left panel we consider all season- team observations, but on the right we limit attention to teams that were promoted. Approximately one in ten clubs achieve promotion in the sample, based on the number of observations on each panel.

Clubs that achieve promotion appear to have, on average, players with more matches played, and more goals scored (prior to the season starting). They tend to have released fewer players, and have had lower squad turnover over the preceding summer to the season. They also tend to have been involved in transfers associated with lower amount of money changing hands (fees paid and received).

Table 1: Summary Statistics

Sample Statistic	All							Promoted						
	N	Mean	St. Dev.	Min	Pctl(25)	Pctl(75)	Max	N	Mean	St. Dev.	Min	Pctl(25)	Pctl(75)	Max
Promoted Previous	3,080	0.104	0.306	0.000	0.000	0.000	1,000	318	0.063	0.243	0.000	0.000	0.000	1,000
Relegated Previous	3,080	0.107	0.310	0.000	0.000	0.000	1,000	318	0.245	0.431	0.000	0.000	0.000	1,000
Squad Size	3,135	31.895	9.219	1	29	38	61	321	30.408	8.677	1	28	36	55
Mean age	3,135	24.938	1.502	20.427	24.007	25.748	59.733	321	25.113	1.450	21.555	24.160	25.980	32.148
Total player Appearances	3,135	92.434	59.549	0.000	44.865	136.224	295.844	321	100.704	60.801	0.000	59.378	143.256	231.357
Total player Goals	3,135	10.099	7.142	0.000	4.413	15.159	39.094	321	11.201	7.282	0.000	6.393	16.485	34.233
Transfer Fees Paid	3,135	4.2m	16m	0	0	0.8m	204m	321	1.6m	7.0m	0	0	0.6m	107m
Transfer Fees Received	3,135	2.5m	9.2m	0	0	0.65m	136.5m	321	1.2m	4.3m	0	0	0.5m	55.9m
Total players In	3,135	5.508	3.664	0	3	8	23	321	5.623	3.763	0	3	8	22
Total players Out	3,135	5.464	3.797	0	3	8	30	321	5.449	3.428	0	3	8	17
Loan In	3,135	0.003	0.067	0	0	0	2	321	0.000	0.000	0	0	0	0
Loan Out	3,135	0.006	0.089	0	0	0	3	321	0.003	0.056	0	0	0	1
Players Released	3,135	4.313	4.635	0	1	6	65	321	3.607	2.891	0	1	5	18
Player Turnover	3,135	15.722	7.278	0	11	20	49	321	14.368	5.955	1	10	18	30
Mean No. of Seasons at club	3,135	2.137	0.630	1	1.7	2.5	5	321	2.097	0.502	1.000	1.786	2.435	3.571
Manager Total Experience	3,135	295.869	308.756	0	62	435	2,380	321	286.393	283.139	1	80	396	1,535
Manager Total Wins	3,135	122.179	135.687	0	25	176	1,201	321	115.271	114.761	0	30	161	567
Manager Club Experience	3,135	111.515	163.625	0	15	141.5	1,530	321	93.558	143.537	1	13	109	1,337

3. Results

In Table 2 we present regression results. We present four columns; the first two are with the explanatory variables in ‘absolute’ terms, and the second two in relative terms — relative to other clubs in the division in that season. In each case, we look at first the league position, and second the probability of achieving promotion. All regressions have fixed effects for seasons, for divisions, and for clubs.

Promoted clubs do better in terms of position, and hence are about 7% more likely to be promoted again. Conversely, relegated teams tend to do worse, but there’s no significant impact on the likelihood of promotion. A large squad size appears to be better for league position and promotion chances, but a larger squad size relative to that in the division leads to a worse league position. A younger squad seems to be consistent with better outcomes, although the effect is smaller relative to the average age of squads in the division.

The total appearances in a squad (at the start of a season) has no impact, but the more goals have been scored previously by players in the squad, the better is the league position (though no effect on the probability of promotion).

Transfer fees received are consistent with a higher league position. A manager with more historical wins tends to manage a team to a higher league position, but has no impact on the probability of promotion. The regressions for league position have RR^2 coefficients of around 0.33-0.4, suggesting that around a third of variation has been accounted for.

Table 2: Regression output

	Dependent variable:			
	Absolute		Relative	
	Position (1)	Promotion (2)	Position (3)	Promotion (4)
Promoted Previous	-1.620*** (0.461)	0.068*** (0.025)	-1.621*** (0.457)	0.068*** (0.025)
Relegated Previous	1.268*** (0.458)	-0.023 (0.024)	1.228*** (0.453)	-0.022 (0.024)
Full lagged position	0.195*** (0.022)	-0.007*** (0.001)	0.195*** (0.022)	-0.007*** (0.001)
Squad Size	-0.312*** (0.087)	0.009* (0.005)	0.237*** (0.071)	-0.003 (0.004)
Squad Size (squared)	0.037*** (0.003)	-0.0001 (0.0001)	0.001 (0.001)	0.00001 (0.00004)
Mean age	-0.642* (0.376)	0.073*** (0.020)	-0.619 (0.239)	0.022** (0.013)
Mean age (squared)	0.010 (0.006)	-0.001*** (0.0003)	-0.0004 (0.004)	-0.0002 (0.0002)
Player Total Appearances	0.010 (0.022)	-0.004 (0.001)	0.018 (0.021)	-0.001 (0.001)
Player Total Appearances (squared)	0.00001 (0.0001)	-0.00000 (0.00000)	-0.00003 (0.0001)	0.00000 (0.00000)
Player Total Goals	-0.206** (0.137)	0.010 (0.007)	-0.209** (0.123)	0.010 (0.007)
Player Total Goals (squared)	0.006 (0.004)	-0.0002 (0.0002)	0.005 (0.003)	-0.0002 (0.0002)
Transfer Fees Paid	-0.0000 (0.0000)	0.000* (0.000)	-0.0000 (0.0000)	0.000 (0.000)
Transfer Fees Paid (squared)	0.000 (0.000)	-0.000* (0.000)	0.000 (0.000)	-0.000 (0.000)
Transfer Fees Received	-0.0000** (0.0000)	0.000 (0.000)	-0.0000** (0.0000)	-0.000 (0.000)
Transfer Fees Received (squared)	0.000* (0.000)	-0.000 (0.000)	0.000 (0.000)	0.000 (0.000)
Players In	0.030 (0.001)	-0.004 (0.005)	-0.023 (0.008)	0.0003 (0.004)
Players In (squared)	-0.002 (0.005)	0.004 (0.0003)	0.002 (0.005)	0.0002 (0.0003)
Players Out	-0.014 (0.006)	0.005 (0.005)	-0.030 (0.001)	0.004 (0.004)
Players Out (squared)	0.003 (0.005)	-0.004** (0.0003)	0.003 (0.004)	-0.0005* (0.0002)
Loans In	-0.707 (1.223)	-0.049 (0.289)	-0.123 (1.150)	0.049 (0.254)
Loans In (squared)	0.079 (0.408)	0.007 (0.170)	-0.001 (0.365)	-0.060 (0.140)
Loans Out	-1.400 (0.948)	0.066 (0.125)	-0.466 (0.703)	0.064 (0.119)
Loans Out (squared)	0.242 (0.223)	-0.045 (0.003)	0.038 (0.135)	-0.048 (0.050)
Players Released	0.194*** (0.044)	-0.006** (0.002)	0.156*** (0.044)	-0.006** (0.002)
Players Released (squared)	-0.002* (0.001)	0.0001 (0.0001)	-0.002 (0.001)	0.0001 (0.0001)
Player Turnover	0.168*** (0.041)	-0.008*** (0.002)	0.141*** (0.042)	-0.008*** (0.002)
Mean Player Seasons at Club	0.029** (0.012)	-0.002*** (0.001)	0.015 (0.012)	-0.001* (0.001)
Manager Total Matches	0.007* (0.004)	-0.0004* (0.0002)	0.005 (0.003)	-0.0003 (0.0002)
Manager Total Matches (squared)	-0.00000 (0.00000)	0.00000* (0.00000)	-0.00000 (0.00000)	0.00000 (0.00000)
Manager Total Wins	-0.018** (0.008)	0.001 (0.005)	-0.013* (0.006)	0.001 (0.000)
Manager Total Wins (squared)	0.00001 (0.00001)	-0.00000** (0.00000)	0.00001 (0.00001)	-0.00000 (0.00000)
Manager Club Matches	0.001 (0.002)	-0.00000 (0.0001)	0.0004 (0.002)	0.00000 (0.0001)
Manager Club Matches (squared)	-0.00000 (0.00000)	0.00000 (0.00000)	-0.00000 (0.00000)	0.00000 (0.00000)
Observations	3,234	3,090	3,234	3,090
R ²	0.306	0.184	0.208	0.186
Adjusted R ²	0.306	0.115	0.149	0.117
Hausman Std. Error	5.492 (df = 2999)	0.290 (df = 2941)	5.438 (df = 2999)	0.290 (df = 2941)

Note: *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

4. Conclusions

We have looked at the between-season activity of football clubs, in order to understand better whether decisions and actions taken in this period have an impact on the final position the following season — a variable not to be realized for a relatively long period of time.

We find that high levels of turnover in squads tend to be negative, and that performance tends to have some historical persistence — that is, teams performing better will continue to perform better, and those not performing well will continue to do so.

5. References

- Hall, S., Szymanski, S., and Zimbalist, A.S. (2002). Testing causality between team performance and payroll: the cases of Major League Baseball and English soccer. *Journal of Sports Economics*, 3(2):149–168.
- Szymanski, S. (2003). A market test for discrimination in the English professional soccer leagues. *Journal of Political Economy*, 108(3):590–603, 2000.
- S. Szymanski. The economic design of sporting contests. *Journal of Economic Literature*, 41(4):1137–1187.
- Szymanski, S. (2013). *Wages, transfers and the variation of team performance in the English Premier League*. In P. Rodríguez, S. Késenne, and J. García, editors, *The econometrics of sport*. Edward Elgar Publishing.

¿Influye el número de seguidores de los medios sociales del top 20 de clubes de fútbol europeos en sus ingresos anuales?: un estudio piloto

Valcarce-Torrente, Manel¹, Pérez-González, Benito², Guevara-Pérez, Juan Carlos³ y López-Carril, Samuel⁴

1. *Facultad de Estudios Sociales y Lenguas Aplicadas, Universidad Alfonso X el Sabio.*
2. *Facultad de Empresa y Comunicación, Universidad Internacional de la Rioja.*
3. *Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza.*
4. *Departamento de Actividad Física y Ciencias del Deporte, Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Castilla-La Mancha.*

1. Introducción

En un ecosistema deportivo cada vez más digitalizado, los medios sociales se han convertido en una herramienta fundamental para que los gestores deportivos se relacionen con los *stakeholders* del sector (Abeza, 2023). Especialmente en el fútbol, los medios sociales son un canal dinámico para conectar con los aficionados (Vale & Fernandes, 2018). Recientemente, ha crecido el interés por explorar el potencial de los medios sociales para generar ingresos (Latorre et al., 2020). Sin embargo, la naturaleza exacta de esta relación sigue sin estar clara. Para cubrir este vacío en la literatura, este estudio piloto pretende investigar si existe una correlación entre el número de seguidores en los perfiles de los medios sociales (Facebook, Twitter, Instagram y TikTok) del top 20 de clubes de fútbol (T20EFC) (según los ingresos anuales reportados en los informes de Deloitte) y los ingresos que generan.

2. Metodología

Para abordar el objetivo principal del estudio, se ha empleado un diseño de investigación cuantitativo y de corte transversal. Para cada T20EFC, como se ilustra en la Tabla 1, se codifican los datos correspondientes a cuatro años naturales (2020- 2023) para cada una de las tres variables siguientes: 1) Número acumulado de seguidores de los perfiles oficiales de Facebook, Twitter, Instagram y TikTok del T20EFC (datos obtenidos de Social Blade, 2024); 2) Ingresos anuales declarados en los informes de la Football Money League de 2020 a 2023 (Deloitte, 2024); y 3) Puntos acumulados en el Ranking UEFA (UEFA, 2024).

Tabla 1. Evolución de fans en medios sociales, ingresos anuales y Ranking

	TOTAL FANS ³ (Millones)				TOTAL INGRESOS (Mill. euros)				RANK ⁴ (PUNTOS)			
	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
Real Madrid	245,29	267,77	312,84	352,94	715	640	714	831	134.000	127.000	124.000	121.000
FC Barcelona	237,27	258,99	288,27	309,09	715	558	638	800	128.000	122.000	114.000	98.000
Manchester United	137,10	169,12	190,46	201,35	580	549	689	746	100.000	113.000	105.000	104.000
Juventus	99,68	111,84	125,74	141,82	398	406	401	432	117.000	120.000	107.000	101.000
Chelsea	90,58	105,35	122,80	132,60	469	493	568	590	99.000	98.000	123.000	126.000
Paris Saint-Germain	86,82	134,51	162,55	167,35	541	645	654	802	113.000	113.000	112.000	112.000
Liverpool	86,14	97,53	116,13	125,60	559	556	701	683	97.000	99.000	132.000	121.000
Bayern Munich	85,23	96,77	111,59	123,84	634	611	653	744	136.000	134.000	138.000	136.000
Arsenal	74,27	78,74	85,64	95,77	388	367	433	533	91.000	99.000	80.000	76.000
Manchester City	72,94	85,54	106,94	133,26	549	582	731	826	116.000	125.000	134.000	145.000
AC Milan	43,00	48,12	56,99	66,15	148	216	298	385	19.000	31.000	38.000	50.000
FC Internazionale Milano	36,70	40,53	50,00	57,86	292	331	308	379	44.000	53.000	67.000	96.000
Tottenham Hotspur	35,71	53,36	71,89	90,32	446	434	522	631	85.000	88.000	83.000	80.000
Borussia Dortmund	32,56	39,10	42,69	46,81	366	338	357	421	85.000	93.000	81.000	89.000
Atlético de Madrid	31,23	35,87	39,01	50,48	332	333	394	364	127.000	115.000	105.000	85.000
Olympique de Marseille	11,56	13,37	15,59	17,37	119	146	238	258	34.000	50.000	39.000	44.000
SSC Napoli	9,17	9,83	12,07	16,64	176	216	176	268	77.000	74.000	68.000	83.000
West Ham United	5,74	7,58	10,20	15,78	158	222	301	275	2.500	1.500	21.000	50.000
Newcastle United	3,91	5,44	8,00	11,73	168	170	212	288	0	0	0	0
Eintracht Frankfurt	1,10	1,32	3,24	4,09	174	190	248	294	33.000	33.000	61.000	77.000

Nota: El Newcastle United no tiene puntos UEFA, ya que no ha participado en competiciones de la UEFA en todo el período analizado.

Para conocer si el número de seguidores en medios sociales tiene algún tipo de relación con los ingresos anuales de cada club, se plantea el siguiente modelo de regresión (GLS):

$$REV = \alpha_1 \text{Facebook}_{it} + \alpha_2 \text{Twitter}_{it} + \alpha_3 \text{Instagram}_{it} + \alpha_4 \text{Tik Tok}_{it} + \varepsilon_{it}$$

Siendo REV son los ingresos anuales reportados en los informes Deloitte Football Money League de 2020 a 2023 por el club “i” en el Ranking UEFA para la temporada “t”. Facebook, Twitter, Instagram y Tik Tok son el número de seguidores en los perfiles oficiales del club T20 “i” para la temporada “t”.

3. Resultados

Tal y como se puede observar en las Tablas 2 y 3, los resultados del estudio muestran una correlación entre el número de seguidores en los medios sociales y los ingresos anuales de los T20EFC, con correlaciones particularmente fuertes observadas en Facebook y TikTok. Además, se identifica un crecimiento significativo del número de seguidores en Instagram y TikTok durante el periodo de estudio (ver Tabla 1).

Tabla 2. Matriz de correlación de Pearson entre ingresos, ranking y medios sociales

	INGRESOS	RANKING	MEDIOS SOCIALES
INGRESOS	1		
RANKING	0,77192895***	1	
MEDIOS SOCIALES	0,81926605***	0,6138979***	1

Nota: Los asteriscos indican coeficientes estadísticamente significativos en niveles 1% (***), 5% (**) y 10% (*).

Tabla 3. Estadísticos descriptivos variables de la ecuación

	n	media	DT	mediana	min	max
Ingresos	80	447,025	196,426	413,500	148,000	831,000
Facebook	80	36,274	31,182	34,402	0,000	114,311
Instagram	80	31,380	34,150	19,153	0,000	150,884
Twitter	80	12,739	13,034	8,217	0,500	49,748
TikTok	80	9,102	10,157	5,150	0,000	40,900

4. Discusión y conclusiones

Tal y como apuntan trabajos similares (p.ej., Latorre et al., 2020), existe una correlación entre los ingresos de un club y sus seguidores en medios sociales, así como con sus puntos en el ranking UEFA. Tras explorar la relación entre el número de seguidores en los medios sociales: Facebook, Twitter, Instagram y TikTok de los T20EFC y sus ingresos anuales durante el periodo comprendido entre 2020 y 2023, se han extraído varias conclusiones de interés tanto para académicos como para gestores de fútbol y los *stakeholders* de la industria del deporte.

En primer lugar, el estudio respalda la relación positiva entre el número de seguidores en los perfiles de los medios sociales de los T20EFC estudiados y sus ingresos. Por lo tanto, en una época en la que todo está cada vez más digitalizado, los gestores deportivos deberían centrarse en aumentar su base de seguidores en los medios sociales tal y como indican Vale y Fernandes (2018), no sólo como medio para fidelizar o interactuar con los aficionados, sino también reconociendo el impacto económico que pueden tener los medios sociales a la hora de generar ingresos para los clubes de fútbol.

En segundo lugar, aunque el número de seguidores del T20EFC en Facebook se ha estancado en los últimos años, no hay que subestimar su potencial como canal de monetización. De hecho, Facebook muestra resultados muy significativos, probablemente debido a su potencial para fomentar comunidades de aficionados en esta plataforma. Independientemente de lo anterior, la tendencia de crecimiento de seguidores en Instagram y TikTok sugiere que los gestores deportivos deberían concentrar su atención en estos dos medios sociales como canales de comunicación y monetización.

5. References

- Abeza, G. (2023). Social media and sport studies (2014–2023): a critical review. *International Journal of Sport Communication*, 16(3), 251-261. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2023-0182>
- Deloitte. (2024). *Deloitte Football Money League 2024: Breaking new ground*. <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/deloitte-football-money-league.html>
- Latorre, P., Artero, J., Orive, V., & Martínez-Núñez, M. (2020). Gestión deportiva y medios sociales: un análisis envolvente de datos de la Premier League inglesa. *Nordic Journal of Media Management*, 1(3), 319-337. <https://doi.org/10.5278/njmm.2597-0445.5520>
- Social Blade. (2024). *Analytics made easy*. <https://socialblade.com>
- UEFA. (2024). *Club coefficients*. <https://www.uefa.com/nationalassociations/uefarankings/tenyears/>
- Vale, L., & Fernandes, T. (2018). Social media and sports: driving fan engagement with football clubs on Facebook. *Journal of Strategic Marketing*, 26(1), 37-55. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2017.1359655>

Evaluación de la eficacia de WhoScored como herramienta analítica para la medición del rendimiento de jugadores en el fútbol profesional

Ignacio Urrutia de Hoyos¹

^{1.} *Facultad de Derecho, Política y Empresa, Universidad Francisco de Vitoria.*

1. Introducción

En la última década, en el ámbito del deporte profesional se ha ido experimentado una transformación sin precedentes, impulsada por los avances tecnológicos, la globalización, los cambios en los hábitos de consumo y el auge del análisis de datos (Lewis, 2004 Anderson & Sally, 2013). En el núcleo de esta transformación reside la aspiración de cuantificar y optimizar el desempeño deportivo a través de la aplicación de estadísticas avanzadas y tecnologías de punta. (Kuper & Szymanski, 2018). WhoScored.com se consolida como un actor fundamental en este escenario, brindando una plataforma analítica que suministra evaluaciones exhaustivas del desempeño de los jugadores, fundamentadas en un amplio espectro de métricas estadísticas. Este estudio se propone evaluar la eficacia de WhoScored como herramienta analítica, con el objetivo de discernir su capacidad para reflejar con precisión el rendimiento real de los jugadores en el fútbol profesional. Mediante un enfoque metodológico riguroso, que incluye la comparación de las calificaciones de WhoScored con las métricas de rendimiento esperado reconocidas en otros estudios (Hoyos ,2008) nuestro análisis se adentra en la validez y fiabilidad de esta plataforma para el cálculo del rendimiento real de los jugadores y las plantillas.

El auge de la tecnología y el análisis de datos ha revolucionado múltiples aspectos de la sociedad contemporánea, incluyendo el deporte profesional. En este contexto, el fútbol no ha sido la excepción. La literatura académica subraya un cambio paradigmático hacia la cuantificación del rendimiento deportivo, destacando el papel de las tecnologías avanzadas y el big data en la optimización de estrategias y desempeño (Kuper & Szymanski, 2009; Lewis, 2004). Este enfoque ha permitido una comprensión más profunda de las dinámicas del juego y ha abierto nuevas perspectivas en la evaluación y desarrollo de jugadores (Anderson & Sally, 2013).

Este estudio tiene como objetivo principal examinar la correlación entre la variable independiente, definida como las calificaciones de rendimiento individual de los jugadores (Lo denominamos Rating medio) proporcionadas por WhoScored.com y la variable dependiente definida como el desempeño colectivo de los equipos, representado por los puntos totales acumulados al término de la temporada en la Liga española de fútbol profesional. Secundariamente, se busca evaluar la capacidad predictiva de las métricas de WhoScored en relación con los logros del equipo, estableciendo una base empírica para el análisis de rendimiento en el deporte. Adoptaremos un enfoque cuantitativo correlacional para este estudio, con el fin de identificar patrones y relaciones estadísticamente significativas entre las variables de interés. Este diseño permite una exploración objetiva y medible de las hipótesis planteadas, sin manipular activamente las variables estudiadas. La población de estudio abarca a todos los equipos y jugadores participantes en la Primera División de la Liga española durante la temporada 2022-2023. La variable independiente es el Rating medio ponderado (WhoScored).

Utilizaremos la API pública de WhoScored.com o técnicas de scraping web, dentro de los límites legales y éticos, para extraer las calificaciones promedio y estadísticas detalladas de los jugadores elegibles. A continuación, y por cada partido calcularemos el promedio de puntos logrado por cada jugador en función de los minutos jugados por cada uno, sumaremos los puntos de cada uno de los jugadores ponderamos por los minutos y obtendremos lo que denominamos el rating ponderado. Al final del campeonato y después de haber calculado el promedio de rating ponderados, obtendremos el rating medio ponderado de la temporada que será el que correlacionemos con la variable dependiente que son los puntos finales de cada equipo.

Tabla 1. Datos del rating medio de la temporada por equipos & puntos 22-23

Ranking final	Club	Rating Medio Ponderado	Puntos
1	Barcelona	6,986	88
2	Real Madrid	6,990	78
3	Atlético Madrid	6,876	77
4	Real Sociedad	6,777	71
5	Villareal	6,788	64
6	Betis	6,704	60
7	Osasuna	6,634	53
8	Ath. Bilbao	6,665	51
9	Mallorca	6,693	50
10	Sevilla	6,601	49
11	Rayo Vallecano	6,596	49
12	Girona	6,672	49
13	Celta	6,679	43
14	Valencia	6,645	42
15	Getafe	6,630	42
16	Cadiz	6,594	42
17	Almería	6,619	41
18	Valladolid	6,614	40
19	Espanyol	6,627	37
20	Elche	6,531	25

Fuente: *Whoscored, LFP.*

2. Resultados

Tabla 2. Estadística de la regresión temporada 22-23

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0,931
Coefficiente de determinación R ²	0,867
R ² ajustado	0,860
Error típico	5,951
Observaciones	20

Tabla 3. Los coeficientes de la regresión de la temporada 22-23

Coeficientes	
Intercepción	- 729,69
Variable X 1	116,82

El descubrimiento de una fuerte correlación entre las calificaciones promedio ponderadas de WhoScored y los puntos totales obtenidos por los equipos en la temporada 2022-2023 de la Liga española de fútbol profesional destaca una intersección crítica en la analítica deportiva moderna y la gestión del rendimiento en el fútbol. Este vínculo significativo no sólo valida la precisión de WhoScored como una herramienta analítica fundamental, sino que también abre

un diálogo esencial sobre el papel de la objetividad y la cuantificación en un deporte tradicionalmente guiado por juicios cualitativos y a menudo subjetivos.

Una de las principales fortalezas de este estudio radica en su rigurosidad metodológica y la pertinencia de su conjunto de datos, obtenidos de una de las competiciones futbolísticas más exigentes a nivel global. No obstante, es preciso reconocer ciertas limitaciones, entre ellas la dependencia respecto a la disponibilidad y exactitud de los datos de dominio público, así como la imperiosa necesidad de emprender futuras investigaciones que profundicen en la causalidad y la aplicabilidad de los hallazgos en diversos entornos competitivos. Instamos a que futuros estudios amplíen este trabajo explorando la relación entre las calificaciones de rendimiento individual real y la identificación del talento de los jugadores jóvenes, sería valioso investigar cómo las variaciones en las estrategias de juego y las tácticas afectan a la correlación observada, así como examinar la aplicación de técnicas analíticas similares en ligas de diferentes niveles de competitividad y contextos culturales.

3. Referencias

- Anderson, C., & Sally, D. (2013). *The numbers game: Why everything you know about soccer is wrong*. Penguin.
- Carling, C., Reilly, T., & Williams, A. M. (2008). *Performance assessment for field sports*. Routledge.
- Cintia, P., Giannotti, F., Pappalardo, L., Pedreschi, D., & Malvaldi, M. (2015, October). *The harsh rule of the goals: Data-driven performance indicators for football teams*. In 2015 IEEE International Conference on Data Science and Advanced Analytics (DSAA) (pp. 1-10). IEEE.
- Collins, D., & Bailey, R. (2013). 'Scienciness' and the allure of second-hand strategy in talent identification and development. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 5(2), 183-191.
- Franks, I. M., & Goodman, D. (1986). A systematic approach to analysing sports performance. *Journal of Sports Sciences*, 4(1), 49-59.
- Hoyos, I. U. D. (2008). Media sport stars and junior players: the design and analysis of the recruiting methods of players in Real Madrid. *Soccer & Society*, 9(4), 551-563.
- Kuper, S., & Szymanski, S. (2009). Why England Loses, Why Germany and Brazil Win, and Why the US, Japan, Australia, Turkey—and Even Iraq—Are Destined to Become the Kings of the World's Most Popular Sport.
- Kuper, S., & Szymanski, S. (2018). *Soccernomics: Why England loses, why Germany and Brazil win, and why the US, Japan, Australia, Turkey--and even Iraq--are destined to become the kings of the world's most popular sport*. Hachette UK.
- James, N. (2006). The role of notational analysis in soccer coaching. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 1(2), 185-198.
- Lewis, M. (2004). *Moneyball: The art of winning an unfair game*. WW Norton & Company.
- Lucey, P., Bialkowski, A., Monfort, M., Carr, P., & Matthews, I. (2015). quality vs quantity: Improved shot prediction in soccer using strategic features from spatiotemporal data.
- Reep, C. y Benjamín, B. (1968). Habilidad y oportunidad en el fútbol asociativo. *Revista de la Real Sociedad de Estadística. Serie A (General)*, 131(4), 581-585.

¿Ganará el Girona La Liga? ¿Y el Barcelona la Liga F? Predicción de ligas tras la primera vuelta

Julio del Corral¹ y Carlos Varela-Quintana²

- 1. Departamento de Análisis Económico y Finanzas, Universidad de Castilla-La Mancha.*
- 2. Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Oviedo.*

1. Introducción

La predicción de resultados en deporte puede ser importante tanto para deportistas, aficionados o incluso para otros agentes como casas de apuestas. Cada vez resulta más habitual las predicciones de torneos o ligas en base a simulaciones de los resultados (por ej., Llaneras & Andrino, 2022; Premier League Predictions, 2023, Zielinski, 2022). En ligas a doble vuelta un momento relevante para emitir predicciones es la conclusión de la primera vuelta, pues se ha jugado contra todos los equipos, y además queda la mitad de la liga habiendo tiempo para tomar decisiones empresariales pues suele coincidir con la apertura del conocido como mercado de invierno de jugadores.

Otra ventaja de realizar la predicción a mitad de liga es que se dispone de información de partidos disputados contra el resto de los equipos en la liga. Así, podría calcularse la diferencia entre los puntos esperados según las cuotas de apuestas y los puntos reales. Esta diferencia contiene información sobre lo bien o lo mal que lo ha hecho un equipo respecto de lo esperado. Es razonable pensar que parte de esa diferencia se mantenga en la segunda vuelta, en una especie de lo que en la literatura de eficiencia se conoce como eficiencia persistente, mientras que otra parte de esa diferencia no se mantenga pues se deba a la aleatoriedad y/o eficiencia transitoria. Esta comunicación trata de delimitar qué porcentaje de la diferencia entre los puntos esperados y los reales tras finalizar la primera vuelta de una competición se debe a eficiencia persistente, y por tanto, debería ser incorporada a las expectativas de los equipos de cara a la siguiente vuelta. Con este parámetro calculado es posible simular la segunda parte de la liga usando la información de la primera vuelta con el supuesto de que la segunda vuelta será igual que la primera añadiendo la eficiencia persistente, y así, calcular la probabilidad de quedar en cada de las posibles posiciones. En concreto, se van a simular los resultados de la segunda vuelta de La Liga y La Liga F de la temporada 2023-2024, para delimitar las opciones del Girona de ganar la liga a la conclusión de la primera vuelta y si es posible que el Barcelona femenino no gane la liga.

2. Método

Para determinar cuál es el porcentaje de la diferencia entre los puntos reales y los puntos esperados en la primera vuelta que se debe incorporar a los resultados esperables en la segunda vuelta se usan datos de las principales ligas de fútbol. En concreto, se usan datos de Bundesliga, Bundesliga 2, Eredivisie, La Liga, La Liga 2, Ligue 1, Ligue 2, Premier League, Championship League y Serie A. Las temporadas usadas comienzan en la 2008-2009 y van hasta la 2022-2023 sin tener en cuenta la temporada 2019-2020 por la crisis del COVID-19.

Las cuotas de los partidos se recogen de www.football-data.co.uk/ usando el promedio que proporciona la web o bien el promedio de las casas con más datos Bet365, Bwin, Interwetten y William Hill.

Una vez que se pasan las cuotas a probabilidades se simula 1.000 veces la primera vuelta de la competición asumiendo que si la probabilidad del equipo local es 0,50, la probabilidad de empate 0,2 y la probabilidad de victoria del equipo visitante es 0,3, se tiende a que de esas 1.000 simulaciones en unas 500 simulaciones la victoria sea del equipo local, en unas 200 haya empate y en unas 300 gane el equipo visitante. En las simulaciones los partidos se suponen independientes estadísticamente entre sí. De esa forma, se obtienen las puntuaciones previstas en la primera vuelta por cada equipo en cada temporada. Se asume que las puntuaciones en la segunda vuelta serán iguales a la primera sumando la eficiencia persistente pudiendo establecer así la probabilidad de quedar en cada una de las posibles posiciones como la ratio entre el número de simulaciones que un equipo queda en una posición dividido entre el número de simulaciones, en este caso 1.000.

Para obtener el parámetro de eficiencia persistente óptimo se calcula el Brier score de las posiciones de los equipos usando la posición real por una parte y por otra las probabilidades obtenidas simulando la segunda vuelta como se ha descrito previamente. Se calculan los Brier score asumiendo la eficiencia persistente desde 0% hasta 100% en intervalos de 10%. Usando el parámetro óptimo obtenido se realizan 1.000 simulaciones de La Liga y Liga F para determinar las probabilidades de quedar en las posiciones posibles de los equipos a la conclusión de las ligas en la temporada 2023-2024 a la conclusión de la primera vuelta.

3. Resultados

Como puede verse en el Gráfico 1 a nivel agregado la proporción de eficiencia persistente que produce Brier scores más bajos es el 40%. Y por tanto, éste es el porcentaje que se usa para simular las segundas vueltas de La Liga y La Liga F de la temporada 2023-2024. Por su parte, la Tabla 1 muestra la probabilidad de terminar en cada una de las seis primeras posiciones para el Girona y el Barcelona femenino.

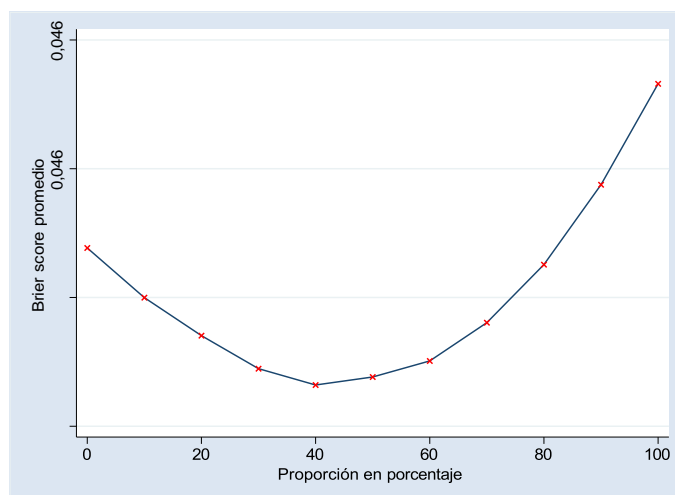


Gráfico 1. Relación entre eficiencia persistente en la segunda vuelta de la primera vuelta y Brier score en las simulaciones

Como puede verse, el Girona lo tenía complicado para ganar la liga pero era posible, un 20%, mientras que el Barcelona Femenino ya era vencedor virtual al término de la primera vuelta, pues sólo en una de las 1.000 simulaciones no vencía la liga.

Tabla 1. Probabilidad de terminar en distintas posiciones para Girona y Barcelona femenino en la temporada 2023-2024 tras primera vuelta

Equipo	Pos. 1	Pos. 2	Pos. 3	Pos. 4	Pos. 5	Pos. 6
Girona	0,20	0,43	0,26	0,09	0,02	0,00
Barcelona F	0,999	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000

4. Referencias

- Llaneras, K., & Andrino, B. (2022, November 26). Who will win the Qatar World Cup? Predict the winner with this simulator. *EL PAÍS English*. <https://english.elpais.com/sports/2022-11-24/who-will-win-the-qatar-world-cup-predict-the-winner-with-this-simulator.html#>
- Premier League predictions. (2023, June 10). FiveThirtyEight. <https://projects.fivethirtyeight.com/soccer-predictions/premier-league/>
- Zielinski, M. (2022, December 4). How to predict who wins the FIFA World Cup 2022 in Qatar? . <https://www.linkedin.com/pulse/how-predict-who-wins-fifa-world-cup-2022-qatar-marek-zielinski/>



Sección 11

La experiencia de los usuarios en servicios deportivos

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Análisis sobre la satisfacción y valor percibido de los usuarios del programa UV Runners – Sostenibilitat

***Pablo Jiménez Jiménez¹, Ana-María Gómez-Tafalla¹,
Manel Reig-Giner¹, Rómulo Jacobo, González
García²***

- 1. Departamento de Educación Física y Deportiva,
Universidad de Valencia.*
- 2. Campus Capacitas, Universidad Católica de
Valencia San Vicente Mártir.*

1. Introducción

En enero de 2023, la Universidad de Valencia inició programa UV Runners-Sostenibilidad, dicho programa está destinado para el PAS, PIF y PDI de la universidad y se centra en el fomento la práctica de actividad física saludable mediante la práctica del running. Dicho programa se materializó a nivel formal en la creación de dos grupos de entrenamiento que recibían una sesión semanal de entrenamiento semanal en dos de los tres campus de deportes de la Universidad de Valencia (los lunes a las 17:00 y los miércoles a las 14:30 en el campus de Blasco Ibáñez). Estas sesiones, dirigidas por un profesional graduado en ciencias de la actividad física y el deporte consistían en la realización de ejercicios de acondicionamiento físico destinados a mejorar la fuerza, resistencia, movilidad y técnica de carrera de los participantes.

De acuerdo con la literatura científica, una de las claves para maximizar la efectividad de estos programas es alcanzar un alto nivel de adherencia por parte de los principales (Thurston & Green, 2004). Asimismo, un elemento clave para conseguir dicha adherencia es que los participantes se muestren satisfechos y perciban un valor añadido respecto a su participación en este tipo de programas. Es por este motivo que se plantea este estudio, el objetivo del cual es evaluar la percepción de los participantes de la primera edición del programa runners UV para poder analizar estos resultados y plantear planes de mejora.

2. Método

INSTRUMENTO

Para a llevar a cabo el trabajo de campo de este estudio se elaboró un cuestionario on-line compuesto por un total de 27 ítems entre los cuáles se incluían variables sociodemográficas (edad, sexo, colectivo universitario al que pertenecían y grupo de entrenamiento en el que participaban), así como por diferentes escalas previamente validadas en la literatura entre las que se incluyeron los cinco ítems de la escala de satisfacción propuesta por Oliver (1997) , tres ítems la escala de valor hedónico de Sweeney & Soutar (2001) , y tres más de la escala de valor utilitario de Sirdeshmukh et al. (2002). Finalmente, se incluyó una última pregunta abierta para que indicaran cualquier cosa que quisieran expresar para mejorar el programa.

PROCEDIMIENTO

Tras la elaboración del instrumento, es cuestionario fue enviado a los participantes del programa mediante un enlace de Google Forms compartido en los grupos de WhatsApp creados para coordinar los entrenamientos. El cuestionario se mantuvo abierto entre el 15 y 22 de junio de 2023 y las personas participantes fueron informadas sobre el carácter voluntario de la participación en el estudio, así como del tratamiento anónimo de los datos recogidos.

PARTICIPANTES

Un total de 24 participantes, con una edad media de 52 (\pm 9,74), completaron el cuestionario. Del total de participantes, un 62,5 % eran mujeres y un 37,5% hombres. Un 45,8% de los encuestados indicaron participar en las clases realizadas los lunes a las 17:00 en el campus de Tarongers, mientras un 54,2% indicaron hacerlo en el grupo de Blasco Ibáñez, los miércoles a las 14:30. Finalmente, 14 (58,3%) de los encuestados indicaron pertenecer al colectivo de personal de administración y servicios (PAS) de la Universidad de Valencia, nueve (37,5%) usuarios indicaron ser parte del personal docente e investigador (PDI) y una persona indicó pertenecer al personal investigador en formación (4,2%) (PIF)

ANÁLISIS DE DATOS

Las respuestas de los participantes fueron importadas a una matriz de datos, mediante la cual se llevó a cabo un análisis descriptivo de los principales indicadores y factores estudiados en el cuestionario. Todos estos análisis fueron realizados mediante el programa JASP (Version 0.16.4; JASP Team, 2022).

3. Resultados

A continuación, en la Tabla 1, se muestran los principales resultados obtenidos.

Tabla 1. Percepción de los participantes del programa UV-Runners sostenibilidad

N= 24	Media	Desviación estandard	Asimetría	Curtosis	Mínimo	Máximo
Satisfacción	4,95	0,106	-2,131	4,14	4,6	5
Valor utilitario	4,96	0,149	-3,797	14,65	4,3	5
Valor hedónico	4,99	0,068	-4,899	24	4,67	5

4. Discusión

Los resultados obtenidos demuestran que de forma general los usuarios participantes en la primera edición del programa UV Runners Sostenibilidad se muestran altamente satisfechos y perciben un gran valor respecto a su participación en este programa. A través del cruce de los datos obtenidos con los comentarios realizados en la pregunta abierta se identifican algunas áreas de mejora, cómo son los materiales de las clases (*"El suelo de césped artificial está un poco viejo. Por todo lo demás y en concreto el profesor, de 10"*), la propuesta de horarios alternativos (*"Horario a partir de las 15:30 por el PAS. Por eso he puesto un 2 en el horario, no me ha dejado poner 1. ¡¡¡El Prof. PABLO lo mejor!!!"*) o la creación de grupos de nivel (*"ya que se ofrecen el curso en varias sesiones, se podrían crear grupos por niveles para continuar progresando"*). Estos resultados serán tomados en cuenta para las futuras ediciones del programa a fin de mejorarlo.

5. Referencias

- Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer McGraw-Hill. *International Editions*.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15-37. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.1.15.18449>
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Thurston, M., & Green, K. (2004). Adherence to exercise in later life: How can exercise on prescription programmes be made more effective? *HEALTH PROMOTION INTERNATIONAL*, 19(3), 379-387. <https://doi.org/10.1093/heapro/dah311>.

Agradecimientos

El primer autor de este trabajo, Pablo Jiménez-Jiménez, agradece el apoyo del contrato predoctoral "FPU20/06649" concedido por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

La experiencia del servicio, el apego y la satisfacción en las intenciones futuras en un centro deportivo: moderación en función del género

Sanchis-Giménez, L.¹, Prado-Gascó, V.², Lluch-Diago, M.³ y García-Pascual, F.⁴

- ^{1.} *Estudiante del Grado de Psicología. Facultad de Psicología y Logopedia, Universitat de València.*
- ^{2.} *Departamento de Psicología Social. Facultad de Psicología y Logopedia, Universitat de Valencia.*
- ^{3.} *Estudiante del Máster Universitario en Inteligencia de Negocio. Universidad Internacional de la Rioja.*
- ^{4.} *Departamento de Educación Física y Deportiva. Facultad Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Universitat de València.*

1. Introducción

Cada vez más la literatura sobre gestión deportiva se va centrando en entender cómo los usuarios interactúan con los centros deportivos y qué perciben sobre ellos (García- Fernández et al., 2018). Es por ello que surge la necesidad de estudiar qué variables influyen en el comportamiento de los usuarios y poder ofrecer un mejor servicio. Entre las variables trabajadas se encuentra la calidad del servicio percibida (Pradeep et al., 2020), la satisfacción (Chiu et al., 2019) y las intenciones futuras (García-Pascual et al., 2021). Las intenciones futuras parecen ir precedidas, entre otros aspectos, por la satisfacción con respecto al servicio (García-Pascual et al., 2021). Esta, a su vez, viene explicada por el apego o engagement, de manera que unos usuarios altamente comprometidos tenderán a interactuar de forma positiva con el centro (Hapsari et al., 2017). A su vez, estas relaciones pueden estar influidas por otras variables, como es el caso del género (García-Pascual et al., 2021). De esta manera, se ha visto que las mujeres parecen evaluar de manera más positiva los servicios deportivos que los hombres, por lo que presentarían unas intenciones futuras más positivas, sin embargo apenas hay estudios que analicen como el sexo puede moderar las relaciones existentes entre las variables antes mencionadas. Por todo ello, el objetivo del presente estudio es estudiar el efecto moderador del género sobre las relaciones entre las variables del modelo de gestión expuesto.

2. Método

La muestra estaba compuesta por 402 participantes de un centro deportivo privado de la provincia de Valencia, siendo el 54.5% hombres (n=218) y el 45.5% mujeres (n=182). La media de edad fue de 39.24 años (DT=16.04; rango=18 a 78). La evaluación de la experiencia del servicio percibida se realizó con la escala adaptada por Klaus y Maklan (2012). La satisfacción se midió con una escala compuesta por 2 ítems (Highower et al., 2002). El apego se evaluó con la Sport Engagement Scale (SES) (Guillén y Martín-Alvarado (2014). Por último, se midieron las intenciones futuras hacia el servicio con la escala de Zeithaml et al. (1996) de 4 indicadores. Los cálculos se realizaron con el software SmartPLS 4 (Ringle et al., 2022).

3. Resultados y discusión

EVALUACIÓN DEL MODELO DE MEDIDA

Para establecer los modelos de medida, se analizaron dos tipos de validez. Primero, se analizó la validez convergente. En los modelos reflectivos, se calcularon la varianza extraída media y la fiabilidad compuesta.

Todos los indicadores superaban los puntos de corte establecidos por Hair et al. (2014), lo que sugirió que no había problemas de validez convergente. A continuación se procedió a analizar la validez divergente con la ratio heterorrasgomonorasgo (HTMT). Todos los indicadores superaban los puntos de corte establecido, lo que sugiere una adecuada validez convergente y discriminante.

EVALUACIÓN DEL MODELO ESTRUCTURAL

Tras analizar la adecuación del modelo de medida se procedió a analizar el modelo estructural general para toda la muestra sin diferenciar por género. Se observaron los niveles de significación de los coeficientes path y los coeficientes de determinación R^2 , ambos generados con la técnica de bootstrapping con 5.000 muestras. Se obtuvo que la experiencia del servicio influía positivamente sobre el engagement ($\beta = .65, t = 21.17, p < .001$) y la satisfacción ($\beta = .57, t = 12.19, p < .001$), que el engagement influía positivamente sobre la satisfacción ($\beta = .31, t = 6.45, p < .001$) y que la satisfacción influía positivamente sobre las intenciones futuras ($\beta = .80, t = 37.33, p < .001$). En cuanto a los valores R^2 , se obtuvo que el 43% de la varianza del engagement venía explicada por la experiencia del servicio ($R^2 = .43$), que la satisfacción venía explicada por la experiencia del servicio y el engagement en un 65% ($R^2 = .65$) y que las intenciones futuras venían explicadas por la satisfacción en un 64% ($R^2 = .64$).

EFECTO MODERADOR

A continuación, se analizó el efecto moderador del género sobre las relaciones del modelo. En base a los resultados obtenidos no parece existir efecto moderador del género sobre las variables objeto de estudio.

4. Conclusiones

Analizar los modelos y las interacciones entre los diferentes factores que lo conforman se ha vuelto una herramienta crucial en la gestión de centros deportivos, obteniendo así información valiosa para el devenir del servicio deportivo. Este trabajo analiza la importancia de analizar variables como el apego, la experiencia del servicio, la satisfacción y la lealtad del usuario, confirmando la influencia positiva que existe en la relación entre ellos.

También se puede concluir que el modelo de gestión analizado funciona de igual manera en hombres y mujeres. Estos resultados son especialmente relevantes para los gestores deportivos puesto que suponen la no necesidad de realizar intervenciones específicas en función del género para aumentar la satisfacción e intenciones futuras de los usuarios de instalaciones deportivas.

5. Referencias

- Chiu, W., Won, D., & Bae, J. (2019). Customer value co-creation behaviour in fitness centres: How does it influence customers' value, satisfaction, and repatronage intention? *Managing Sport and Leisure*, 24(1-3), 32-44. <https://doi.org/10.1080/23750472.2019.1579666>
- García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Vélez-Colón, L., Ortega-Gutiérrez, J., Fernández-Gavira, J. (2018). Exploring fitness centre customer loyalty: Differences of non-profit and low-cost business models in Spain. *Econ. Res. Ekon. Istraživanja*, 31, 1042-1058.
- García-Pascual, F., Pérez-Campos, C., García Sanchez, J., Soto-Rubio, A. and Aguado Berenguer, S. (2021). Models of Sports Management in Fitness Centres. Influence of Sex, Age and Sport Frequency. Linear Models vs. Qualitative Comparative Analysis. *Sustainability*, 13, 8995. <https://doi.org/10.3390/su13168995>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L. and Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) and emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(1), 21-40.
- Pradeep, S., Vadakepat, V. & Rajasenan, D. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction in fitness firms. *Management Science Letter*, 10(9), 2011-2020.

Percepción sobre el gabinete de apoyo al deportista e influencia en el bienestar del alumnado-deportista de la UV

Manel Reig Giner¹, Alberto Vidal Vilaplana¹ y Fernando García Pascual¹

^{1.} *Departament d'Educació Física i Esportiva, Universitat de València.*

1. Introducción

El Servicio de Deportes de la Universitat de València (UVesport) es el órgano responsable de promover la práctica deportiva y proporcionar los medios para facilitar la compatibilidad entre esta y la formación académica del alumnado de la UV. Conseguir un elevado nivel de Bienestar en el alumnado-deportista de la UV, de manera que ofrezca su máximo rendimiento, como en cualquier organización deportiva (Oja, 2019), es el objetivo último de UVesport. Para ello se requiere una alta satisfacción con la vida, junto con un estado óptimo de salud (Diener et al., 1999).

Para mantener un estado óptimo de salud y, con ello, un alto nivel de Bienestar, UVesport dispone de un Gabinete de Apoyo al Deportista (GAD), un servicio que consta de cinco áreas: Médica, Fisioterapia, Psicología, Entrenamiento y Dietética. Este servicio es gratuito para las personas beneficiarias de la ayuda para el alumnado- deportista, que convoca anualmente UVesport para facilitar la conciliación del deporte con la formación universitaria.

La calidad del servicio por parte del GAD repercutirá en un alto valor percibido (Sweeney y Soutar, 2001) y, a su vez, en la satisfacción de las personas deportistas (Cronin et al., 2000). Es entonces cuando, el alumnado-deportista satisfecho que goce de un estado óptimo de salud percibirá altos niveles de bienestar. Por ello, este estudio pretende conocer la percepción de la calidad del servicio del GAD por las y los deportistas, así como la posible existencia de relación en su nivel de Bienestar.

2. Método

Participaron 126 personas deportistas con una edad media de 21,66 años ($\pm 5,43$) y el 92% estudiaban un grado en la UV. El 50% practicaba una modalidad deportiva individual o por parejas y el otro 50% de equipo.

La recogida de datos se realizó con la colaboración de UVesport, mediante la aplicación de un cuestionario online de 38 ítems compuesto por 11 preguntas sociodemográficas y una adaptación de las escalas de Calidad general y de Satisfacción de Hightower et al. (2002), de la escala general de Valor Percibido de Sweeney y Soutar (2011) y de la escala general de bienestar de Lau et al. (2005), todas estas con respuestas tipo Likert del 1 al 5.

Los análisis de los datos se efectuaron mediante el *software* SPSS 25.0. Primero se realizó un análisis descriptivo, a continuación, una valoración general de las dimensiones de calidad y, por último, un análisis de correlación y de regresión lineal múltiple.

3. Resultados y discusión

Todas las variables estudiadas obtuvieron puntuaciones por encima de 4, siendo la Satisfacción, la mejor valorada, con un 4,50 ($\pm 0,65$), seguida de la Calidad con 4,20 ($\pm 0,84$), el Valor Percibido con 4,09 ($\pm 0,73$) y el Bienestar, con 4,08 ($\pm 0,51$), que obtuvo la menor puntuación. El hecho que la Satisfacción obtenga la mayor puntuación puede deberse a que tiene un gran componente emocional, dado que se experimenta en un momento concreto y posterior al consumo del servicio (Chiu et al., 2019), mientras que, en el resto de las variables, predominan componentes cognitivos y su percepción perdura en el tiempo (Nuviala et al., 2021).

Al analizar los servicios del GAD en función del tipo de modalidad deportiva practicada, se observaron diferencias estadísticamente significativas ($p < 0,05$) entre aquellas personas que practicaban deportes de equipo y las que lo hacían individualmente o por parejas, en todas las variables, excepto en el Bienestar. La variable mejor valorada fue el Valor percibido, en deportistas de modalidades de equipo obtuvo un 4,71 ($\pm 0,45$) y en individuales o de parejas un 4,36 ($\pm 0,76$), seguida de la Calidad, con un 4,49 ($\pm 0,66$) frente a 3,87 ($\pm 0,92$), la Satisfacción, con un 4,31 ($\pm 0,64$) frente a un 3,86 ($\pm 0,77$) y, por último, el Bienestar, con 4,13 ($\pm 0,44$) frente a 4,03 ($\pm 0,57$).

Con el objetivo de conocer el grado de asociación de las variables estudiadas se realizó un análisis de correlación. Se observó que todas correlacionaban de forma positiva, moderada y significativa ($p < .001$) con el Bienestar de las y los deportistas: la Calidad del servicio ($r = 0,44$), el Valor percibido ($r = 0,49$) y la Satisfacción ($r = 0,43$). Las dos primeras repercuten en la Satisfacción (Chiu et al., 2019) y esta en el Bienestar (Diener et al., 1999).

Posteriormente, se realizó un análisis de regresión lineal múltiple tomando la Calidad del servicio, el Valor percibido y la Satisfacción como variables independientes y el Bienestar como dependiente. Se observó como estas variables explican el 26,1% de la varianza del Bienestar, pero los coeficientes mostraron como la Calidad ($\beta = 0,13$, $p < 0,75$), Valor ($\beta = 0,20$, $p < 1,5$) y la Satisfacción ($\beta = 0,38$, $p < 0,18$) no ejercen un peso, de manera estadísticamente significativa para que el alumnado-deportista perciba altos niveles de Bienestar.

4. Conclusiones

El GAD ofrece un servicio de alta calidad para el alumnado-deportista de la UV, pero es mejor valorado por aquellas personas que practican deportes de equipo que las que lo hacen de manera individual o en parejas. La Calidad, el Valor Percibido y la Satisfacción están relacionadas entre ellas y parecen estar relacionadas con el Bienestar del alumnado-deportista de la UV, pero no sirven como variables para predecirlo. Futuras líneas de estudio quizás podrían intentar relacionar las ayudas de UVesport con el Bienestar del alumnado-deportista.

5. Referencias

- Chiu, W., Won, D., y Bae, J. S. (2019). Customer value cocreation behaviour in fitness centers: how does it influence customers' value, satisfaction, and repatronage intention? *Managing Sport and Leisure*, 24(1-3), 32-44
- Cronin, J.; Brady, M. y Hult, T. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments, *Journal of Retailing*, 76, (2), 193-218.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., y Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological bulletin*, 125(2), 276.
- Nuviala, R., Pérez, R., Morán, G., y Falcón, D. (2021). Incidencia del género y la edad sobre la calidad, satisfacción y valor percibido de los usuarios de actividades deportivas organizadas. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (42), 37-46.
- Oja, B. D., Kim, M., Perrewé, P. L., y Anagnostopoulos, C. (2019). Conceptualizing A-HERO for sport employees' well-being. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 9(4), 363– 380.
- Sweeney, J. C., y Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.

Análisis de importancia- rendimiento del valor percibido y satisfacción en centros fitness boutique

García-Vallejo, Aurora M.¹, Gálvez-Ruiz, Pablo² y Pedragosa, Vera³

- 1. Departamento de Economía y Administración de Empresas, Universidad de Málaga.*
- 2. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídica, Universidad Internacional de Valencia.*
- 3. Centro de Investigação em Ciências Económicas e Empresariais, Universidade Autónoma de Lisboa.*

1. Introducción

Según IHRSA (2022), los gimnasios tradicionales han evolucionado y madurado hacia nuevos modelos de negocio. Entre ellos, destacan los centros boutique de fitness que se caracterizan por su tamaño reducido y por ofertar programas de acondicionamiento físico de manera individual o en pequeños grupos (por ejemplo, actividades como yoga, pilates, spinning, boxeo, etc.) (Wu et al., 2020). El informe de tendencias fitness en España para 2023 (Veiga et al., 2023) sitúa al entrenamiento personal en grupos reducidos en el 3º lugar y el concepto boutique de fitness en el 28º, constatando el crecimiento de este modelo de negocio. Por tanto, surge la necesidad de profundizar en los elementos esenciales de la satisfacción de los usuarios de estos centros, donde existe escasa bibliografía en cuanto a estudios de evaluación de las percepciones en comparación con otros modelos. Así, el objetivo del trabajo se centra en conocer el rendimiento del valor percibido y la importancia que ejerce en la satisfacción de los usuarios de centros fitness boutique.

2. Método

MUESTRA

La muestra se compone de 376 usuarios de una misma cadena de centros boutique de fitness española que opera a nivel nacional, compuesta por 66 instalaciones, donde el 75.8% de participantes fueron mujeres y el 24.2% hombres, siendo la edad media de 42.3 años (DT=10.1).

INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO

La información fue recogida a través de un cuestionario conformado por diversas escalas validadas. Para medir la satisfacción, se adaptaron 4 ítems de Oliver (1997). El valor percibido estuvo conformado por 22 ítems y cuatro dimensiones adaptadas de Sweeney & Soutar (2001): valor social (8 ítems), valor funcional (6 ítems), valor emocional (5 ítems) y valor económico (3 ítems). Todos los ítems fueron medidos en una escala Likert de 5 puntos (1 = totalmente en desacuerdo; 5 = totalmente de acuerdo). Para la distribución del cuestionario, se contó con la colaboración de los diversos centros de la cadena cuyos responsables enviaron un correo electrónico directamente a la base de datos, con un enlace al formulario.

ANÁLISIS DE DATOS

Se llevó a cabo un análisis de importancia-rendimiento (IPMA), comparando los efectos totales (importancia) del modelo estructural sobre un constructo objetivo, con las puntuaciones medias de las variables latentes predecesoras (rendimientos) (Hair et al., 2017). De esta forma, la variable latente considerada fue el valor percibido (cuatro dimensiones) y el constructo objetivo, la satisfacción.

3. Resultados

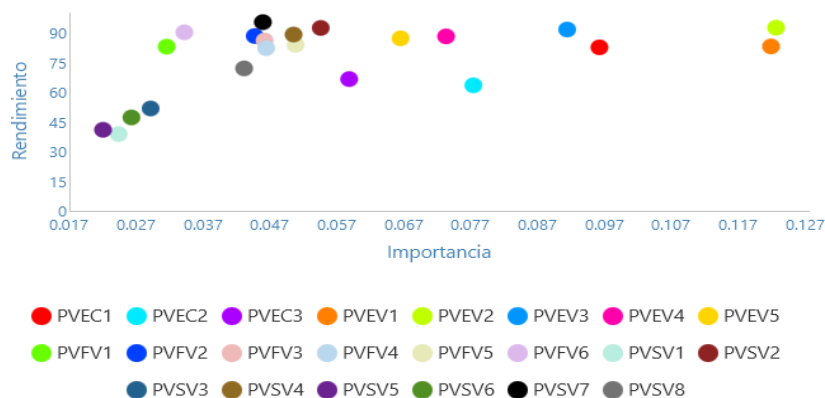
El análisis de consistencia interna, medida a través del alfa de Cronbach, obtuvo un resultado superior a 0.70, concretamente de 0.908 para la satisfacción, 0.800 valor económico (PVEC), 0.808 valor emocional (PVEV), 0.853 valor funcional (PVFV), y 0.827 valor social (PVSV), evidenciando la adecuada confiabilidad de las dimensiones. El IPMA muestra que a nivel de constructo (Figura 1), el valor emocional es particularmente importante para explicar la satisfacción de los usuarios. Al mismo tiempo, el rendimiento de este constructo es elevado. Por otro lado, aunque presenta una importancia reducida para explicar la satisfacción, el constructo con menor rendimiento es el económico (PVEC).

Figura 1. Mapa importancia-rendimiento (dimensiones)



El IPMA a nivel indicador (Figura 2) revela que la posibilidad de entrenar a gusto (ítem PVEV2) y la oportunidad que otorga el entrenamiento para desconectar del día a día (ítem PVEV1), son aspectos de suma importancia para alcanzar la satisfacción de los usuarios. A pesar de mostrar todos los indicadores un rendimiento muy elevado, destacar elementos como el precio de los servicios accesorios (ítem PVEC3), que presenta un rendimiento relativamente más bajo.

Figura 2. Mapa importancia-rendimiento (indicadores)



4. Conclusiones

Los resultados indican que el aspecto emocional ha de ser ampliamente considerado por los gestores de centros boutique si desean alcanzar niveles elevados de satisfacción entre sus usuarios. No obstante, el valor emocional presenta un rendimiento elevado por lo que sería recomendable seguir trabajando en la misma línea. Sin embargo, sería de interés revisar algunas cuestiones como los precios de los servicios adicionales, que presentan una importancia considerable y su rendimiento podría mejorarse.

5. Referencias

- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Castillo Apraiz, J., Cepeda Carrión, G., & Roldán, J. L. (2017). *Manual de Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). OmniaScience. <https://doi.org/https://doi.org/10.3926/oss.37>
- IHRSA. (2022). *The 2022 IHRSA Global Report*. IHRSA Publications.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioural perspective on the consumer*. (1st ed.). McGraw-Hill.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77, 203–220.
- Veiga, Ó. L., Valcarce-Torrente, M., & Romero-Caballero, A. (2023). Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en España para 2023. *Retos*, 47, 680–690. <https://doi.org/10.47197/retos.v47.96200>

Calidad percibida en un servicio deportivo universitario por estudiantes de pregrado: un estudio longitudinal

Enrique Colino¹, Antonio Hernández-Martín², Carlos Majano³ y Daniel Duclos-Bastías^{3,4}

- 1. Facultad de Ciencias de la Salud Universidad Francisco de Vitoria.*
- 2. School of Sport Sciences, Universidad Europea de Madrid.*
- 3. Grupo IGOID, Departamento de Actividad Física y Ciencias del Deporte, Universidad de Castilla-La Mancha.*
- 4. Grupo iGEO. Escuela de Educación Física, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.*

1. Introducción

Promover la práctica de actividad física y la adopción de unos hábitos de vida saludables entre todos los sectores de la población es un asunto de creciente importancia a nivel internacional que atrae cada vez más interés en las sociedades avanzadas actuales, las cuales cuentan con unas tasas de nacimientos cada vez menores y una edad media de la población en aumento progresivo con el paso de los años. Una de las etapas de mayor abandono de la práctica deportiva es la transición a los estudios universitarios, pues a menudo los estudiantes no disponen del tiempo o los espacios adecuados para continuarla debido a distintos motivos como las obligaciones académicas, los horarios o la falta de motivación, entre otros. En este contexto, promover unos servicios deportivos universitarios de calidad dentro de las propias universidades es fundamental para motivar a los estudiantes a practicar actividad física y para fomentar la adopción y la adherencia a unos hábitos de vida saludables que perduren en los años posteriores durante la edad adulta. Por ello, esta investigación tuvo como objetivo evaluar los niveles de calidad percibidos por los estudiantes que utilizan los servicios deportivos ofrecidos por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, en Chile, entre los años 2017 y 2019.

2. Método

MUESTRA

La muestra estuvo compuesta por estudiantes universitarios ($n = 946$) usuarios de los servicios ofertados en las instalaciones deportivas de una universidad chilena, con una edad media de $22,1 \pm 3,1$ años. La muestra total estuvo distribuida en 499 hombres (52,7%) y 447 mujeres (47,3%). A su vez, los participantes fueron clasificados en 3 submuestras: año 2017 ($n_1 = 325$; 55,1% mujeres y 44,9% hombres); año 2018 ($n_2 = 377$; 41,9% mujeres y 58,1% hombres); y año 2019 ($n_3 = 244$; 45,1% mujeres y 54,9% hombres).

INSTRUMENTO

La información se obtuvo del instrumento SERVPERF (Cronin & Taylor, 1992), el cual fue adaptado del modelo SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988). Este instrumento tiene como objetivo medir la percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio recibido en los distintos servicios y actividades deportivas que ofrece la universidad. El instrumento consta de una escala de veintidós ítems calificados en una escala tipo Likert, (1=Malo a 7=Excelente) agrupados en cinco dimensiones: Elementos Tangibles (ítems: 5, 8, 11, 15 y 20), Fiabilidad (ítems: 4, 6, 7, 14 y 19), Capacidad de respuesta (ítems: 2, 10 y 17), Seguridad (ítems: 3, 9, 13 y 22) y Empatía (ítems: 1, 12, 16 18 y 21).

PROCEDIMIENTO

La recolección de información se llevó a cabo durante los meses de septiembre y octubre de cada año (2017, 2018 y 2019). Los participantes fueron seleccionados de forma voluntaria entre los usuarios del Servicio Deportivo Universitario, al inicio o al final de las actividades en los campus que hacen uso de los mismos. Tras leer y firmar un documento de consentimiento informado, un entrevistador capacitado leía los ítems y enunciados contenidos en el instrumento y registraba las respuestas de cada participante que aceptó participar en el estudio y cumplía con los criterios de inclusión.

ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Se comprobó la distribución normal de la muestra mediante la prueba de Kolmogórov- Smirnov. Posteriormente, se realizó un análisis de varianza unifactorial (ANOVA) para comparar las puntuaciones de los distintos ítems cada uno de los años (2017, 2018, 2019), y se utilizó la prueba de Bonferroni para realizar comparaciones por pares post- hoc. Los análisis se llevaron a cabo con el software Statistical Package for the Social Sciences versión 27 (SPSS V27.0).

3. Resultados

La Tabla 2 muestra los resultados obtenidos al comparar las submuestras obtenidas en las mediciones realizadas en 2017, 2018 y 2019, expresados en medias y desviaciones estándar.

Tabla 2. Media y desviación estándar de los ítems en cada una de las dimensiones.

Ítems	20 M	17 DE	20 M	18 DE	20 M	19 DE
<i>Empatía</i>						
Personal suficiente para atención personalizada	4,66	1,53	4,95*	1,43	5,12 ^μ	1,45
Personal se preocupa por intereses	4,94	1,48	5,19	1,32	5,42 ^μ	1,37
Horarios de talleres adecuados	4,55	1,67	4,53	1,73	4,80	1,76
Comprende necesidades	4,62	1,40	4,90*	1,50	5,16 ^μ	1,41
Profesores dan atención personalizada	5,42	1,44	5,44	1,42	5,70	1,26
<i>Capacidad de respuesta</i>						
Profesores dispuestos a ayudar	5,92	1,23	6,02	1,11	6,22 ^μ	1,09
Profesores ofrecen servicio puntual	5,72	1,33	5,89	1,08	6,09 ^μ	1,05
Profesor comunica cuando concluirá actividad	5,70	1,27	5,77	1,16	6,09 ^{#μ}	1,06
<i>Seguridad</i>						
Personal de servicios hace sentir seguridad	5,40	1,27	5,72*	1,20	5,90 ^μ	1,18
Profesores son amables	6,18	1,10	6,15	1,00	6,29	1,06
Personal capacitado para responder preguntas	5,44	1,39	5,72*	1,16	5,92 ^μ	1,21
Profesor inspira confianza a estudiantes	6,02	1,19	6,06	1,09	6,15	1,07

Fiabilidad

Se concluyen servicios en tiempo programado	5,93	1,23	6,04	1,12	6,11	1,15
Personal brinda buen servicio	5,34	1,38	5,52	1,24	5,74 ^μ	1,26
Personal cumple las promesas que hace	5,33	1,40	5,36	1,31	5,52	1,41
Ante problemas personal muestra interés por ayudar	5,26	1,43	5,49	1,30	5,71 ^μ	1,27
Personal tiene registros actualizados y disponibles	5,10	1,44	5,40*	1,41	5,66 ^μ	1,21

Elementos Tangibles

Posee modernas instalaciones deportivas	3,64	1,60	3,91	1,66	4,39 ^{#μ}	1,74
Material impreso atractivo por información	3,83	1,67	4,29*	1,62	4,50 ^μ	1,68
Medio virtual atractivo por información	4,14	1,61	4,65*	1,60	4,77 ^μ	1,55
Instalaciones deportivas visualmente atractivas	3,55	1,63	3,85	1,69	4,34 ^{#μ}	1,76
Profesores tienen apariencia pulcra	5,89	1,28	6,11*	1,02	6,16 ^μ	1,05

M = Media; DE = Desviación estándar; * diferencias 2018vs.2017; # diferencias 2019vs.2018; μ diferencias 2019vs.2017 (significancia en $p < 0,05$)

4. Conclusiones

La capacidad de respuesta y la seguridad son las dimensiones mejor valoradas por los usuarios a lo largo de los años, evidenciando la buena labor desempeñada por los profesores y el personal de servicios, que constituyen la principal propuesta de valor de los servicios deportivos ofrecidos por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso entre los años 2017 y 2019. En el otro extremo, la modernización de las instalaciones y de las herramientas y canales de comunicación siguen siendo, año tras año, la principal tarea pendiente de estos servicios deportivos universitarios.

5. Referencias

- Cronin, J.J., & Taylor, S.A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
<https://doi.org/10.2307/1252296>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Diferencias en la percepción social del evento Sport4Cancer por los residentes según conocimiento previo y formación

Carmen Sarah Einsle¹, Luis Miguel Márquez Povedano², Alejandro Lara-Bocanegra³ y José Miguel Vegara-Ferri²

- ^{1.} *Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de Valencia.*
- ^{2.} *Departamento de Actividad Física y Deporte, Universidad de Murcia.*
- ^{3.} *Departamento de Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla.*

1. Introducción

Los eventos deportivos generan un alto impacto social y económico, proporcionando así una serie de beneficios a los destinos sede (Saez, 2019). El impacto social que generan los eventos deportivos tiene la capacidad de mejorar significativamente aspectos como la imagen del destino, el turismo, y el comercio, pero también la conectividad social y el orgullo comunitario (Mair et al., 2023). Para poder justificar la celebración de futuros eventos deportivos y obtener el apoyo de toda la comunidad es inmensamente importante conocer las percepciones ya sean positivas o negativas (Chersulich Tomino et al., 2020). Por lo tanto, el objetivo de este estudio es comparar la percepción social de los residentes de las localidades de acogida del evento deportivo Sport4Cancer según conocimiento previo del evento y nivel de formación del residente.

Sport4Cancer es un evento multideportivo que se celebra en el litoral del Mar Menor y cuenta con más de 100 actividades deportivas y sociales. El evento está cofinanciado por la Comisión Europea bajo el programa Erasmus+. El objetivo del estudio es analizar las diferencias en la percepción social del evento Sport4Cancer por los residentes de las comunidades de acogida según la fase del evento y el género.

2. Método

PARTICIPANTES

La muestra estuvo compuesta por un total de 569 participantes, un 37,4% eran hombres y un 62,6% mujeres con una edad media de 41,8 años. En cuanto a la fase, un 67,3% de los participantes fueron en la fase pre y un 32,7% durante el evento.

INSTRUMENTOS

El cuestionario estaba compuesto por 21 ítems divididos en cuatro dimensiones: Beneficios económicos, socioculturales y psicosociales, beneficios en la imagen y promoción, y costes sociales (Vegara-Ferri, 2022). La respuesta tenía una escala tipo Likert de 7 puntos (1- Muy en desacuerdo a 7 – Muy de acuerdo).

PROCEDIMIENTO

La recolección de datos se realizó de forma online utilizando la herramienta encuestas de la universidad de Murcia. Los datos de la fase previa se recogieron durante las dos semanas previas al evento a través de anuncios en Facebook, y los datos in-situ se recogieron mediante tablets y flyers durante la realización del evento. El evento tuvo lugar entre el 21 y 23 de abril de 2023. Este estudio está cofinanciado por la Unión Europea (ID: 101050018).

3. Resultados

La Tabla 1 muestra la comparativa de las variables en relación al conocimiento previo del evento por el residente y su nivel de formación. Respecto al conocimiento previo del evento, los resultados indican que aquellos residentes que tuvieron información previa del evento tuvieron una mejor percepción en comparación con aquellos que no fueron informados. La percepción económica y deportiva fueron aquellas mejor valoradas por ambos grupos por encima de la percepción social. Las personas sin conocimiento previo tuvieron peor percepción de los costes medioambientales. Ambos grupos tuvieron un alto apoyo al evento. Existieron diferencias estadísticamente significativas en todas las variables ($p < 0,01$).

Tabla 1. Estadísticos comparativos de la percepción de social según género y fase.

Variables	Conocimiento previo				Sig.
	Sí (n=349)		No (n=214)		
	M	SD	M	SD	
Percepción Económica	6,31	1,0	5,97	1,0	,001***
Percepción Social	5,86	1,2	5,15	1,3	,001***
Percepción Deportiva	6,17	1,1	5,71	1,3	,001***
Percepción medioambiental	3,94	1,5	4,24	1,4	,010**
Apoyo al evento	6,53	1,0	6,09	1,2	,001***
Variables	Formación				Sig.
	Estudios no universitarios (n=241)		Estudios universitarios (n=322)		
	M	SD	M	SD	
Percepción Económica	6,34	,9	6,07	1,1	,001***
Percepción Social	5,87	1,1	5,40	1,4	,001***
Percepción Deportiva	6,12	1,1	5,88	1,3	,017**
Percepción medioambiental	4,02	1,6	4,09	1,5	,616
Apoyo al evento	6,42	1,1	6,31	1,1	,238

Nota: ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Por otro lado, según nivel de formación, los residentes con menor formación tuvieron mejor percepción del evento Sport4Cancer que aquellos con estudios universitarios. Los resultados fueron muy similares a los obtenidos según conocimiento previo, en este caso los residentes sin formación universitaria muy bien los aspectos económicos y deportivos por encima de la percepción social. Además, los costes medioambientales fueron superiores en los residentes con formación universitaria. El grado de apoyo en ambos grupos fue muy alto con valores superiores a seis puntos. Se encontraron diferencias estadísticamente significativas en la percepción económica, social y deportiva ($p < 0,05$).

4. Conclusiones

Las principales conclusiones del estudio son que la percepción social del evento Sport4Cancer por parte de los residentes según el nivel de conocimiento previo del evento fue buena teniendo una mejor percepción los residentes con información previa. Además, las participantes con menor nivel de formación también tuvieron una mejor percepción social del evento, siendo más críticos los residentes con estudios universitarios.

5. Referencias

- Chersulich Tomino, A.; Perić, M. & Wise, N. (2020). Assessing and Considering the Wider Impacts of Sport-Tourism Events: A Research Agenda Review of Sustainability and Strategic Planning Elements. *Sustainability*, 12, 4473. <https://doi.org/10.3390/su12114473>
- Mair, J., Chien, P. M., Kelly, S. J., & Derrington, S. (2023). Social impacts of mega-events: a systematic narrative review and research agenda. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 538–560. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1870989>
- Sáez, J. A. S. (2019). Los eventos deportivos como instrumento de desarrollo local. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 14(41), 91-92. <https://doi.org/10.12800/ccd.v14i41.1268>
- Vegara-Ferri, J.M. (2022). *Análisis y evolución de la percepción del impacto social y turístico del evento deportivo de ciclismo en ruta “La Vuelta”* [Tesis doctoral]. Universidad de Murcia.



Sección 12

Sostenibilidad y prácticas verdes

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Acciones de sostenibilidad en las federaciones deportivas de la Comunidad Valenciana

Cristian Gregori-Faus¹, Josep Crespo Hervás¹, Sergio Aguado Berenguer¹ y Alberto Vidal-Vilaplana¹

^{1.} *Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Valencia.*

1. Introducción

El contexto deportivo ha recibido una especial atención en los últimos años en relación a como este puede afectar a la sociedad que lo rodea (McCullough et al., 2023), tanto por parte de la comunidad académica como la profesional (Morán-Gómez et al., 2024), con la intención de reducir los impactos negativos que ocasiona el deporte sobre el medio ambiente y al mismo tiempo, conocer como el deporte puede influir en la población para que estos se comporten de una manera más responsable (Cayolla et al., 2023). Sin embargo, a pesar de este aumento en la atención de la relación entre el deporte y la sostenibilidad y del incremento cada vez mayor de iniciativas relacionadas con la sostenibilidad por parte de las organizaciones deportivas, sigue existiendo una falta de coherencia en la tipología de las acciones, así como en su manera de reportar la efectividad de estas (Morán-Gómez et al., 2024)

Por otro lado, las Federaciones Deportivas (FD) y su estructura asociativa conforman una estructura ideal para crear esa conciencia sobre las acciones sostenibles (Hugaerts et al., 2023), lo que realza la importancia de la coherencia entre las acciones que se llevan a cabo por parte de este tipo de asociaciones y los resultados esperados por su parte (Cayolla et al., 2023). Por ese motivo, el objetivo de este trabajo analizar el nivel de compromiso que tienen las diferentes FD de la Comunidad Valenciana con el desarrollo sostenible y conocer cuáles y que tipo de acciones son las más presentes entre este tipo de organizaciones deportivas.

2. Método

Para la recolección de toda la información objetivo del análisis de este trabajo, se accedió a la página web de la Generalitat Valenciana, a través de la cual se extrajeron el total de 58 FD presentes en la Comunidad Valenciana y en segundo lugar y seguidamente se examinaron minuciosamente las páginas web de todas las federaciones con la intención de obtener toda la información posible sobre las iniciativas sostenibles llevadas a cabo por cada una de las FD autonómicas.

Para el proceso de extracción de la información de las páginas web de las FD, que se llevó a cabo durante el mes de marzo de 2024, se realizó la lectura completa todos los apartados de la página anotando todos los datos relevantes para su posterior análisis y, en segundo lugar, se realizó una búsqueda de las palabras clave “sostenibilidad”, “ambiental” “medio ambiente”, “Medio natural”, “ODS”, “Objetivos”, “Misión”, “Visión” y “Valores” a través de los buscadores de las propias páginas web, excluyendo en todo momento la información de las noticias y los blogs con la intención de evitar información con un carácter temporal de manera similar a Hugaerts et al., (2023).

3. Resultados

Como principales resultados de este trabajo podemos destacar que de las 58 FD que existen en la Comunidad Valenciana, solamente dos no cuentan con una página web dejando a los 56 restantes como objeto de este estudio. De estas, solamente 16 (28,57%) contaban con algún tipo de iniciativa en la información disponible, las cuáles se presentaban en una página web dedicada a la sostenibilidad en una ocasión (1,79%), en 12 (21,43%) del total de federaciones, se presentaban en otros apartados secundarios de la página web y en tres de las ocasiones (5.36%) se presentaban tanto en una página web dedicada como en otros apartados secundarios de la web.

Entre las federaciones que presentaban algún tipo de iniciativa, podemos encontrar un caso en el que la sostenibilidad forma parte de la misión, visión y valores de la organización y otros 3 en los que la sostenibilidad está integrada dentro de los objetivos estratégicos de la federación. En cuanto a las iniciativas encontradas, en primer lugar, se descartan todas aquellas iniciativas genéricas (ej. el desarrollo de la actividad se realizará de manera respetuosa con el medio ambiente) y con las restantes se consiguen clasificar en seis categorías diferentes: (a) acciones en eventos, (b) contenidos en la formación, (c) características de organización, (d) publicaciones, (e) aplicaciones y (f) ayudas económicas obteniendo un total de 26 iniciativas entre las cuales podemos encontrar diez consideradas como acciones de alta intensidad y 16 consideradas como de baja intensidad (Hugaerts et al., 2023)

Por último, podemos observar que, siguiendo la tipología de integración de la sostenibilidad (Hugaerts et al., 2023; McCullough et al., 2016), el 71,43% (n=40) de las federaciones Valencianas se encuentran en la *ola 0*, el 21,43% (n=12) se encuentran en la *ola 1*, 2 de las federaciones (3.57%) se encuentran en la *ola 2* y las 2 restantes (3.57%) en la *ola 3*.

4. Discusión y conclusiones

En línea con otros estudios similares (Hugaerts et al., 2023; McCullough et al., 2020), los resultados presentes en este análisis indican una falta destacable de participación por parte de las organizaciones deportivas, corroborando a los autores Hugaerts et al., (2023) cuando afirman que la pasividad ambiental parece estar institucionalizadas en las FD. Por otro lado, los resultados de este estudio difieren de los resultados de (Moon et al., 2022) en cuanto a la tipología de las acciones llevadas a cabo por las FD, aunque coincidiendo en dos ocasiones con sus resultados en el caso de las categorías de las acciones en los eventos y la características de la organización.

Como principal conclusión, podemos remarcar que, en la Comunidad Valenciana la implementación de sostenibilidad por parte de las FD es escasa y sobre la cuál deberíamos poner el foco de atención si queremos aprovechar el potencial del contexto deportivo para crear una sociedad más sostenible.

5. Referencias

- Cayolla, R. R., Escadas, M., Biscaia, R., Kellison, T., Quintela, J. A., & Santos, T. (2023). Fans' perceptions of pro-environmental sustainability initiatives in sport and triple bottom line benefits. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 24(2), 395–421. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-07-2022-0141>
- Hugaerts, I., Scheerder, J., Zeimers, G., Corthouts, J., Van de Sype, C., & Könecke, T. (2023). Are sport organisations environmentally sustainable? – A website analysis of sport federations in Belgium. *European Sport Management Quarterly*, 23(1), 38–58. <https://doi.org/10.1080/16184742.2022.2093391>
- McCullough, B. P., Hardie, A., Kellison, T., & Dixon, M. (2023). Environmental perspectives of external stakeholders in sport. *Managing Sport and Leisure*, 28(6), 670–683. <https://doi.org/10.1080/23750472.2021.1950037>
- McCullough, B. P., Pelcher, J., & Trendafilova, S. (2020). An Exploratory Analysis of the Environmental Sustainability Performance Signaling Communications among North American Sport Organizations. *Sustainability*, 12(5), Article 5. <https://doi.org/10.3390/su12051950>
- McCullough, B. P., Pfahl, M. E., & Nguyen, S. N. (2016). The green waves of environmental sustainability in sport. *Sport in Society*, 19(7), 1040–1065. <https://doi.org/10.1080/17430437.2015.1096251>
- Moon, P., Bayle, E., & François, A. (2022). Assessing International Sport Federations' Sustainability Practices: Toward Integrating Sustainability in Their Main Sports Events. *Frontiers in Sports and Active Living*, 3. <https://doi.org/10.3389/fspor.2021.752085>
- Morán-Gámez, G., Fernández-Martínez, A., Biscaia, R., & Nuviala, R. (2024). Measuring Green Practices in Sport: Development and Validation of a Scale. *Sustainability*, 16(2), Article 2. <https://doi.org/10.3390/su16020494>

Análisis exploratorio sobre la percepción de las acciones de sostenibilidad de un centro deportivo

***Cristian Gregori-Faus¹, Nuria Molina-García²,
Juan Manuel Núñez Pomar¹ y Daniel Ordiñana-Bellver³***

- 1. Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Valencia.*
- 2. Departamento de didáctica general y didácticas específicas, Universidad de Alicante.*
- 3. Escuela de Doctorado, Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir.*

1. Introducción

Conscientes del impacto ambiental que generan las instalaciones deportivas (Morán- Gámez et al., 2024) las diferentes organizaciones deportivas muestran cada vez más su interés por llevar a cabo acciones que ayuden a disminuir este impacto (Cayolla et al., 2021). No sólo con la intención de convertirse en organizaciones ambientalmente más responsables, sino además con la intención de influenciar a sus usuarios hacia unos comportamientos más sostenibles (McCullough et al., 2023) gracias a la capacidad que tiene el sector deportivo para visibilizar este tipo de iniciativas sostenibles y concienciar a una gran masa de seguidores (Cayolla et al., 2021).

Como destacan Morán-Gámez et al. (2024), existe una gran variedad de acciones relacionadas con el desarrollo sostenible en las instalaciones deportivas, lo que aunque demuestra gran interés por los organizadores en aplicar este tipo de medidas. Sin embargo, en la gran mayoría de ocasiones no van ligadas a unos objetivos claros y por tanto no tienen un resultado que se pueda medir y tomar como referencia para saber el desempeño de dichas acciones (Cayolla et al., 2023), dificultando así su estandarización en otros servicios deportivos. Pero, paralelamente, podemos encontrar líneas de trabajo que nos permiten conocer, no solo acciones concretas encaminadas a mejorar el desempeño sostenible de una organización deportiva, sino además, maneras concretas de medir y comunicar los resultados (McCullough et al., 2023).

Por lo tanto, cabe preguntarse cuáles son los motivos por los que las diferentes organizaciones deportivas no presentan estos objetivos, resultados o informes de su desempeño ambiental (Cayolla et al., 2023; McCullough et al., 2023) Para ello, y debido a la importancia del papel de los trabajadores para el desarrollo de actividades sostenibles en un organización, y más concretamente el de los gestores deportivos (Stinnett & Gibson, 2016), el objetivo de este trabajo es conocer la percepción de las acciones relacionadas con la sostenibilidad en esos centros deportivos por parte del gestor, para identificar cuáles son las principales dificultades en las acciones presentes y al mismo tiempo conocer como perciben la suficiencia de esas acciones los propios usuarios de la instalación deportiva para mejorar la sostenibilidad de la instalación deportiva.

2. Método

Para este estudio se realizó una investigación exploratoria con muestreo mixto, combinando una metodología cuantitativa para la obtención de las valoraciones de los usuarios del centro deportivo y una metodología cualitativa para la obtención de la información del gestor deportivo.

Para el análisis de la percepción de los usuarios se utilizó una escala con 6 ítems de creación propia ($\alpha=.921$), para preguntar sobre la percepción sobre la suficiencia de las acciones presentes en la instalación deportiva. Y, para la percepción del gestor deportivo, se utilizó una entrevista semiestructurada

La muestra está compuesta por un total de 90 usuarios del servicio de deportes de una universidad pública, de los cuales el 46,67% de la muestra estaba conformada por hombres frente al 52,22% de mujeres y el 1,11% restante que se declaró como genero no binario con una edad media de $21,20 \pm 3,48$ años, además de la persona responsable de las instalaciones deportivas del servicio de deportes para la parte cualitativa. Por último, para análisis de los datos cuantitativos se realizó a través del programa estadístico SPSS, y para los datos cualitativos se utilizó el programa MaxQDA.

3. Resultados

A través del análisis de la entrevista con la persona responsable de las instalaciones deportivas podemos extraer cinco categorías a tener en cuenta en la percepción de las acciones de sostenibilidad en las instalaciones deportivas de la universidad en concreto, que serían: (a) Acciones, (b) Reflexiones, (c) Carencias, (d) Posibles acciones futuras y (e) Dificultades, pudiendo además, encontrar un total de 15 acciones disponibles en las instalaciones y pudiendo dividir las o categorizarlas según el compromiso necesario con la sostenibilidad para llevarlas a cabo.

Por otro lado, en cuanto a las valoraciones por parte de los usuarios podemos observar una valoración media de $3,47 \pm ,863$ en el conjunto total de las acciones siendo el ítem que hace referencia a los protocolos de seguridad y de salud el mayor valorado ($3,76 \pm 1,063$) frente a las medidas tomadas para la reducción del consumo energético ($3.17 \pm ,963$) siendo el peor ítem valorado de los 6.

4. Discusión y conclusiones

En primer lugar, los resultados obtenidos en este trabajo confirman las afirmaciones de los autores Cayolla et al. (2023) y Morán-Gómez et al. (2024) en cuanto a la falta de informes de resultados u objetivos claros para el desempeño ambiental de las instalaciones deportivas. De la misma manera que ocurre con los resultados obtenidos por Stinnett & Gibson, (2016) donde los procesos administrativos suponen uno de las mayores dificultades percibidas. Y además, también podemos encontrar similitudes con el estudio de McCullough et al. (2023) a través del cual encuentran opiniones sobre la atribución de la importancia de la adopción de estas medidas por parte de las instalaciones deportivas, al igual que los resultados presentes en este análisis bajo la categoría (b) Reflexiones.

Por último, cabe destacar la diferencia entre la relación de las respuestas por parte de los usuarios y por el gestor deportivo, en el cual el gestor indica que no realizan ninguna comunicación relacionada con la seguridad y la salud, siendo este ítem el mayor valorado, lo que abre la puerta hacia nuevas investigaciones sobre como perciben los las acciones llevadas a cabo por parte de la instalación o cuales de ellas son capaces de percibir y cuales no para conocer en mayore detalle el nivel de percepción de dichas acciones.

5. Referencias

- Cayolla, R. R., Escadas, M., Biscaia, R., Kellison, T., Quintela, J. A., & Santos, T. (2023). Fans' perceptions of pro-environmental sustainability initiatives in sport and triple bottom line benefits. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, *24*(2), 395–421. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-07-2022-0141>
- Cayolla, R. R., Santos, T., & Quintela, J. A. (2021). Sustainable Initiatives in Sports Organizations—Analysis of a Group of Stakeholders in Pandemic Times. *Sustainability*, *13*(16), Article 16. <https://doi.org/10.3390/su13169122>
- McCullough, B. P., Hardie, A., Kellison, T., & Dixon, M. (2023). Environmental perspectives of external stakeholders in sport. *Managing Sport and Leisure*, *28*(6), 670–683. <https://doi.org/10.1080/23750472.2021.1950037>
- Morán-Gámez, G., Fernández-Martínez, A., Biscaia, R., & Nuviala, R. (2024). Measuring Green Practices in Sport: Development and Validation of a Scale. *Sustainability*, *16*(2), Article 2. <https://doi.org/10.3390/su16020494>
- Stinnett, B., & Gibson, F. (2016). Sustainability and Recreational Sports Facilities: An Exploratory Study regarding Levels of Institutional Adoption. *Recreational Sports Journal*, *40*(1), 92–104. <https://doi.org/10.1123/rsj.2014-0063>

Eficiencia energética desde el punto de vista del gestor deportivo. Instalación de sistema de energía fotovoltaica y su resultado económico en Club Deportivo Santa Ana

Rodrigo Ibáñez García¹, Manuel Chavarrías Olmedo¹, Francisco Cavas García² y Alfonso Martínez Moreno²

- ^{1.} *Escuela Universitaria de Osuna. Universidad de Sevilla.*
- ^{2.} *Universidad de Murcia, Actividad Física y Deportes. Grupo Investigación UMUSPORT.*

1. Introducción

Las instalaciones deportivas son grandes consumidoras de recursos energéticos, debido a la iluminación, el confort climático y, especialmente a las instalaciones acuáticas por los requerimientos de temperatura del agua y parámetros del aire (Endesa, 2008). En la cuenta de resultados de una empresa, la partida energética es la que más incidencia tiene junto a la del personal. Los avances en el campo de la eficiencia energética permiten que los gestores deportivos optimicen esta partida, obteniendo resultados económicos óptimos y cumpliendo con la responsabilidad social de las empresas de velar por el medio ambiente.

En el ámbito de responsabilidad de los gestores deportivos, está el intervenir en la contratación de las tarifas más propicias, sea en con precios indexados o fijos, tanto en gas como en luz, pero al tiempo, debe incidir en la modernización de las instalaciones climáticas, luminarias y ahora también, puede focalizar su atención en la producción de energía para consumo propio, incluso la venta de excedentes. El reto para el gestor es doble, además del mencionado objetivo económico, nos enfrentamos a crear un ambiente confortable para el usuario al menor coste posible.

Este artículo expone el caso real de Club Deportivo Santa Ana, un centro social y deportivo situado en la ciudad de Cartagena, que cuenta con 35 trabajadores en plantilla y más de 9.000 clientes. Las instalaciones están compuestas de 10 pistas de tenis, 7 de pádel, 3 polideportivas, 1 piscina semiolímpica cubierta, 1 olímpica descubierta, salón social, gimnasio, squash 4 salas de fitness y otras instalaciones auxiliares, para un total de 37.500 metros. Debido a las tensiones de tesorería y a los años de crisis en la gestión de éste, se acumuló una deuda que lo abocaba a causa de disolución. Para evitar el cierre, se trazó un plan de recuperación que incluía mejoras de eficiencia energética. Se inició la mejora de aislamientos, se optimizó las horas de funcionamiento de la maquinaria y se hizo una renovación de todas las luminarias de las pistas y edificios que consiguió reducir el consumo ostensiblemente. No obstante, la empresa no se detuvo ahí, si no que continuó proyectando una instalación de energía fotovoltaica.

El paso inicial consistió en realizar una auditoría energética en 2017-2018 (Rico, 2017), resultando un consumo eléctrico de 461.000 kWh/año. Con arreglo a esta auditoría, se decidió acudir a subvenciones para eficiencia de los fondos FEDER, iniciando en abril de 2021 por la sustitución de las 204 luminarias de halogenuro metálico de las pistas deportivas, con un proyecto valorado en 29.874,85€ y con una subvención del 50% del total de la inversión.

En términos de ahorro de consumo, se pasó de un consumo de 134.902 kWh/año, a un consumo de 57.405 kWh/año, lo que supone un 57,4% de ahorro anual, lo cual permitió reducir también el término de energía contratada.

En la tercera fase, se procedió a concursar por subvenciones para la instalación de una instalación fotovoltaica de 123 kWp. (Arróniz, 2019). Proyectada para conseguir un retorno de la inversión en 3,6 años, siendo financiada íntegramente por el proveedor en una operación al 2% de interés y aportaría una media del 35% al consumo de la instalación, para un importe total de 86.666 s/IVA.

2. Objetivo

Determinar el impacto económico de las medidas de eficiencia energética implantadas en Club Deportivo Santa Ana, valorando si la inversión en una instalación fotovoltaica ha sido eficaz a nivel económico, y su impacto en la cuenta de resultados.

3. Material y método

Para alcanzar el objetivo planteado se han usado dos aplicaciones de gestión de consumo y producción de energía de la planta fotovoltaica, como son Telegest y FusionSolar, que monitorizan toda la instalación. La aplicación de producción FusionSolar, se puso en funcionamiento en enero de 2024, mientras que Telegest lleva aportando datos desde 2018. Así mismo, fue necesario estudiar la cuenta de resultados de la mercantil para comprobar el impacto económico.

4. Resultados

La energía auto consumida desde la instalación en julio de 2023 se cifró en 168.929 kWh suponiendo un 35% de ahorro anual, lo cual permitió reducir también el término de energía y el término de potencia.

Tabla 1. *Ahorro económico en factura de luz y energía aportada.*

Término de energía	Ahorro por energía consumida	168.929 kWh	22.461 €
Término de potencia	Ajuste en potencia/periodo	110/115/115/160	4.231€
Energía aportada	482.852 kWh	168.929 kWh	35%

El impacto en las cuentas de resultado de la empresa fue muy positivo, teniendo en cuenta que la comparativa se realiza sólo en la segunda mitad el año 2023 con el año 2022. Con la llegada del cambio de hora de octubre de 2023, se redujo el ahorro al tener menos horas de luz, siendo igualmente una mera aproximación, la proyección que se podría efectuar en un año completo debido a la cantidad de días de sol.

Tabla 2. Comparativa de ahorro de consumo total anual de luz y coste total anual

	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo eléctrico MWh/año	544,31	490,04	454,43	457,94	346,91
Gasto en €/año	66.185	50616	70.535	80.226	75.619*
% ahorro respecto a sit. original	--	--	36,9	17,5	5,7*

* Incluye la cuota de financiación de la instalación desde julio de 2023.

5. Discusión y conclusiones

Las operaciones para la mejora de la eficiencia energética de los centros deportivos se han vuelto más complejas y las inversiones cada vez mayores. Por ello, desde la gestión deportiva se debe ahondar en la formación en estos aspectos, siendo algo ineludible, tanto por su responsabilidad económica sobre las sociedades mercantiles, como por la responsabilidad social corporativa que supone la disminución de emisiones de CO2 y contribuir a la sostenibilidad global. En casos como el que nos ocupa, se muestra muy beneficioso, pero al tiempo inabarcable, el realizar una inversión de la cuantía propuesta, salvo que se lleguen a acuerdos creativos y beneficiosos para el instalador y la mercantil. Si bien la operación es rentable y se amortizará en el plazo estipulado de 3 años y 6 meses, se muestra altamente interesante que la financiación sea en mayor plazo que la amortización, puesto que dotamos de una liquidez extra a la empresa a un bajo interés, merced a que el ahorro producido por la instalación. Añadido a este hecho, la consecución de subvenciones por el 35% de la inversión, dará opción a una amortización anticipada del préstamo o nuevas inversiones en la mejora de la instalación. El periodo medio del cobro se sitúa en los 18 meses, siendo el proceso bastante farragoso a nivel administrativo y en el cual se hace altamente recomendable apoyarse en ingenierías especialistas. En Club Deportivo Santa Ana, la inversión de colocar una instalación fotovoltaica ha resultado un éxito. Se ha conseguido una bajada clara de consumo y se ha aminorado la partida de gasto destinada a ese efecto, reportando mayores beneficios en el futuro, una vez amortizada.

6. Referencias

- Arróniz, A. (2019). Renovación de sistemas de iluminación en Club Deportivo Santa Ana.
- Endesa (2008). Guía de eficiencia energética en Instalaciones Deportivas. *Dirección General de Industria, Energía y Minas de la Comunidad de Madrid*.
- Rico, J. (2017). Auditoría energética de Club Deportivo Santa Ana.

¿Construyendo un Futuro Activo y Sostenible? Factores que impulsan las intenciones de emprender sostenibles en el alumnado de Ciencias del Deporte

Daniel Ordiñana-Bellver¹; Carlos Pérez-Campos²; María Huertas González-Serrano³ y Sergio Aguado-Berenguer³

- ^{1.} *Escuela de Doctorado, Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir.*
- ^{2.} *Campus Capacitas, Universidad Católica de Valencia “San Vicente Mártir.*
- ^{3.} *Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Valencia.*

1. Introducción

Actualmente, la sostenibilidad es una de las preocupaciones generales a nivel internacional cuyas metas vienen plasmadas en la Agenda 2030, descritas a partir de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) (Dai & Menhas, 2020). Así pues, desde el sector deportivo se debe colaborar con dichos fines a través de iniciativas en las que el deporte aporte todo aquello que su potencial permite tanto a nivel social, cultural y medioambiental (Uher et al., 2022). A través del emprendimiento sostenible, el deporte puede contribuir a la consecución de las directrices estipuladas por la Agenda 2030.

La universidad actual debe incentivar el desarrollo de un comportamiento sostenible en su alumnado. Según Matic et al. (2022), el primer paso para hacerlo es formar al alumno en conocimientos teórico-prácticos para forjar la autoconfianza de control, confianza y competencia sobre aquello que se pretende poner en práctica. Por tanto, el objetivo principal de este trabajo analizar a través de la TPB de Ajzen (2020) las variables predictoras de las intenciones de emprendimiento sostenibles del alumnado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte.

2. Método

MUESTRA

La muestra se compone por 561 alumnos/as del grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de universidades de Valencia, de los cuales el 74.70% eran hombres y, el 25.30% restante, mujeres. La edad media de la muestra se sitúa en 21.64 años (DT=3.87)

INSTRUMENTO

Para la recolección de los datos se utilizó un cuestionario formado por las siguientes escalas de So Compromiso público y cívico (Byrne et al., 2020) ($\alpha=,60$), de habilidades relacionadas con el emprendimiento ($\alpha=,79$): (Liñán & Chen, 2009), de actitud hacia la conducta (sostenibilidad) ($\alpha=,87$): (Tang, 2018), de Control del comportamiento percibido ($\alpha=,85$): (Liñán, 2008), de Norma subjetiva ($\alpha=,81$): (Liñán, 2008), y de Intenciones de emprendimiento sostenible ($\alpha=,86$): (Thelken & de Jong, 2020) Pare ello, se utilizó una escala Likert en la que 1 significaba “Totalmente en desacuerdo” y, 5, Totalmente de acuerdo”:

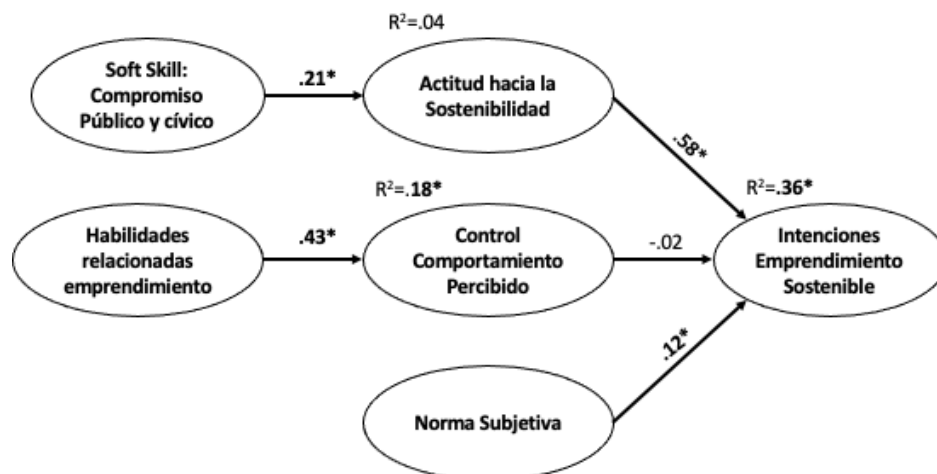
ANÁLISIS DE DATOS

Se realizó un modelo de ecuaciones estructurales utilizando todas las variantes descritas anteriormente, utilizando el programa estadístico Smart-PLS para comprobar la consistencia del mismo, así como la importancia de cada una de las variables en la predicción de las intenciones de emprender sostenibles.

3. Resultados

Se realizó un modelo de ecuaciones estructurales que fue capaz de explicar el 36% ($R^2=36$) de la varianza de las intenciones de emprender sostenibles del estudiantado de Ciencias de la Actividad física y el Deporte. La Actitud hacia la Sostenibilidad ($\beta = 0.58$; $p < .001$) y la Norma Subjetiva ($\beta = 0.12$; $p < .001$) ejercieron una influencia directa positiva y estadísticamente significativa en las Intenciones de Emprender Sostenibles. La Soft Skill Compromiso Público y Cívico ($\beta = 0.21$; $p < .001$) ejerció una influencia positiva y estadísticamente significativa en a la Actitud hacia la Sostenibilidad explicando el 4% de esta variable. Por último, las Habilidades Emprendedoras ($\beta = 0.43$; $p < .001$) influyeron positivamente y de manera estadísticamente significativa al Control del Comportamiento Percibido explicando el 18% de esta variable. A continuación, en la Figura 1 se presenta el modelo.

Figura 1: Modelo de medida sobre las Intenciones de Emprender Sostenibles



4. Conclusiones

La actitud hacia la sostenibilidad es la variable más explicativa de las intenciones por emprender de manera sostenible, seguida por la norma subjetiva. Por tanto, parece ser que aquellas variables relacionadas con actitudes e influencia social son más determinantes a la hora de orientar a los futuros emprendedores sostenibles en el deporte. Por un lado, parece necesaria la estimulación de Soft Skills como el Compromiso Público y Cívico catalizador de las actitudes hacia la sostenibilidad. Es decir, el tener conciencia por el bien común y por poner en práctica iniciativas sostenibles, estimulará las intenciones de emprendimiento sostenibles. De la misma manera, el valor atribuido a la opinión del círculo cercano de influencia sobre la creación de una empresa sostenible también será uno de los factores determinantes.

5. Referencias

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324.
- Byrne, Z. S., Weston, J. W., & Cave, K. (2020). Development of a Scale for Measuring Students' Attitudes Towards Learning Professional (i.e., Soft) Skills. *Research in Science Education*, 50(4), 1417-1433.
- Dai, J., & Menhas, R. (2020). Sustainable Development Goals, Sports and Physical Activity: The Localization of Health-Related Sustainable Development Goals Through Sports in China: A Narrative Review. *Risk Management and Healthcare Policy*, 13, 1419-1430.
- Liñán, F. (2008). Skill and Value Perceptions: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4, 257-272.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Matic, R. M., Gonzalez-Serrano, M. H., Damnjanović, J., Maksimovic, B., Papić-Blagojević, N., Milošević, I., & Vuković, J. (2022). Professional competencies development of sports science students: The need for more entrepreneurship education. *Management & Marketing*, 17(s1), 426-448.
- Tang, K. H. D. (2018). Correlation between sustainability education and engineering students' attitudes towards sustainability. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 19(3), 459-472.
- Thelken, H. N., & de Jong, G. (2020). The impact of values and future orientation on intention formation within sustainable entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 266, 122052. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122052>

El desarrollo sostenible en eventos deportivos: una revisión sistemática

Luis Miguel Márquez-Povedano¹, Luis Martín-Martínez², Antonio Muñoz Llerena², Moisés Grimaldi-Puyana²

- ^{1.} *Departamento Actividad Física y Deporte, Universidad de Murcia.*
- ^{2.} *Departamento Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla*

1. Introducción

Varios de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la agenda 2030 buscan reducir el impacto humano en el medio ambiente (Pascal & Perna, 2019). En los últimos años, la preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad ha aumentado entre los organizadores de eventos deportivos buscando hacer sus eventos más sostenibles (Bama & Tichaawa, 2015). Para que investigadores y profesionales mejoren los efectos en el territorio de acogida y disminuyan los impactos negativos, es fundamental implementar y evaluar iniciativas sostenibles en eventos deportivos (Bianchini & Rossi, 2021). Es por ello que el objetivo del estudio fue realizar una revisión de la literatura sobre el desarrollo sostenible en eventos deportivos.

2. Metodo

CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD

Los criterios de inclusión para esta revisión sistemática son: i) Artículos científicos revisados por pares; ii) Publicaciones entre enero de 2015 y enero de 2024; iii) artículos vinculados a sostenibilidad en organizaciones y/o eventos y iv) artículos teóricos, cualitativos o cuantitativos. Como criterios de exclusión se han utilizado: i) Actas de congresos, capítulos de libro, libros u otro tipo de publicaciones; ii) No evalúen la sostenibilidad en sus resultados; iii) Literatura gris (informes, trabajos académicos, artículos de prensa) y revisiones; iv) Artículos en un idioma distinto del inglés, español o portugués; v) Legados y vi) Artículos duplicados.

BASES DE DATOS Y ESTRATEGIA DE BÚSQUEDA

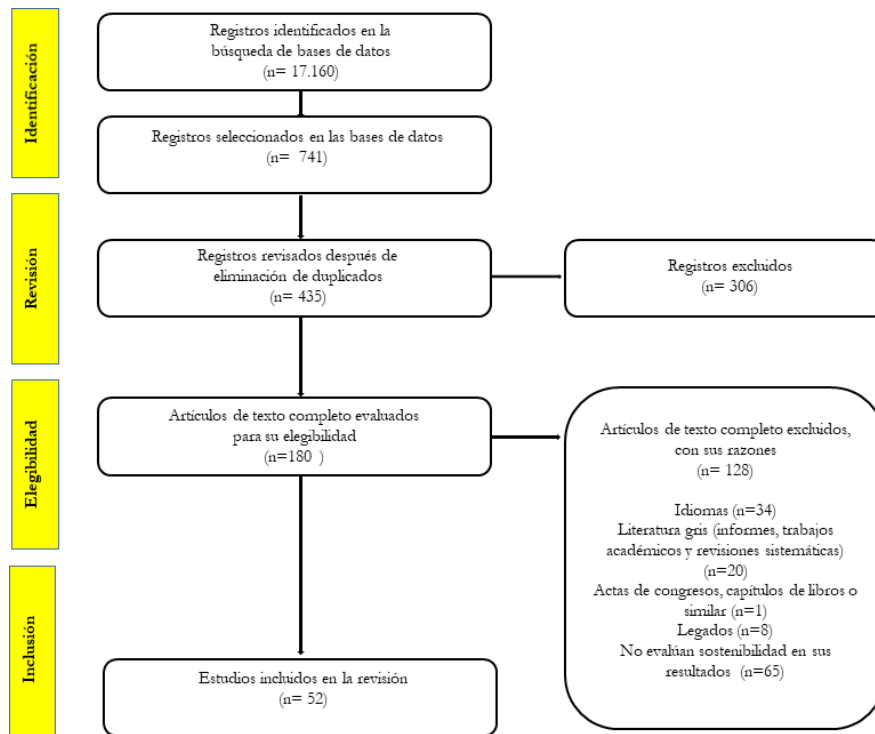
Esta revisión sistemática se completó de acuerdo con el método PRISMA (Moher et al., 2009). Se realizó una búsqueda sistemática desde el 16 de octubre de 2023 hasta el 1 de febrero de 2024, e incluyó tres bases de datos: Web of Science, Scopus y SPORTDiscus. La Tabla 1 muestra los términos de búsqueda utilizados.

Tabla 1. Términos utilizados en la búsqueda.

Categoría de búsqueda	Términos de búsqueda
Deporte	(Sport OR "sport organi*" OR "sport* event") (exercise OR "active leisure" OR "physical activit*")
Sostenibilidad	(sustainable OR sustainability) ("Sustainable Development Goal" OR "sustainable development" OR SDG) ("Agenda 2030" OR "2030 agenda" OR "Urban agenda" OR "United nations") ("carbon footprint" OR environment* OR "climate change") (toolkit OR partnership OR evaluation OR measurement)

La Figura 1 muestra el diagrama de flujo (Moher et al., 2009) de la búsqueda de información en las bases de datos analizadas.

Figura 1. Diagrama de flujo de la revisión sistemática



EXTRACCIÓN DE DATOS

Se desarrolló un formulario de extracción de datos para incluir (1) características del estudio (año de publicación, país de estudio, número de participantes); (2) nombre de la revista y temática; (3) detalles de la metodología utilizada; (4) objetivos investigación y resultados medidos.

3. Resultados

Entre enero de 2015 y febrero de 2024, se registraron 52 publicaciones. De 2015 a 2018, solo hubo 6 publicaciones, pero en 2019 se experimentó un crecimiento notable (n=8), y en 2023 se alcanzó 12 publicaciones. Se identificaron estudios realizados en 19 países, destacando Estados Unidos (n=16). Las publicaciones aparecieron en 36 revistas, siendo "Sustainability" la más frecuente (n=8). En cuanto a metodología, el 50% de los estudios (n=24) emplearon cuestionarios cuantitativos, mientras que otros usaron desarrollo teórico-conceptual (n=9), metodología cualitativa (n=6), aparataje y mediciones (n=8) y metodología mixta (n=4).

4. Conclusiones

Los resultados muestran que un gran número de estudios utilizan los cuestionarios para obtener información referida al desarrollo sostenible en eventos deportivos, también observamos la importancia de medir la huella de carbono que producen estos eventos, pero por el contrario son escasos los estudios sobre acciones directas como puede ser la gestión de residuos, el uso de energías renovables, concienciación ambiental o el cuidado del espacio natural durante eventos.

5. Referencias

- Bama, H. K. N. (2015). Major sporting events and responsible tourism: Analysis of the 2013 Africa Cup of Nations (AFCON) tournament in Port Elizabeth, South Africa. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance*, 21(sup-2), 205-219.
- Bianchini, A., & Rossi, J. (2021). Design, implementation and assessment of a more sustainable model to manage plastic waste at sport events. *JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION*, 281. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125345>
- Domínguez Martín, T., Garrido Pascal, P., & Vernet Perna, B. (2019). Deporte, integridad y desarrollo sostenible: La importancia de la integridad en el Deporte en la Agenda 2030. *Encuentros Multidisciplinares*.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G. y Prisma Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *PLoS medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>

Diferencias de percepción de la contribución a los ODS en el evento Sport4Cancer por los participantes según nivel de formación

Luis Miguel Márquez-Povedano¹, Carmen Sarah Einsle², Luis Martín-Martínez³, Alejandro Lara-Bocanegra³

- ^{1.} *Departamento de Actividad Física y Deporte, Universidad de Murcia.*
- ^{2.} *Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de Valencia.*
- ^{3.} *Departamento de Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla*

1. Introducción

La promoción de actividades deportivas sostenibles y cuidadosas con el medio ambiente está en consonancia con varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la agenda 2030 (Pascal & Perna, 2019). Los ODS pretenden minimizar el impacto humano sobre el medio natural.

La proliferación en el número de eventos deportivos en los últimos años ha implicado que la sostenibilidad de los eventos deportivos será una parte importante tanto para organizadores como responsables políticos. Así, los organizadores de eventos deben comprometerse con sus partes interesadas, tanto aficionados como participantes, a contribuir con el cumplimiento de los ODS (Casper et al., 2020). El objetivo de este estudio es analizar la percepción de los participantes hacia el desarrollo de los ODS en el evento Sport4Cancer.

2. Método

PARTICIPANTES

La muestra estuvo compuesta por un total de 343 participantes, un 38,5% eran hombres y un 61,5% mujeres con una edad media de 48,4 años.

INSTRUMENTOS

El instrumento utilizado fue una adaptación de la herramienta propuesta por Hugaerts et al. (2021) sobre la percepción de contribución de los ODS en eventos deportivos. La herramienta está compuesta por 17 ítems correspondientes cada uno a un ODS. Se utilizó una escala Likert de 7 puntos (1 – Muy en desacuerdo; 7 – Muy de acuerdo).

PROCEDIMIENTO

Los cuestionarios fueron administrados de forma electrónica después de la realización del evento a través de la herramienta “Encuestas” de la Universidad de Murcia. Los organizadores de la actividad la distribuyeron entre sus participantes. Este estudio está cofinanciado por la Unión Europea (ID: 101050018).

ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de los datos se realizó mediante el programa estadístico SPSS v.28.0. Para el análisis comparativo entre grupos se realizó una prueba t de Student para analizar las diferencias entre grupos. El nivel de significación se estableció un valor de $p \leq 0,05$.

3. Resultados

La percepción de sostenibilidad del evento según nivel de estudios se muestra en la Tabla 1. Los resultados indicaron que el 56,7% de los participantes tenían estudios universitarios y el 43,3% un nivel inferior. Los resultados en general indican que los participantes con menor nivel académico tuvieron una mejor valoración de la contribución a los ODS por parte de la organización del evento Sport4Cancer.

Mientras para los participantes con estudios universitarios los principales ODS que se trabajaron fueron el ODS10 Reducción de desigualdades (M=6,29), OD5 Igualdad de género (M=6,19) y ODS3 Salud y Bienestar (M=6,08). Mientras para los participantes sin estudios universitarios su percepción fue que se contribuyó más al ODS10 (M=6,45), ODS5 (M=6,43) al igual que el otro grupo, en tercer lugar, estuvo el ODS8 Trabajo decente y crecimiento económico (M=6,33).

Tabla 1. Estadísticos comparativos de la percepción de sostenibilidad según género.

Variables	Género				Sig.
	Estudios Universitarios		Otros estudios		
	M	DT	M	DT	
ODS1. Fin de la pobreza	6,02	1,2	6,31	1,1	,022*
ODS2. Hambre cero	5,72	1,5	5,79	1,5	,688
ODS3. Salud y bienestar	6,08	1,2	6,26	1,2	,151
ODS4. Educación de calidad	5,91	1,3	6,26	1,2	,010**
ODS5. Igualdad de género	6,19	1,2	6,43	1,1	,049*
ODS6. Agua limpia y saneamiento	5,88	1,5	6,15	1,5	,094
ODS7. Energía asequible y no contaminante	5,52	1,6	5,80	1,5	,091
ODS8. Trabajo decente y crecimiento económico	6,05	1,2	6,33	1,1	,022*
ODS9. Industria, innovación e infraestructura	5,95	1,4	6,20	1,2	,086
ODS10. Reducción de las desigualdades	6,29	1,1	6,45	1,0	,139
ODS11. Ciudades y comunidades sostenibles	6,11	1,1	6,27	1,2	,190
ODS12. Producción y consumo responsables	5,55	1,7	5,93	1,5	,024*
ODS13. Acción por el clima	5,05	1,8	5,59	1,7	,005**
ODS14. Vida submarina	5,42	1,6	5,95	1,5	,002**
ODS15. Vida de ecosistemas terrestres	5,61	1,4	5,99	1,3	,012*
ODS16. Paz, justicia e instituciones sólidas	6,14	1,1	6,29	1,3	,251
ODS17. Alianzas para lograr los objetivos	6,07	1,2	6,32	1,1	,043*

Nota * $p < 0,05$; ** $p < 0,001$

Más diferencias se encontraron en los ODS peor valorados, para los participantes con estudios universitarios percibieron que los ODS menos desarrollados fueron ODS13 Acción por el clima (M=5,05), el ODS14 Vida Submarina (M=5,42) y el ODS7 Energía asequible y no contaminante (M=5,52). En cambio, los participantes sin estudios universitarios los ODS peor desarrollados fueron ODS13 (M=5,59), el ODS2 Hambre cero (M=5,79) y el ODS7 (M=5,80).

Finalmente, respecto a la significación, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre ambos grupos en el ODS1, ODS4, ODS5, ODS8, ODS12, ODS13, ODS14, ODS15 y ODS17 ($p < 0,05$).

4. Conclusiones

Los resultados mostraron que el nivel de formación de un participante afecta al nivel de percepción de desarrollo de los ODS por parte de los organizadores del evento deportivo. A mayor nivel de formación el juicio que se hace muestra valores más bajos. Un total de nueve ODS mostraron diferencias significativas según nivel de formación.

5. Referencias

- Hugaerts, I., Scheerder, J., Helsen, K., Corthouts, J., Thibaut, E., & Könecke, T. (2021). Sustainability in Participatory Sports Events: The Development of a Research Instrument and Empirical Insights. *Sustainability*, 13(11), 6034. <https://doi.org/10.3390/su13116034>
- Casper, J. M., McCullough, B. P., & Pfahl, M. E. (2020). Examining environmental fan engagement initiatives through values and norms with intercollegiate sport fans. *Sport Management Review*, 23(2), 348-360. SPORTDiscus with Full Text. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2019.03.005>
- Domínguez Martín, T., Garrido Pascal, P., & Vernet Perna, B. (2019). Deporte, integridad y desarrollo sostenible: La importancia de la integridad en el Deporte en la Agenda 2030. *Encuentros Multidisciplinares*.

Importancia de las Prácticas Verdes de un Evento Deportivo para Estimular una Nueva Participación

María Quirante Mañas¹ y David Cabello Manrique²

^{1.} *Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Granada.*

^{2.} *Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Granada.*

1. Introducción

Las "prácticas verdes" se refieren a las acciones realizadas por empresas u organizaciones para fomentar el respeto por el medio ambiente (Dang-Van., 2022) cuyo propósito es reducir la contaminación, minimizar el impacto ambiental y promover el reciclaje, la conservación y la sostenibilidad (Moise et al., 2021). Son fundamentales para mejorar la gestión ambiental y crear conciencia sobre la importancia de cuidar el entorno natural (Chen et al., 2020). Se han convertido en un componente clave de marketing, un elemento diferenciador que supone un valor agregado (Merli et al., 2019) que impacta en la satisfacción y fidelización del consumidor (Yusof et al., 2017). Otra de las estrategias en la industria del turismo deportivo es la imagen del destino. Una imagen positiva favorece el volver a asistir tanto al destino como al evento (Vegara et al., 2020). De igual manera, las intenciones futuras dependen en gran parte de la confianza, pues es probable que los turistas visiten aquellos destinos que se perciben como confiables (Jebbouri et al., 2022). Las emociones positivas, también influyen, siendo predictoras de la satisfacción, así como de las intenciones futuras (Cabello-Manrique et al., 2021), pues éstas dependen de la confianza, satisfacción, emociones, imagen de destino entre otras (Han et al. 2019).

OBJETIVO

El objetivo del presente estudio es comprobar el efecto que tiene la implementación de las prácticas verdes en un evento deportivo sobre la intención futura de los espectadores, diferenciándolos entre sí por el nivel de ingresos.

2. Método

MUESTRA Y MEDIDAS

Un total de 523 asistentes participaron en este estudio, un 37,7% mujeres. Los ingresos mensuales para el 57,9% eran menores a 2500 euros/dólares al mes. Se ha hecho uso de una escala multi-items Likert de 5 puntos.

ANÁLISIS DE DATOS

Se usó SPSS 22.0 para la normalidad de los ítems. Se realizó la prueba ANOVA para las medias entre grupos, se calculó el Alfa de Cronbach, la varianza media extraída, fiabilidad compuesta y la prueba de Harman. Posteriormente se realizó un análisis multigrupo con AMOS 22.0.

3. Resultados

Los resultados muestran como las prácticas verdes son un antecedente directo de la imagen de la ciudad y la confianza, asimismo existen diferencias entre imagen y confianza en función de los ingresos, los que tienen menos ingresos sí presentan una relación directa entre ellas, pero los que tienen unos ingresos más altos, no. La confianza a su vez, influye de manera directa en las emociones. Además, la confianza también influye en la satisfacción, con diferencias entre nivel de ingresos; son aquellos con ingresos más bajos los que perciben que a mayor confianza, mayor satisfacción. Las emociones también son un antecedente directo de la satisfacción y ésta a su vez es una gran precursora de las intenciones futuras como la revisita. Como efectos indirectos se observaron; la imagen del destino que influye de forma indirecta a través de la confianza sobre las emociones y sobre la satisfacción, a través de las cuales, influye en las intenciones futuras. Las prácticas verdes, inciden de manera indirecta en todos los constructos mencionados: imagen, confianza, emociones, satisfacción e intenciones futuras.

4. Conclusiones

Las prácticas verdes inciden de manera directa en la imagen de la ciudad y en la confianza. La confianza sobre las emociones. La imagen, se relacionan con las emociones de forma indirecta a través de la confianza. La confianza, al igual que las emociones, también son antecedentes directos de la satisfacción. La satisfacción es un antecedente directo de las intenciones futuras. Las prácticas verdes, por tanto, influyen de manera indirecta en todos los constructos, través de los cuales, influye en las intenciones futuras. Las diferencias encontradas entre los asistentes con un nivel de ingresos más alto y bajo fueron las siguientes: para aquellos con ingresos más altos, una mejor imagen del destino al aplicar las prácticas verdes, no proporciona una mayor confianza, en cambio, para aquellos con ingresos más bajos, sí existe una relación directa entre una mejor imagen y una mayor confianza. Otra diferencia a destacar ha sido encontrar que, en los espectadores con menores ingresos, la confianza es antecedente directo de la satisfacción, es decir, para ellos, una mayor confianza llevará a una mayor satisfacción, por el contrario, aquellos con ingresos superiores no relacionan una mayor confianza con una mayor satisfacción. Estos resultados, ponen en valor tanto a las prácticas verdes como precursor de las intenciones futuras, así como las diferencias notables entre espectadores con diferentes estados sociodemográficos a la hora de percibir y evaluar el evento deportivo

5. Referencias

- Cabello-Manrique, D., Nuviala, R., Pappous, A., Puga-González, E., & Nuviala, A. (2021). The Mediation of Emotions in Sport Events: A Case Study in Badminton. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 45(4),591–609.
<https://doi.org/10.1177/1096348020950813>
- Chen, H. S., Liang, C. H., Liao, S. Y., & Kuo, H. Y. (2020). Consumer attitudes and purchase intentions toward food delivery platform services. *Sustainability*, 12(23), 10177. <https://doi.org/10.3390/su122310177>
- Dang-Van, T., Wang, J., Vo-Thanh, T., Jiang, X., & Nguyen, N. (2022). Green practices as an effective business strategy to influence the behavior of hotel guests in the luxury hotel sector: Evidence from an emerging market. *Business Strategy and the Environment*.[10.1002/bse.3318](https://doi.org/10.1002/bse.3318)
- Han, H., Lee, K.-S., Chua, B.-L., Lee, S., & Kim, W. (2019). Role of airline food quality, price reasonableness, image, satisfaction, and attachment in building re-flying intention. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 91–100.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.01.013>
- Jebbouri, A., Zhang, H., Imran, Z., Iqbal, J., & Bouchiba, N. (2022). Impact of Destination Image Formation on Tourist Trust: Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 13(April), 1–17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.845538>
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M. C., & Ali, F. (2019). The impact of green practices in coastal tourism: An empirical investigation on an eco-labelled beach club. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 471-482.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.08.011>
- Moise, M. S., Gil-Saura, I., & Ruiz-Molina, M.E. (2021). “Green” practices as antecedents of functional value. guest satisfaction and loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 4(5). 722-738. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2020-0130>
- Vegara-Ferri, J. M., López-Gullón, J. M., Valantine, I., Suárez, A. D., & Angosto, S. (2020). Factors influencing the tourist’s future intentions in small-scale sports events. *Sustainability (Switzerland)*, 12(19). <https://doi.org/10.3390/su12198103>
- Yusof, N., Awang, H., & Iranmanesh, M. (2017). Determinants and outcomes of environmental practices in Malaysian construction projects. *Journal of Cleaner Production*. 156. 345-354. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.04.064>



Sección 13

Estrategia
competitiva y
resultados en ligas
profesionales

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Análisis del efecto puertas cerradas sobre la ventaja de jugar en casa por división y sexo en baloncesto, fútbol y balonmano profesional

Mary Elena Sánchez-Gabarre¹ y Julio del Corral²

- ^{1.} *Departamento de Economía, Universidad de A Coruña.*
- ^{2.} *Departamento de Análisis Económico y Finanzas, Universidad de Castilla-La Mancha.*

1. Introducción

La ventaja de jugar en casa es un hecho establecido y analizado en la Economía del Deporte y campos afines. Sin embargo, el efecto de la asistencia del público sobre la ventaja de jugar en casa había sido difícil de establecer debido a que históricamente casi todos los partidos se han jugado con público y sólo era posible establecer la ventaja de jugar en casa pero no el efecto del público en ésta. Concretamente, algunos equipos han jugado algún partido a puerta cerrada debido a sanciones, pero el número de éstos no ha sido lo suficientemente elevado como para realizar estimaciones causales. Con las restricciones implantadas por la situación derivada del Covid-19 se ha proporcionado un experimento natural a este respecto, ya que en la temporada 2020- 2021 todos los partidos de fútbol, baloncesto y balonmano profesionales en Europa se jugaron a puerta cerrada, de la misma forma que algunos partidos de las temporadas 2019-2020 y 2021-2022 por las diferentes medidas adoptadas en los diferentes países.

Así, el objetivo de esta investigación es analizar el efecto de la asistencia de público en la ventaja de jugar en casa, comparando la ventaja de jugar como local a nivel de equipo con y sin asistencia de público, tomando como hipótesis de partida que los equipos locales perderían ventaja en sus resultados cuando juegan sin público.

La novedad de este trabajo es la comparación del efecto de la ventaja local con la asistencia/no asistencia de público para diferentes deportes de forma conjunta (baloncesto, balonmano y fútbol), analizando este efecto en partidos de primera y segunda división masculina y, además, considerando ligas tanto masculinas como femeninas, aportando una visión de género al estudio.

Son numerosos los estudios que han usado el experimento natural del Covid-19 para determinar el efecto del público sobre la ventaja de jugar en casa (Singleton *et al.*, 2022). Sin embargo, hasta donde sabemos, no se ha considerado un análisis conjunto de tres de los deportes de relevancia establecidos en países con ligas profesionales, pero sí de forma individual donde establecen la importancia de la ventaja de jugar en casa para el fútbol (Leitner *et al.*, 2022), el baloncesto (Alonso *et al.*, 2022) y el balonmano (Gershoren *et al.*, 2022).

2. Datos y metodología

Los datos utilizados en esta investigación pertenecen a tres deportes diferentes (baloncesto, balonmano y fútbol), tres tipos de ligas (primera y segunda división masculina, y primera división femenina). Los datos del fútbol proceden de los países comúnmente llamados “Big 5 Leagues”, es decir, Alemania, España, Francia, Inglaterra e Italia; los datos de baloncesto proceden de España, Francia e Italia; y por último, los datos del balonmano proceden de Alemania, España y Francia.

Cabe mencionarse que un hecho diferencial respecto a otros trabajos de esta línea de investigación es que un partido sólo se incluye en la muestra si el partido opuesto ha sido jugado de la misma manera en esa temporada (es decir, con o sin público), como consecuencia, el número de partidos de cada liga en cada temporada es siempre par. Además se usan como variables para establecer la ventaja de jugar en casa tanto los resultados como los resultados previstos según las apuestas. Los datos están compuestos por 38.584 partidos correspondientes a las temporadas de 2016-2017 a 2020-2021.

En concreto, las hipótesis a contrastar son: i. la ventaja de jugar en casa disminuye al jugar en casa sin público; ii. la ventaja de jugar en casa disminuye más en el fútbol que en balonmano y baloncesto; iii. la ventaja de jugar en casa ha disminuido más en los partidos masculinos que en los femeninos; iv. la ventaja de jugar en casa ha disminuido más en primera división que en segunda división; v. el cambio en la ventaja de jugar en casa con y sin público es menor para los equipos de más nivel que para los equipos de menos nivel.

3. Resultados y conclusiones

Los resultados obtenidos confirman cuatro de las cinco hipótesis establecidas usando tanto los resultados reales como los resultados esperados según las casas de apuestas:

- i. La ventaja de jugar en casa disminuye en los partidos disputados sin público para el análisis conjunto de los tres deportes y, además, de forma particular para cada uno de ellos.
- ii. La ventaja de jugar en casa al jugar sin público disminuye más en fútbol que en baloncesto y balonmano.
- iii. En lo referido al análisis por género, la ventaja de jugar sin público en casa disminuye más en las ligas masculinas que en las femeninas con excepción de la estimación de los resultados reales de baloncesto.
- iv. La ventaja de jugar en casa sin público disminuye más en primera división que en segunda división masculina.

- v. Aunque los resultados no son concluyentes, parece que el cambio de la ventaja de jugar con y sin público como local no se vería afectada por la calidad del equipo analizado.

Los resultados sugieren que cuanto mayor sea la asistencia a un partido mayor será la ventaja de jugar como local derivada del público. Así, la ventaja de jugar como local sin público disminuye más en fútbol que en los otros deportes, en la primera que en la segunda división, y en masculino que en femenino. Sin embargo, no hay relación con la calidad del equipo. Así, los resultados ponen de relieve la motivación inducida por el público en el deporte.

Para continuar con esta investigación, se añadirán datos de las temporadas en las que se ha vuelto a jugar con público, para determinar si se ha vuelto a la situación inicial de la ventaja de jugar en casa con público o el Covid ha tenido un efecto permanente.

4. Referencias

- Alonso, E., Lorenzo, A., Ribas, C. y Gómez, M.A. (2022). Impact of COVID-19 pandemic on home advantage in different European professional basketball leagues. *Perceptual and Motor Skills*, 129(2), 328-342. <https://doi.org/10.1177/00315125211072483>
- Gershgoren, L., Levental, O. y Basevitch, I. (2022). Home advantage perceptions in elite handball: A comparison among fans, athletes, coaches, and officials. *Frontiers in Psychology*, 12: 782129. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.782129>
- Leitner, M. C., Daumann, F. y Follert, F. (2022). The cauldron has cooled down: A systematic literature review on home advantage in football during the COVID-19 pandemic from a socio-economic and psychological perspective. *Management Review Quarterly*, 73, 605-633. <https://doi.org/10.1007/s11301-021-00254-5>
- Singleton, C., Bryson, A., Dolton, P., Reade, J. J. y Schreyer, D. (2022). Economics lessons from sports during the COVID-19 pandemic. En Pedersen, P. M. (Ed.), *Research Handbook on Sport and COVID-19*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781802207576.00008>

Análisis del desequilibrio competitivo en las cinco grandes ligas europeas masculinas de fútbol

Ana Debón¹ y Francisco Puig²

- 1. Centro de Gestión de la Calidad y del Cambio, Universitat Politècnica de València.*
- 2. Departament de Direcció d'Empreses, Universitat de València.*

1. Introducción

El fútbol es el deporte más popular del mundo, con millones de seguidores en todos los continentes. Las 5 grandes ligas europeas masculinas: La Liga española, la Premier League inglesa, la Bundesliga alemana, la Serie A italiana y la Ligue 1 francesa, son las más competitivas y rentables del planeta. Sin embargo, en los últimos años se ha observado una creciente preocupación por el desequilibrio competitivo que existe en estas ligas, lo que podría afectar al atractivo de las competiciones a largo plazo.

Diversos estudios han analizado el desequilibrio competitivo en las grandes ligas europeas. Ramchandani et al (2018) y más recientemente, para el fútbol femenino lo Mondal (2023) encontraron que la desigualdad en la distribución de puntos ha aumentado en las últimas décadas, lo que indica una mayor concentración del éxito en un pequeño número de equipos. van der Burg (2023) confirma esta tendencia que indica que el nivel actual de equilibrio competitivo en la mayoría de las competiciones está por debajo del nivel óptimo de maximización del bienestar y, cualquier disminución adicional de la misma reducirá seriamente el bienestar, es decir, el estado general de satisfacción y prosperidad de los equipos involucradas en las competiciones analizadas.

En este trabajo, se analizará el desequilibrio competitivo en las cinco grandes ligas europeas masculinas utilizando una base de datos construida con la librería worldfootballR (Zivkovic J, 2022) y el software libre R (Team, R Core, 2022).

2. Método

En primer lugar, se programó un código de web scraping para obtener los puntos de los equipos de las 5 grandes ligas por temporada desde la 1999-00 hasta la 2022-23 a partir de la web Fbref (www.fbref.com) utilizando la librería worldfootballR. A continuación, se han calculado conocidas medidas de concentración y dominancia de las ligas para una descripción del balance competitivo (CB). Los índices de concentración: HIBC, SHICB, RSD y % draws, es decir lo cerca que están las puntuaciones de los equipos, y gráficos para analizar la dominancia de los equipos, es decir si siempre gana el mismo. En Mondal (2023) pueden encontrarse los detalles de las medidas de concentración y gráfico de dominancia utilizado. Brevemente la interpretación de los índices es la siguiente:

- SHICB es la versión estandarizada de HICB dado que su máximo depende del número de equipos, un valor de 100 indica máximo desequilibrio.
- Ratio de standard deviation (RSD), un valor bajo indica un mayor CB.
- El tercer indicador calculado es %draws, un valor alto indica que los equipos están igualados en los partidos y por tanto un mayor CB.

Con respecto al gráfico de dominancia muestra el número de diferentes equipos locales que han ganado en las 5 ligas en todas las temporadas analizadas (eje x) versus el máximo número de títulos locales de liga conseguidos por el equipo más exitoso en cada liga (eje y).

3. Resultados

Figura 1 muestra la evolución de los índices de concentración SHIBC, RSD y %draws (eje y) en las 5 ligas en todas las temporadas analizadas (eje x). La tendencia es creciente para la Ligue 1 para SHIBC y RSD, el resto de las ligas tienen un comportamiento que fluctúa más y que se adivina decreciente en las últimas temporadas. En el caso del indicador de que muestra los empates la tendencia es decreciente con bastante estabilidad en la Bundesliga en valores bajos. La Figura 2 determina la liga con más dominancia de un equipo en nuestra muestra. Del total de las 5 ligas la más balanceada es la francesa mientras que la menos es la alemana.

4. Conclusiones

Este estudio confirma la existencia de un desequilibrio competitivo en las cinco grandes ligas europeas masculinas utilizando datos actualizados y métodos analíticos rigurosos. Destaca la liga francesa siendo la más equilibrada y la alemana la menos en las temporadas analizadas. Además, se identifican tendencias en la competitividad de estas ligas, lo que puede tener implicaciones importantes para el futuro de estas competiciones y la gestión estratégica del deporte a nivel global. Por tanto, se analizarán efecto COVID, cambios de normativa y causas en futuras líneas de investigación.

5. Referencias

- Mondal, S. (2023). She kicks: The state of competitive balance in the top five women's football leagues in Europe. *Journal of Global Sport Management*, 8(1), 432- 454.
- R Core Team (2024). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL <https://www.R-project.org/>.
- Ramchandani, G., Plumley, D., Boyes, S., & Wilson, R. (2018). A longitudinal and comparative analysis of competitive balance in five European football leagues. *Team Performance Management: An International Journal*, 24(5/6), 265-282
- van der Burg, T. (2023). Competitive balance and demand for European men's football: a review of the literature. *Managing Sport and Leisure*, 1-16.
- Zivkovic J (2022). *_worldfootballR: Extract and Clean World Football (Soccer) Data_*. R package version 0.6.2.

Figura 1. Evolución de los índices SHIBC, RSD y %draws a lo largo de las temporadas para cada liga/país (Fuente: Elaboración propia).

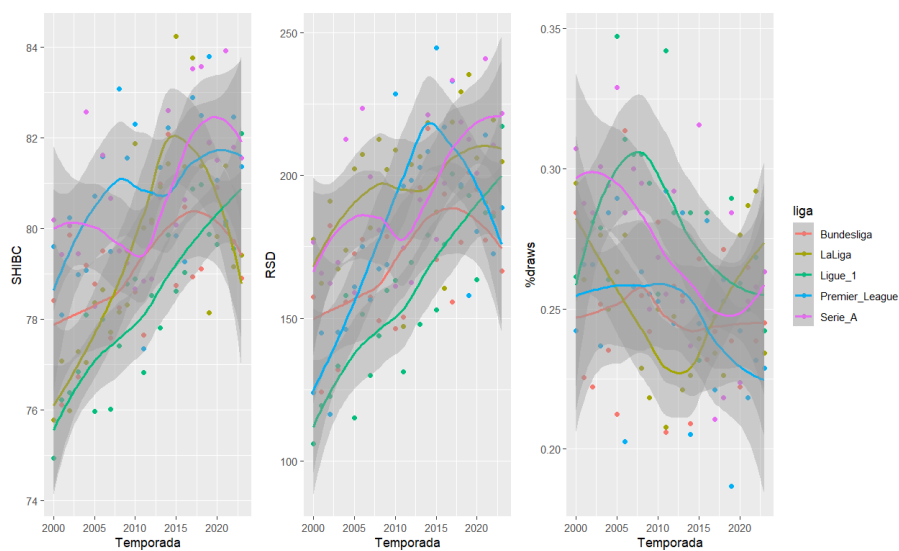
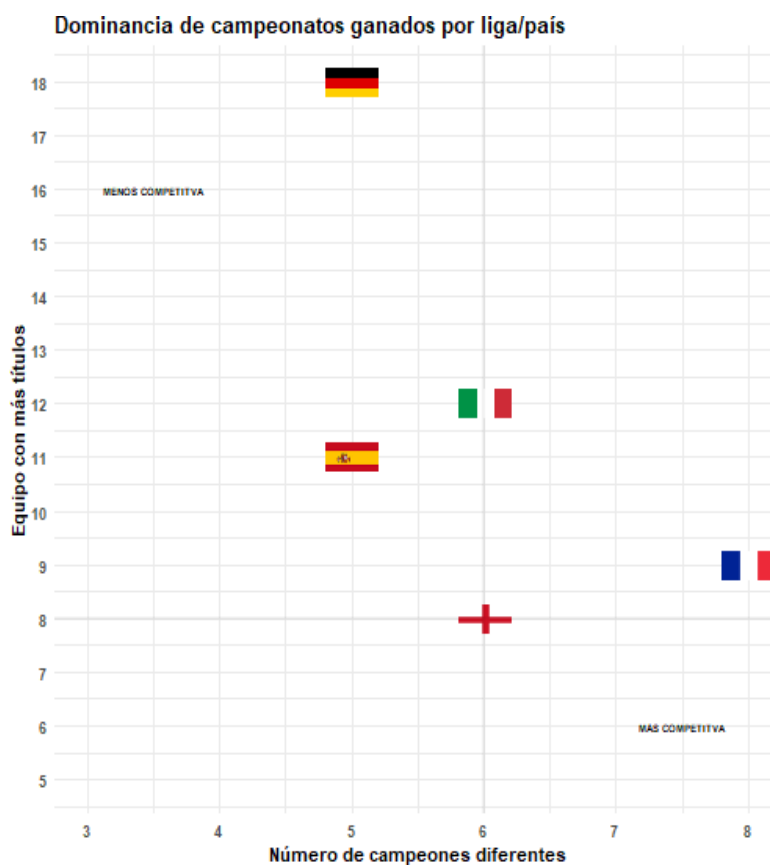


Figura 2. Gráfico de dominancia (Fuente: Elaboración propia).



El papel de la experiencia del árbitro durante partidos de fútbol profesional

Gemma Martinez-Torremocha¹, Jose Luis Felipe¹, Antonio Alonso-Callejo¹ y Carlos Majano¹

^{1.} Grupo IGOID, Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Castilla-La Mancha, Toledo, España.

1. Marco teórico

El fútbol es un deporte de equipo intermitente caracterizado por acciones de alta intensidad y cambios de dirección con periodos de descanso (Bangsbo, 1994). El juego ha evolucionado en los últimos años en cuanto a sus características físicas y técnico-tácticas (Arjol-Serrano et al., 2021). Esta evolución se ve favorecida porque los clubes de fútbol y muchas otras organizaciones están invirtiendo grandes cantidades de dinero en tecnología para cuantificar las exigencias de los entrenamientos y de los partidos con el fin de obtener una ventaja competitiva (Torres-Ronda et al., 2022) y mejorar la competitividad del juego mediante el análisis técnico-táctico (Brito de Souza et al., 2019). Los sistemas de seguimiento (Arjol-Serrano et al., 2021) y los sistemas de posicionamiento global (GPS) (Bangsbo, 1994; Weston et al., 2007) están proporcionando información importante para comprender mejor esta evolución (Martínez-Torremocha et al., 2022).

Los árbitros, también, están presentes en el fútbol y de ellos depende el cumplimiento de la normativa en los partidos (Schenk et al., 2018). Por eso, esta figura requiere altas capacidades físicas y toma de decisiones bajo presión (Weston et al., 2012). La distancia total recorrida por los árbitros y el tiempo dedicado a actividades de alta intensidad estaban relacionados con la distancia que recorre el balón en el campo (Mallo et al., 2009). Las acciones de los árbitros durante el partido están correlacionadas con el nivel competitivo de los futbolistas durante el encuentro (Fernández-Elías et al., 2017), por lo que los árbitros deben adaptarse a las necesidades de la competición (Martínez-Torremocha et al., 2022) y que el conjunto sea un buen espectáculo para los espectadores. Sin embargo, existe poca información sobre cómo las exigencias físicas de la competición influyen en la actuación de los árbitros.

2. Objetivos

Analizar si las exigencias físicas de los árbitros de fútbol de élite durante los partidos están influidas por la intensidad física del juego y evaluar el impacto de la experiencia en la élite sobre las exigencias físicas de los árbitros mediante sistemas GPS.

3. Metodología

Se contó con 20 árbitros españoles de fútbol de Segunda División (36.60 ± 4.18 años; 181.20 ± 4.01 cm; 74.18 ± 5.61 kg y 22.58 ± 1.28 kg/m²). 73 partidos durante las temporadas 2020-2021, 2021-2022 y 2022-2023 fueron analizados. Se seleccionó un equipo profesional de Segunda División para analizar todos los partidos de cada temporada junto con sus rivales y cada árbitro.

Las demandas físicas (distancia total (TD), distancia total recorrida a alta velocidad (HSR) y sprint, y distancias totales recorridas de aceleraciones (HI ACC) y desaceleraciones de alta intensidad (HI DEC)) se analizaron mediante un GPS. Para evaluar el efecto de la experiencia en la adaptación a las condiciones de los partidos, los árbitros se dividieron en 3 grupos de experiencia según el número de partidos arbitrados en la división profesional española (percentiles de 33 y 66): baja (<51 partidos), media (51-111 partidos) y alta experiencia (>111 partidos).

Todos los análisis estadísticos se realizaron en R versión 4.2.2 (The R Foundation for Statistical Computing, Viena, Austria), con RStudio 2022.12.0. Se realizó un ANOVA de una vía para comprobar si existían diferencias en las variables físicas dentro de los grupos de experiencia. Se realizó una prueba de correlación de Pearson para evaluar la relación entre las variables físicas y las exigencias de los partidos de los árbitros. Las variables analizadas tanto para los árbitros como para los partidos fueron TD, HSR, sprint, HI ACC y HI DEC.

4. Resultados

Los resultados mostraron diferencias ($p < 0,05$) entre los árbitros y las posiciones de juego de los jugadores en cada variable física, excepto en la distancia total. No se encontraron diferencias significativas ($p > 0,05$) en las variables físicas al comparar las exigencias físicas de los árbitros según su experiencia. Las distancias de carrera a alta velocidad y sprint de los árbitros con poca experiencia estaban relacionadas con la distancia de desaceleraciones de alta intensidad del partido. Las distancias de carrera a alta velocidad, sprint y aceleraciones de alta intensidad de los árbitros con experiencia media se relacionaron con distancias de sprint más elevadas en los partidos. Los árbitros de alta experiencia mostraron una relación entre la distancia de carrera de alta velocidad y las demandas de carrera de alta velocidad, sprint y aceleraciones de alta intensidad de los partidos.

5. Conclusiones

Este estudio proporciona un análisis importante y novedoso de las demandas físicas de los árbitros profesionales de fútbol. Los resultados mostraron que la experiencia de los árbitros es decisiva para determinar si los factores físicos provocan cambios en sus exigencias físicas. Además, los árbitros con experiencia media y alta aumentan su exigencia de alta intensidad cuando la competición es más exigente.

6. Referencias

- Arjol-Serrano, J. L., Lampre, M., Díez, A., Castillo, D., Sanz-López, F., & Lozano, D. (2021). The Influence of Playing Formation on Physical Demands and Technical-Tactical Actions According to Playing Positions in an Elite Soccer Team. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 4148. <https://doi.org/10.3390/ijerph18084148>
- Bangsbo, J. (1994). The physiology of soccer--with special reference to intense intermittent exercise. *Acta Physiologica Scandinavica. Supplementum*, 619, 1–155.
- Brito de Souza, D., López-Del Campo, R., Blanco-Pita, H., Resta, R., & Del Coso, J. (2019). An Extensive Comparative Analysis of Successful and Unsuccessful Football Teams in LaLiga. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02566>
- Fernández-Elías, V. E., Gómez-López, M., De La Vega, R., & Clemente-Suárez, V. J. (2017). Physical demands, heart rate response and performance of talent football referees. *Med Sport*, 70(4), 447–456. <https://doi.org/10.23736/S0025-7826.17.03076-9>
- Mallo, J., Navarro, E., Aranda, J. M. G., & Helten, W. F. (2009). Activity profile of top-class association football referees in relation to fitness-test performance and match standard. *Journal of Sports Sciences*, 27(1), 9–17. <https://doi.org/10.1080/02640410802298227>
- Martínez-Torremocha, G., Martín-Sánchez, M. L., García-Unanue, J., Felipe, J. L., Moreno-Pérez, V., Paredes-Hernández, V., Gallardo, L., & Sánchez-Sánchez, J. (2022). Physical demands on professional Spanish football referees during matches. *Science and Medicine in Football*, 1–7. <https://doi.org/10.1080/24733938.2022.2064539>
- Schenk, K., Bizzini, M., & Gatterer, H. (2018). Exercise physiology and nutritional perspectives of elite soccer refereeing. *Scand J Med Sci Sports*, 28(3), 782–793. <https://doi.org/10.1111/sms.12989>
- Torres-Ronda, L., Beanland, E., Whitehead, S., Sweeting, A., & Clubb, J. (2022). Tracking Systems in Team Sports: A Narrative Review of Applications of the Data and Sport Specific Analysis. *Sports Medicine - Open*, 8(1), 15. <https://doi.org/10.1186/s40798-022-00408-z>
- Weston, M., Castagna, C., Impellizzeri, F. M., Bizzini, M., Williams, A. M., & Gregson, W. (2012). Science and Medicine Applied to Soccer Refereeing. *Sports Medicine*, 42(7), 615–631. <https://doi.org/10.2165/11632360-000000000-00000>
- Weston, M., Castagna, C., Impellizzeri, F. M., & Rampinini, E. (2007). Analysis of physical match performance in English Premier League soccer referees with particular reference to first half and player work rates. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 10(6), 390–397. <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2006.09.001>

El despegue de la liga de fútbol profesional saudí en el contexto de la visión 2030: efecto sobre el equilibrio competitivo

Mohammad Jamal Bataineh¹, Juan Carlos Guevara-Pérez², Emilio Martín Vallespín² y R. Urdaneta-Camacho²

^{1.} *Faculty of Business Studies, Arab Open, University, Saudi Arabia.*

^{2.} *Faculty of Economics and Business, University of Zaragoza.*

1. Fundamentación teórica

Durante los últimos 5 años, la Liga de Fútbol Profesional Saudí (SPL) ha experimentado un auge inusitado, siendo protagonista de algunos de los traspasos de jugadores de mayor renombre internacional como Cristiano Ronaldo, Benzema, Neymar o Mané entre otros. Sólo en los últimos tres, la Liga de Fútbol Profesional saudí ha incrementado su valor en un 40%, y en alguno de los 16 clubes que participan en ella el crecimiento ha sido superior al 500%.

Sin embargo, la peculiaridad de la experiencia saudita es que este proceso de expansión de la SPL se está llevando a cabo mediante inversión pública a través del Fondo de Inversión Pública de Arabia Saudí, que controla el 75% de los 4 clubes más importantes del país.

Al mismo tiempo esta rápida expansión de la SPL respaldada principalmente por inversión pública nos hace plantearnos algunas cuestiones que ya han sido abordadas en la literatura económica y en la economía del deporte en particular como son la eficiencia de la financiación pública para cumplir sus objetivos y también la posible alteración del equilibrio en la competición como consecuencia de la entrada discrecional de recursos en algunos de los participantes.

La 'Visión 2030' de Arabia Saudita busca reducir la dependencia de los ingresos petroleros y generar fuentes alternativas de ingresos. La estrategia prevé elevar la calidad de vida de la población mediante el cultivo de hábitos saludables como la actividad física y el deporte, donde el fútbol juega un papel importante. En este sentido, la "Visión 2030" espera que lo que alguna vez fue gasto público ahora se traduzca en ingresos que garanticen la sostenibilidad del sector y su contribución a la diversificación de la economía.

OBJETIVO

En el marco de la teoría de la dependencia de recursos, el presente estudio analiza el impacto de la inversión pública en la SPL en términos de la evolución de la situación financiera de los clubes, y las posibles alteraciones en el equilibrio de la competición.

2. Metodología

El Índice de Herfindahl de equilibrio competitivo (HICB) diseñado por Mitchie y Oughton (2004) es utilizado para medir el grado de concentración en la distribución de los puntos totales obtenidos en una Liga. Para cada temporada, las puntuaciones HICB de la SPL se calculan utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{HICB} = (\text{HHI}/(1/n)) 100$$

donde HHI es la suma de los cuadrados de la cuota de puntos de cada club que disputa una liga en cada temporada y n es el número de equipos en esa liga y temporada concretas. El caso de máximo equilibrio sería aquella temporada en la que todos los equipos consiguen el mismo número de puntos, y el índice tomaría un valor de 100. A medida que aumenta el índice, disminuye el equilibrio competitivo.

La muestra está compuesta por los equipos que participan en la SPL de fútbol durante la última década, temporadas 2014/15 a 2023/24. Durante este periodo la SPL ha experimentado un notable incremento en el valor de mercado de sus clubes destacando con la llegada paulatina de algunos futbolistas internacionales.

Además, como el tamaño de la competición se ha ampliado en dos ocasiones, pasando de 14 a 16 en la temporada 18/19 y de la 16 a 18 en la temporada 23/24 es preciso introducir un factor de normalización al HCIB que facilite la comparación de resultados de temporadas con diferentes tamaños de Liga. Con este propósito, el HCIB se convierte en el Índice de Herfindahl Normalizado de equilibrio competitivo (NHICB) mediante la siguiente fórmula:

$$\text{NHICB} = \text{HICB} \times \text{Max HICB}(16) / \text{Max HICB}(n)$$

Donde n es el número de equipos en la SPL en una temporada dada, $\text{Max HICB}(n)$ es el umbral superior de HCIB que alcanzaría la distribución más desequilibrada de puntos en una temporada con n clubes, y $\text{Max HICB}(16)$ es el máximo HCIB que se puede alcanzar con la distribución más desequilibrada de puntos en una temporada con 16 clubes. El valor de $\text{Max HICB}(16)$ es 137,77 mientras que $\text{Max HICB}(14)$ es 138,48 y $\text{Max HICB}(18)$ es 137,25. De esta forma, para normalizar los resultados a los de una temporada con 16 equipos, los HCIB de ligas de 14 equipos se corregirán por el coeficiente $(137,77 / 138,48)$ y el HCIB de la temporada 2023-24 con 18 equipos se ajustará usando el coeficiente $(137,77 / 137,25)$.

3. Resultados y conclusiones

Los primeros resultados del estudio muestran un balance competitivo de la SPL en el que en las dos últimas temporadas se ha producido un incremento en la desigualdad en la competición, coincidiendo con la llegada masiva de fondos a algunos clubes que han podido incorporar a jugadores de renombre internacional (Ver Tabla 1)

No obstante, el nivel de concentración que muestra la SPL es bastante similar al referido por Ramchandani et al (2023) en otras competiciones de referencia, como la Premier League inglesa, LaLiga española, la Bundesliga alemana o la Ligue 1 francesa, que en este caso muestran un debilitamiento de la competencia tras la entrada en vigor de la normativa de fair play financiero (FFP).

Tabla 1: *Evolución HICB*

Season	HICB	NHICB	Market Value (millions €)	Q1/Q4
2014/15	116,4	115,8	119,22	9,06
2015/16	114,8	114,2	105,08	4,05
2016/17	115,0	114,4	169,06	5,17
2017/18	108,5	108,0	207,39	3,15
2018/19	112,2	112,2	424,46	6,14
2019/20	109,0	109,0	376,7	5,47
2020/21	107,9	107,9	384,1	5,69
2021/22	110,8	110,8	370,4	5,52
2022/23	112,2	112,2	349,93	6,05
2023/24			993,45	13,33

4. Referencias

- Mitchie, J. and Oughton, C. (2004)- Competitive Balance in Football: Trends and Effects; *Research Paper 2004 No.2; Football Governance Research Centre*, University of London: London, UK, 2004.
- Ramchandani, G.; Plumley,D.; Davis A. and Wilson, R. (2023) A Review of Competitive Balance in European Football Leagues before and after Financial Fair Play Regulations. *Sustainability*, 15, 4284. <https://doi.org/10.3390/su15054284>

Los precios de las entradas en la Premier y en LaLigaEA

Gerard Freixa¹

^{1.} *Consultant Sport Organizations.*

1. Introducción y objetivos

El estudio de cómo afecta el precio de las entradas a la asistencia en los estadios ha sido, desde hace ya años, objeto de abundante literatura académica. García y Rodríguez (2013) identifican seis bloques de variables como determinantes de la demanda, entre las que aparece el precio de la entrada. Este trabajo analiza los precios de las entradas de la temporada 2023-24 de la Premier League y los compara con los de LaLiga EA y tiene como objetivo básico el de identificar las diferencias entre ambos modelos y su nivel de ocupación.

2. Método

D'Urso (2023) analiza los precios de oferta de las entradas que los clubes de la Premier aplican en su competición doméstica. El análisis se ha realizado para aquellas entradas que se ofrecen para adultos, sólo para la competición de liga, que no incorporan ningún elemento de hospitalidad y para los partidos que se disputan como local. Para los clubes de LaLiga se ha seguido el mismo método, precio del mes de septiembre 2023 en sus páginas web.

3. Resultados

Los clubes de la Premier utilizan una estrategia de fijación de precios caracterizada por 4 puntos: (i) categorización de partidos en función de rivales; (ii) compra de entradas favorece a miembros del programa de fidelidad; (iii) los precios de entradas en fondos son más asequibles que en laterales y (iv) ponen a la venta las entradas con un mes de antelación al partido.

Tabla 1. Precios de entradas de los clubes de la Premier. Temporada 2023-2024

	Menor	Mayor	Ratio: Mayor / menor	Membership prices
Liverpool	10,5	70,2	6,7	43
Chelsea	29,3	280,8	9,6	41
Burnley	29,3	70,2	2,4	41
Bournemouth	32,8	62,0	1,9	NO
Arsenal	33,3	120,5	3,6	40
West Ham United	35,1	117,0	3,3	47
Brighton And Hove Albion	35,1	84,2	2,4	42
Brentford	35,1	76,1	2,2	47
Sheffield United	35,1	53,8	1,5	53
Fulham	41,0	122,9	3,0	59
Wolverhampton Wanderers	41,0	74,3	1,8	47
Manchester United	42,1	81,9	1,9	41
Tottenham Hotspur	43,3	120,5	2,8	53
Nottingham Forest	44,5	60,8	1,4	41
Aston Villa	47,4	93,6	2,0	47
Crystal Palace	49,1	81,9	1,7	70
Manchester City	51,5	87,8	1,7	41
Newcastle United	51,5	86,6	1,7	43
Everton	64,4	64,4	1,0	41
Dato medio	40	95	2,8	46

Fuente: D'Urso

La estrategia de precios se complementa con otras acciones propias del marketing mix, lo que redundo en un exceso de demanda. Según datos obtenidos en transfermarkt.com en la temporada 22/23, los 20 clubes en la Premier lograron atraer a cerca de 15,3 millones de espectadores lo que significa el 98% de la oferta. En LaLiga (22/23) la asistencia total fue de 11,2 millones de personas, que significa un 77% de ocupación. Para la temporada 23/24* (hasta la fecha en la que se presenta este trabajo, abril 2023) la comparativa se sintetiza a continuación (Tabla 2).

Tabla 2. Oferta y asistencia en los estadios de la Premier League y LaLiga EA.

Temporada 23/24 *	Oferta **	Espectadores	% ocupación
Premier	12,4MM	12,0MM	96,9%
Laliga - Primera División -	10,9 MM	8,9 MM	81,7%

Fuente: <https://www.transfermarkt.com/>

A continuación, ofrecemos los resultados del análisis comparativo, basado en D'Urso pero incorporando una nueva variable: que el partido no sea contra un equipo campeón de liga en las últimas 5 temporadas, ni que sea con un habitual en competiciones europeas ni un derbi.

Tabla 3. Precios de entradas de los clubes de LaLiga EA. Temporada 2023-2024

	Menor	Mayor	Ratio	Membresía	
Rayo Vallecano	15,0	45,0	3,0		
Villarreal CF	22,5	150,0	6,7		
Real Sociedad	25,0	40,0	1,6	40	60
Valencia CF	25,0	75,0	3,0	50	50
RC Celta	25,0	70,0	2,8		
UD Las Palmas	25,0	70,0	2,8	15	15
Deportivo Alavés	28,0	64,0	2,3		
Atlético de Madrid	30,0	120,0	4,0	32	64
UD Almería	30,0	60,0	2,0		
Girona FC	32,5	70,0	2,2	10	50
Sevilla FC	35,0	85,0	2,4	25	89
FC Barcelona	39,0	139,0	3,6	40	70
Getafe CF	40,0	80,0	2,0		
Granada CF	40,0	80,0	2,0		
RCD Mallorca	40,0	60,0	1,5		
CA Osasuna	50,0	90,0	1,8		
Real Madrid	60,0	165,0	2,8	20	35
Cádiz CF	60,0	120,0	2,0		
Real Betis	90,0	140,0	1,6	40	40
Dato medio	37	91	2,6		

Fuente: Elaboración propia

Del resultado del análisis se constata que (i) la fijación de precios de los clubes de la Liga EA se caracteriza por: la categorización en función de los rivales; (ii) cualquier persona puede comprar entradas (sin membresía) y (iii) la venta de las entradas se realiza aproximadamente con algo menos de un mes de antelación al partido. La comparación de los promedios de las variables estudiadas (precios), para las dos ligas, no dan resultados significativamente diferentes. La Premier, sin embargo, tiene un rango de oferta algo mayor que LaLigaEA, aunque con diferencias no muy significativas

Tabla 4: Comparativa precios promedio venta entradas entre LaLiga y la Premier

Temporada 23/24	Menor	Mayor	Ratio
Premier	40 €	95 €	2,8
Laliga - Primera División -	37 €	91 €	2,6

Fuente: Elaboración propia

Los precios promedio de las entradas de la Premier están algo por encima de los de LaLiga EA. Y la ratio nos da una ligera idea sobre la “dispersión” que existe entre el precio más bajo y el más alto de cada una de las ligas, lo que nos indica que la Premier tiene un rango de oferta algo mayor que la española, pero, me atrevería a afirmar, que no parece un dato muy significativo.

4. Conclusiones

El nivel de asistencia en los estadios de los equipos en la Premier League, es muy superior al de los equipos de LaLiga EA, tanto en la temporada 22/23 como en lo que llevamos de 23/24. El rango de precios de las entradas no es, en cambio, significativamente diferente. La asistencia en LaLiga EA (23/24) ofrece una tendencia al alza.

Reflexiones orientadas a mejorar los resultados económicos de los ingresos por asistencia a los estadios: (i) ¿No debería ser la mejora de la asistencia uno de los objetivos principales de clubes y de LaLiga para mejorar la competición? (ii) ¿Deberían los clubes españoles ofertar precios algo más populares para mejorar la asistencia? ¿Podrían combinarlo con un mayor rango de precios para segmentar más y mejor? Y (iii) ¿No debería LaLiga ayudar a mejorar las ratios de asistencia con una mejor estrategia comunicativa de calendario y horario de los partidos para favorecer que los clubes puedan comercializar mejor el aforo de los estadios?

5. Referencias

- D’Urso, J. (2023) “How much does a Premier League ticket cost? Highs of £240, lows of £9”. <https://theathletic.com/4767935/2023/08/24/premier-league-ticket-prices/>
- García, J. y Rodríguez, P. (2013) ‘The Determinants of Football Match Attendance in Spanish Football: An Empirical Analysis’, en P. Rodríguez, S. Késenne y J. García (eds.), *The Econometrics of Sport*, Edward Elgar Publishing, 154-166. www.tansfermarkt.com

Inversión en fichajes en LaLiga: análisis de la eficiencia de los directores deportivos

Daniel Megía Cayuela¹

^{1.} *Organización de empresas, Universidad de Málaga.*

1. Introducción

El mayor activo de los equipos de fútbol son sus jugadores. Acertar en el proceso de scouting y planificación de plantillas supone un reto importante e incierto por parte de los directores deportivos de los clubes. Analizar la eficiencia en la gestión deportiva es una de las aportaciones de la Economía del deporte, con el objetivo de conseguir las inversiones más exitosas. Dentro de una misma competición profesional nos encontramos dimensiones diferentes de clubes, como es el caso de LaLiga con diferencias de hasta el 1.000% en variables del tipo presupuestaria y de valoración de los jugadores en el mercado. Por tanto, reducir a la misma ratio el análisis de eficiencia de clubes con estructuras financieras dispares, es uno de las apuestas de esta propuesta. El objetivo principal de este estudio será evaluar el nivel de eficiencia de los equipos de LaLiga durante la temporada 2022/23, usando una metodología de análisis envolvente de datos (DEA) de manera estática para una sola temporada. A partir de un conjunto de variables relacionadas con la gestión deportiva y financiera permitirá conocer el nivel de eficiencia de los clubes con relación al éxito deportivo. Un análisis clúster a modo de ranking ayudará a definir los modelos de cada club y sus características.

2. Método

Se ha diseñado un modelo DEA a partir de una tabla input/output donde se relacionan las variables de estudio. Se ha seleccionado como única variable output los puntos finales en la tabla clasificatoria debido a que se considera que el resultado deportivo a final de temporada es el objetivo principal de los equipos (xx_1). Como variables inputs se han tomado algunas variables que conforman la gestión deportiva y financiera. Son cinco las variables seleccionadas, como son el importe destinado a fichajes (yy_1), el valor de mercado de los jugadores (yy_2), el número de jugadores utilizados por el entrenador durante una temporada (yy_3), la revalorización de las plantillas según el precio de compra (yy_4) y el presupuesto de ingresos (yy_5). En esta última variable se concentran los ingresos procedentes de derechos de tv, merchandising, venta de entradas, publicidad y otras fuentes de ingresos. El modelo se representaría mediante la maximización de eficiencia (θ) condicionado a los puntos obtenidos y al resto de variable de gestión en jugadores:

$$\begin{aligned} & \text{Max } \theta \\ \text{s.a. } & \sum_{ii}^{kk} uu_{ii} xx_{ii} \leq \theta \sum_{ii}^{kk} uu_{ii} xx_{ii} \\ & \sum_{jj}^{mm} vv_{jj} yy_{ii} \leq 1 \end{aligned}$$

3. Resultados

Se han elaborado dos tablas a partir de los datos extraídos de la web de reconocido prestigio Transfermark y a partir de los informes publicados por LaLiga. La tabla 1 hace referencia a las variables analizadas que proporcionan los niveles de eficiencia por cada equipo.

Tabla 1: Índices Eficiencia

Temporada 2022/2023 Clasif.	Equipos	Output (x1) Nº puntos	Input (y1) Valor medio MM€	Input (y2) Nº jugadores utilizados	Input (y3) Compras MM€	Input (y4) Revalorización plantilla	Input (y5) Ingresos MM€	Nivel eficiencia Gestión deportiva
17	Almería	41	114,2	36	37,08	31%	89,00	100,00%
11	Sevilla	49	232,58	42	30,40	33%	243,70	72,61%
3	Ath Madrid	77	534,3	40	29,50	50%	376,00	65,19%
7	Osasuna	53	150,05	31	2,00	412%	69,00	59,85%
8	Athletic Bilbao	51	222,45	31	2,00	360%	136,00	52,67%
12	Rayo Vallecano	49	103,4	29	14,30	141%	52,00	52,24%
9	Mallorca	50	107	38	13,42	126%	59,40	44,73%
15	Getafe	42	118,9	34	15,75	111%	60,90	43,69%
13	Celta Vigo	43	139,1	36	22,35	90%	87,40	41,18%
2	Real Madrid	78	923,45	36	80,00	61%	769,60	37,80%
6	Betis	60	246,4	38	25,00	116%	157,00	32,18%
10	Girona	49	139,9	37	15,00	315%	55,00	16,66%
16	Cádiz	42	65,6	47	11,50	278%	61,00	16,23%
1	FB Barcelona	88	836,8	41	158,00	125%	1255,00	14,95%
5	Villarreal	64	363,5	43	6,48	448%	133,00	13,08%
19	Español	37	116,35	36	20,60	250%	93,50	13,33%
14	Valencia	42	249,78	40	12,50	288%	109,80	11,82%
4	Real Sociedad	71	441,7	37	55,00	433%	130,00	7,92%
20	Elche	25	67,5	40	13,16	626%	58,20	4,80%
18	Valladolid	40	90,75	41	12,30	993%	60,00	4,50%

Fuente: Transfermark y LaLiga- Elaboración propia

En la tabla 2, se realiza una estadística descriptiva que nos permite analizar datos sobre el balance competitivo del campeonato y una visión financiera de los clubes.

Temporada 2022/23	Estadística descriptiva							
	Nº puntos	Valor mdo MM€	nº jug.utilizados	Compras MM€	Reval % plantilla	Ppto Ingresos MM€	Nivel eficiencia	
Promedio	52,55	191,35	37,65	17,50	264%	120,21	35%	
Dev típ	15,88	2,18	4,37	2,85	239%	2,44	26%	
Max	88,00	923,45	47,00	158,00	993%	1255,00	100%	
Min	25,00	65,60	29,00	2,00	31%	52,00	4%	

Fuente: Transfermark y LaLiga- Elaboración propia

4. Discusión

Los resultados del análisis de eficiencia a partir del modelo de programación DEA nos indican niveles bajos de promedio en los equipos de la 1ª división, en cuanto a eficiencia, con un índice del 35%. Almería, Sevilla y Atlético de Madrid son los equipos más eficientes del campeonato durante la temporada 2022/23 con índices superiores al 70%. Estos equipos tienen la particularidad de ser los equipos con mayor número de transacciones de compra y venta de jugadores en las dos ventanas de mercado de fichajes. En un segundo grupo, están Osasuna, Ath. Bilbao y Rayo Vallecano, los cuales aportan niveles superiores al 50%. Estos equipos se caracterizan por realizar mínimas inversiones en fichajes, siendo la cantera y sus acuerdos de colaboración con otros clubes la clave de su éxito deportivo y económico.

Además, la revaloración de sus plantillas es una de las variables determinantes para conseguir esos niveles de eficiencia. Por último, los equipos descendidos esa temporada son los que presentan los índices más bajos de eficiencia como fueron Valladolid (4,50%), Espanyol (13,33%) y Elche (4,80%), por orden de descenso clasificatorio.

A partir de la estadística descriptiva planteada, se observan resultados desde dos puntos de vista: deportiva y financiera. Deportivamente hablando, destaca el balance competitivo tan desigual, donde el promedio de puntos en el campeonato fue de 52 puntos con una dispersión bastante amplia entre el primer y último clasificado (88 vs 25). Es llamativo el número amplio de jugadores utilizados por los equipos en toda la temporada superando los 25 jugadores de la primera plantilla. Eso significa que los entrenadores necesitan por diversas razones utilizar a los jugadores del filial o de la cantera. Desde una perspectiva financiera, destaca la diversidad de estructuras a nivel económico. Es evidente las diferentes realidades de los equipos en cuanto a dimensión valorativa, tanto en presupuestos como de valor de mercado de las plantillas, que llegan casi a los 1.000 MM€ del F.C. Barcelona y Real Madrid vs los 65€ del Elche y Cádiz. En cuanto a la inversión en fichajes con coste económico es notable la gran disparidad existente. Hay equipos con política de fichaje a coste cero, mientras que otros realizan importantes desembolsos (158MM€). Esta heterogeneidad en dimensión financiera se refleja también en los presupuestos, donde tenemos al Rayo Vallecano como el equipo más modesto (52 MM€) respecto al más poderoso como el F.C. Barcelona (1.255 MM€).

5. Conclusiones

Este estudio va dirigido al análisis de la gestión de los directores y gestores deportivos de los equipos profesionales. Se deduce que muchos equipos de la zona alta de la clasificación tienen un alto nivel de mejora, debido a sus ratios de ineficiencia. El hecho de tener las estructuras económicas más poderosas económicamente, no aseguran la eficiencia en su gestión. Por los datos obtenidos, podemos asegurar que son dos las variables principales para conseguir los mayores niveles de eficiencia. Por un lado, destacan los equipos que son muy activos en las ventanas de fichajes y, en menor medida, aquellos equipos que realizan incorporaciones a coste cero y promocionan a sus jugadores desde la cantera.

6. Referencias

- Barros, C. P. y Santos, A. (2003). Productivity in Sports Organisational Training Activities: a DEA study. *European Journal of Sport Management Quarterly*, 1, 46- 65.
- Charnes A., Cooper, W.W., Golany, B., Seiford, L. y Stutz, J. (1985). Foundations of Data Envelopment Analysis for pareto-Koopmans efficient empirical production functions. *Journal of Econometrics*, 30.
- Haas, D. J. (2003). Productive efficiency of English football teams: A data envelopment approach. *Managerial and Decision Economics*, 24, 403-410.

An Intercontinental Expansion of European Club Competitions: A New Reality? The Case of Dubai and Euroleague

*Xabier Mendizabal*¹

^{1.} *Departamento de Finanzas y Contabilidad,
Universidad de Deusto.*

1. Introduction – Theoretical framework

In the last few decades, basketball has become a very popular global sport (Fédération Internationale de Basketball, 2024). Popularity of leagues and players is essential for this process, and the European Euroleague is considered as the second-best basketball competition globally, only after the American NBA (Karamürsel, 2023). Recently, the search for new markets has become important in professional sport leagues (Doppler- Speranza & Gasparini, 2022). As a result, a possible expansion of Euroleague has been floated to increase its marketability (Karamürsel, 2023). Among possible expansion alternatives, it is UAE's Dubai that has attracted most headlines (Eurohoops, 2023). After intense contacts with Dubai investors, in 2023 Euroleague clubs reportedly voted in favor of inviting a Dubai club to play in Euroleague (Eurohoops, 2023).

In this sense, this possible expansion represents an interesting object of study for various reasons. Firstly, geographically, as a club from a region with developing leagues and clubs would be integrated in a European professional sport league (Schreyer & Singleton, 2023). In sports governance, it could affect critical interdependencies of Euroleague with basketball stakeholders (Karamürsel, 2023). Additionally, the study analyzes if this move fits into a bigger picture of involvement of Gulf countries in “sports diplomacy” to increase their influence (Carosella, 2022).

The study represents a theoretical advance for analyzing the feasibility of a groundbreaking idea in Europe like a competition expansion that is commonplace in American leagues like NBA (Edelman & Doyle, 2009). In practical terms, it helps sport practitioners identifying challenges and opportunities associated with such a decision, representing a benchmark for other European leagues like UEFA Champions League, where similar proposals have been put forward recently (OneFootball, 2023).

2. Objectives

Considering the previous dimensions, our objective is to meaningfully contribute to the discussion about the feasibility of a possible expansion of Euroleague into Dubai. Firstly, we will focus on the particular and distinctive characteristics of the Euroleague as a basketball competition with its particularities related to both European and American sports leagues, and its position among European club competitions. Afterwards, we will reflect of the consequences of a league expansion on Euroleague and European basketball system. Subsequently, an exhaustive examination of the Dubai and UAE societies and their governments' vision of sport investments will be carried out.

Additionally, we aim to analyze if Dubai would fit with the conditions set down by the Euroleague to obtain a long-term participation in the competition, ending the article with a general reflection and suggestions for the process.

3. Methodology

The paper follows a qualitative research methodology exploring and uncovering data meaning (Schäfer & Vogele, 2021), through a case study defined as a “intensive study of a single unit with an aim to generalize across a larger set of units” (Gerring, 2004, p. 342), focusing on Euroleague. Primary data from Euroleague and UAE Government websites has led to an extensive descriptive analysis of European basketball governance and Dubai’s history, demography and economy. Analysis of secondary data like academic papers, press and sport websites have led to analyze European and American sport systems, Euroleague clubs’ business model and the development of a diplomatic strategy by Gulf countries through sport investments.

4. Results

Euroleague does not fully align with neither US or European sport models. It is a closed league for shareholder clubs, but it keeps ties to traditional European structures (Karamürsel, 2023). However, practically all clubs are loss-making and depend hugely on sugar-daddies to survive, prompting questions as to whether an expansion can increase league’s income (Karamürsel, 2023). Dubai could bring new sponsors (BasketNews, 2024), in a multicultural Emirate with a rapid population increase (Sen, 2020). Dubai investors might perceive sport as a cross-cultural phenomenon to get a bigger external legitimacy (Carosella, 2022). Our analysis shows that Dubai fulfills the majority of conditions by Euroleague (2023) to be a member club.

5. Conclusions

An important theoretical implication is that it can shape Euroleague’s image as a paradigm-changing league through an expansion to the Gulf, a strategy not tried in Europe. Practically, Euroleague could increase its exposure and reputation as the second-best league globally, attracting interest from leagues like UEFA Champions League who could be keen to follow a similar path. However, there are concerns. It could affect interdependencies with basketball stakeholders. Some actors might also consider it as a distraction from UAE’s human rights record, so engaging with Dubai is vital to create lasting social change to social groups like women and migrant workers.

6. References

- BasketNews (2024, January 10). *Motiejunas evaluates Dubai's EuroLeague entry for next season, Serbian clubs future*. <https://basketnews.com/news-199924-motiejunas-evaluates-dubais-euroleague-entry-for-next-season-serbian-clubs-future.html>
- Carosella, V. R. (2022). Football as soft power: the political use of football in Qatar, the United Arab Emirates and the Kingdom of Saudi Arabia. Abdou Filali-Ansary Occasional Paper Series. Book 8.
- Doppler-Speranza, F., & Gasparini, W. (2022). 'Europe Gets More Game Everyday'. Professional Basketball, Transatlantic Sports Models and European Integration since the 1950s. *JEIH Journal of European Integration History*, 27(2), 303-322.
- Edelman, M., & Doyle, B. (2009). Antitrust and Free Movement Risks of Expanding US Professional Sports Leagues into Europe. *Nw. J. Int'l L. & Bus.*, 29(2), 403-438.
- Eurohoops. (2023). *Dubai is an opportunity which the EuroLeague can't afford to miss*. <https://www.eurohoops.net/en/voices/1576886/dubai-is-an-opportunity-which-the-euroleague-cant-afford-to-miss/>
- Euroleague. (2023). *2023-24 Turkish Airlines Euroleague Bylaws*. https://ftpservers.euroleague.net/general/2023_24_EuroLeague_Bylaws.pdf
- Fédération Internationale de Basketball - FIBA. (2024). *Presentation*. <https://www.fiba.basketball/presentation>
- Gerring, J. (2004). What is a case study and what is it good for? *American political science review*, 98(2), 341-354.
- Karamürsel, C. (2023). *The Economic Design of EuroLeague*. European Basketball Advisory Group. https://www.linkedin.com/posts/cem-ceyhun-karam%C3%BCrsel-228b122_new-ebag-report-the-economic-design-of-activity-7078601057995513856-8qYp
- OneFootball. (2023). *Arabia Saudi en la Champions League*. <https://onefootball.com/id/berita/arabia-saudi-en-la-champions-league-38053335>
- Schäfer, M., & Vögele, C. (2021). Content analysis as a research method: A content analysis of content analyses in sport communication. *International Journal of Sport Communication*, 14(2), 195-211.
- Schreyer, D., & Singleton, C. (2023). Cristiano of Arabia: Did Ronaldo increase Saudi Pro League attendances?. Available at SSRN 4552736.
- Sen, U. (2020). Dubai: changing forms with demography. *Creative Space*, 7(2), 119-125.

Diferencias Competitivas en las ligas profesionales inglesas y españolas

Manuel Espitia-Escuer¹ y Marta Broshed-Lázaro²

- ^{1.} *Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Zaragoza.*
- ^{2.} *Análisis Económico, Universidad Isabel I de Castilla.*

1. Introducción

Se plantea el análisis de las diferencias competitivas en las ligas profesionales inglesas y españolas que han completado la temporada 21/22, 22/23 y 23/24 introduciendo como variable explicativa el sistema de juego más habitual de cada equipo.

La industria del fútbol, tal y como señala Szymanski (2019), no es muy diferente a otros tipos de industrias, tal como indica Buzzel (1981) al referirse a diversas industrias, la distribución de cuotas de mercado es asimétrica como un fenómeno "natural". Con independencia del tamaño, la mayoría de las ligas reflejan una configuración similar de dominio, en la que existe un número reducido de grandes clubes, líderes en la liga de su competición. La comparación entre grandes ligas profesionales de fútbol es una cuestión que resulta de interés y existe el debate sobre los sistemas de juego y su influencia en la capacidad competitiva de los equipos.

El desarrollo del trabajo incluye en primer lugar, un análisis descriptivo de los resultados en cada periodo y en el total de cada competición para plantear una hipótesis de contraste. En segundo lugar, el apartado de análisis se dedica a plantear el modelo modificado 'ad hoc' del original, para obtener los resultados y las interpretaciones derivadas del mismo previo al apartado de conclusiones.

2. Modelo de análisis

El análisis de la intensidad competitiva para cada uno de los periodos y competiciones se realiza de forma independientes y se integra en el gráfico correspondiente. El método utilizado nos arroja resultados acerca de la asimetría y competitividad que presenta el mercado. Cuanto más simétrico sea un mercado, será más competitivo y viceversa. Para realizar el análisis se parte de la hipótesis de Gibrat (1931) o "Ley de Gibrat". La hipótesis subyacente es que la relación entre la cuota de mercado del agente situado en el lugar i -ésimo (S_i) y la cuota del situado en el lugar $2i$ -ésimo (S_{2i}) es una fracción constante para cualquier i . Esta hipótesis deriva del modelo de Gibrat y se inspira en los resultados sobre la estructura natural de los mercados de Buzzell (1981) y en el modelo propuesto por Lafuente y Salas (1983).

El objetivo es plantear el análisis de los determinantes del resultado incluyendo entre ellos, una medida objetiva del sistema de juego. El análisis descriptivo de los sistemas de juego más frecuentes utilizados por los equipos en cada periodo pone de manifiesto claras diferencias entre los campeonatos. Para obtener una variable continua que indique el sistema de juego se ha tomado el centro de masas¹

	Primera_24	Primera_23	Primera_22	Premier_24	Premier_23	Premier_22
Herfindahl		0,0543	0,0542		0,0557	0,0564
Centro de Masa		43,4	43,5		44,85	44,35

Correlaciones/SJ	Primera_24	Primera_23	Primera_22	Premier_24	Premier_23	Premier_22
Puntos		0,4608	0,3259		0,2552	0,1480
Goles a Favor		0,5003	0,4865		0,2062	0,0920
Goles en Contra		-0,4157	-0,1208		-0,2332	-0,3060

	Segunda_24	Segunda_23	Segunda_22	Champsdp_24	Champsdp_23	Champsdp_22
Herfindahl		0,0474	0,0483		0,0438	0,0444
Centro de Masa		43,0	42,9		44,4	45,2

Correlaciones/SJ	Segunda_24	Segunda_23	Segunda_22	Champsdp_24	Champsdp_23	Champsdp_22
Puntos		-0,2993	-0,0258		0,2114	0,0118
Goles a Favor		-0,0514	0,0539		0,1787	-0,1099
Goles en Contra		0,3144	0,1044		-0,1141	-0,0540

La función que se obtiene queda expresada como la relación entre la cuota del líder S_1 y la de los demás competidores, donde R_i indica la posición del competidor i . La expresión resultante después de la transformación logarítmica es la siguiente:

$$\ln S_i = \alpha + \beta \ln R_i + \gamma \ln J_i + \epsilon_i$$

Donde, α , estimación de la cuota del líder; β , coeficiente la fracción de concentración de los equipos competidores de relevancia; γ , representa el efecto sobre la cuota de puntos del sistema de juego.

España	Primera_24	Primera_23	Primera_22	Segunda_24	Segunda_23	Segunda_22
Alfa		-1,96710	0,700947		4,7690	3,3000
Beta		-0,344002	-0,353671		-0,231703	-0,300079
Gama		-0,0909223	-0,792062		-1,96135	-1,53364

Inglaterra	Premiere_24	Premiere_23	Premiere_22	Championship_24	Championship_23	Championship_22
Alfa		-4,63710	-5,30564		-2,00468	-3,35542
Beta		-0,389950	-0,419993		-0,260717	-0,293360
Gama		0,633777	0,826437		-0,15900	0,212437

Tabla 1. Resultados de las estimaciones de los valores de Alfa, Beta y Gama en cada competición y temporada.

3. Resultados

Los sistemas de juego como variable explicativa juegan un papel diferente en la Premier con respecto a las demás competiciones al aparecer con signo positivo lo que indicaría un efecto positivo sobre la cuota de puntos de los equipos, mientras que en las demás competiciones el efecto es el contrario

¹ como indicador de cada uno de los sistemas, donde m_i son los jugadores por línea, por ejemplo, para 3 líneas se obtendría, $CM = (20*m_1 + 50*m_2 + 80*m_3) / (m_1 + m_2 + m_3)$.

4. Conclusiones

Se observa una clara diferencia en el efecto de los sistemas de juego en unas y otras competiciones. En Segunda española es en la que el efecto es más negativo, siendo también negativo en Primera y Championship, mientras que en Premier el signo del efecto es el contrario.

5. Referencias

- Buzzell, R. D. (1981). Are there “natural” market structures? *Journal of Marketing*, 45(1), pp. 42-51. Doi.org/10.1177/002224298104500105
- Gibrat, R. (1931). *Les Inégalités Économiques*. Paris: Librairie du Recueil Sirey.
- Lafuente A. y Salas, V. (1983). Concentración y Resultados de las Empresas de la Economía Española. *Cuadernos Económicos del ICE*, no 22-23.
- Szymanski, S. (2019). Dominio y apuros. *Papeles de Economía Española*, 159, pp. 92-108. *Dominance and Distress. Sports (and) Economics*. Funcas.

Intensidad Competitiva en las ligas profesionales inglesas y españolas

Manuel Espitia-Escuer¹ y Marta Brosted-Lázaro²

- ^{1.} *Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Zaragoza.*
- ^{2.} *Análisis Económico, Universidad Isabel I de Castilla.*

1. Introducción

En el presente trabajo se plantea el análisis de la intensidad competitiva en las ligas profesionales inglesas y españolas que han completado la temporada 21/22, 22/23 y 23/24 con el fin de detectar diferencias entre ellas. Esta propuesta pretende contribuir al análisis de la intensidad competitiva en el deporte profesional a través del modelo de Gibrat con estimaciones diferenciadas en cada competición.

La industria del fútbol, tal y como señala Szymanski (2019), no es muy diferente a otros tipos de industrias, tal como indica Buzzel (1981) al referirse a diversas industrias, la distribución de cuotas de mercado es asimétrica como un fenómeno "natural". Con independencia del tamaño, la mayoría de las ligas reflejan una configuración similar de dominio, en la que existe un número reducido de grandes clubes, líderes en la liga de su competición.

La comparación entre grandes ligas profesionales de fútbol es una cuestión que resulta de mucho interés por la percepción de unos y otros sobre donde se practica mejor el juego, donde están los mejores técnicos y jugadores, etc. Los elementos de comparación resultan especialmente controvertidos ya que lo que parece evidente para unos no resulta relevante para otros. La puesta en común de resultados deportivos puede ayudar a plantear la cuestión desde una óptica más objetiva.

El desarrollo del trabajo incluye en primer lugar, un análisis descriptivo de los resultados en cada periodo y en el total de cada competición para plantear una hipótesis de contraste. En segundo lugar, el apartado de análisis se dedica a plantear el modelo, obtener los resultados y las interpretaciones derivadas del mismo previo al apartado de conclusiones.

2. Modelo de análisis

El análisis de la intensidad competitiva para cada uno de los periodos y competiciones se realiza de forma independientes y se integra en el gráfico correspondiente. El método utilizado nos arroja resultados acerca de la asimetría y competitividad que presenta el mercado. Cuanto más simétrico sea un mercado, será más competitivo y viceversa. Para realizar el análisis se parte de la hipótesis de Gibrat (1931) o "Ley de Gibrat". La hipótesis subyacente es que la relación entre la cuota de mercado del agente situado en el lugar i -ésimo (S_i) y la cuota del situado en el lugar $2i$ -ésimo (S_{2i}) es una fracción constante para cualquier i . Esta hipótesis deriva del modelo de Gibrat y se inspira en los resultados sobre la estructura natural de los mercados de Buzzell (1981) y en el modelo propuesto por Lafuente y Salas (1983).

La función que se obtiene queda expresada como la relación entre la cuota del líder S_1 y la de los demás competidores, donde R_i indica la posición del competidor i . La expresión resultante después de la transformación logarítmica es la siguiente:

$$\ln S_i = \alpha + \beta \ln R_i + \epsilon_i$$

Donde, α , cuanto mayor sea este término representará mayor cuota del líder y, en consecuencia, menor competencia. β , cuanto mayor sea el valor del coeficiente significará que hay un mayor número de equipos competidores de relevancia.

España	Primera_24	Primera_23	Primera_22	Segunda_24	Segunda_23	Segunda_22
Alfa		-2,315	-2,325		-2,598	-2,482
Beta		-0,342	-0,336		-0,235	-0,292
Inglaterra	Premiere_24	Premiere_23	Premiere_22	Championship_24	Championship_23	Championship_22
Alfa		-2,207	-2,167		-2,615	-2,548
Beta		-0,400	-0,423		-0,257	-0,293

Tabla 1. Resultados de las estimaciones de los valores de Alfa y Beta en cada competición y temporada.

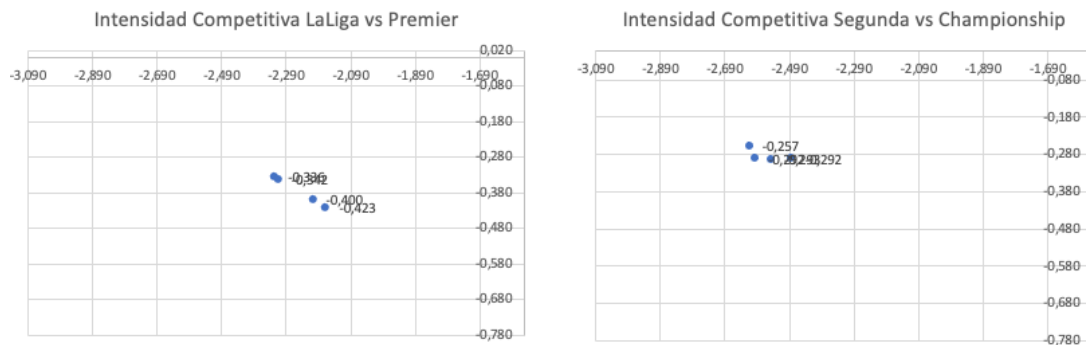


Gráfico 1. Coeficientes Alfa y Beta en las competiciones profesionales españolas e inglesas.

3. Resultados

La combinación de valores bajos de alfa y altos de beta indicará que se produce una alta intensidad competitiva en la industria. Un resultado de alfa y beta elevadas suponen la existencia de un líder dominante y alta intensidad competitiva. Los valores bajos de beta se corresponden con baja intensidad competitiva en escenarios con líder dominante o no, según los valores de alfa. En el Gráfico 1 se representan los resultados en función de los valores alfa y beta que determinan el posicionamiento. Se han tomado los valores de los ejes que resultan de la simulación de resultados posibles en la competición. Las estimaciones son significativas y en el contraste de diferencias aparecen algunos casos particulares.

4. Conclusiones

Los resultados obtenidos que se muestran en la Tabla ponen de manifiesto una mayor intensidad competitiva en el segundo escalón del fútbol profesional, observándose valores de alfa menores y mayores los de beta. En este escalón las competiciones española e inglesa son muy similares.

En la primera categoría del fútbol profesional se observa una ligera diferencia en la que se puede constatar una mayor intensidad competitiva en el caso de la española.

5. Referencias

- Buzzell, R. D. (1981). Are there “natural” market structures? *Journal of Marketing*, 45(1), pp. 42-51. Doi.org/10.1177/002224298104500105
- Gibrat, R. (1931). *Les Inégalités Économiques*. Paris: Librairie du Recueil Sirey.
- Lafuente A. y Salas, V. (1983). Concentración y Resultados de las Empresas de la Economía Española. Cuadernos Económicos del ICE, no 22-23.
- Szymanski, S. (2019). Dominio y apuros. *Papeles de Economía Española*, 159, pp. 92-108. Dominance and Distress. *Sports (and) Economics*. Funcas.



Sección 14

Otros temas de
economía y gestión
deportiva

**XIV Congreso Iberoamericano
de Economía del Deporte.**

Madrid, 12-14 de junio de 2024

Esfuerzo de trabajo percibido por el voluntariado deportivo en el evento Sport4Cancer

***Aurora María García-Vallejo¹, María Carboneros²,
Ana Blanco Ayala³, Carmen Sarah Einsle⁴***

- 1. Departamento de Economía y Administración de Empresas, Universidad de Málaga.*
- 2. Departamento de Actividad Física y Deporte, Universidad de Murcia.*
- 3. Departamento de Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla.*
- 4. Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de Valencia.*

1. Introducción

La labor voluntaria en un evento deportivo es parte fundamental para el éxito del evento. Existen múltiples razones para involucrarse como voluntario, como las experiencias basadas en necesidades, en la satisfacción, el esfuerzo laboral o las intenciones de rotación (De Clerck et al., 2022). La participación en un evento deportivo como voluntario está percibido como una experiencia positiva gracias a los beneficios y valores que se obtienen a través de la participación (Teixeira et al., 2023). La gestión del voluntariado y la satisfacción laboral son claves para las intenciones futuras del voluntariado (Cho et al., 2020), además, estas variables se ven influenciadas por el esfuerzo de trabajo percibido por el voluntario. Por tanto, el objetivo del estudio es evaluar el esfuerzo percibido por el voluntariado de Sport4Cancer según el nivel de experiencia en voluntariado por parte de los voluntarios.

Sport4Cancer es un evento multideportivo que se celebra en el litoral del Mar Menor y cuenta con más de 100 actividades deportivas y sociales. Dado el potencial que posee el voluntariado deportivo y los beneficios que aporta para el buen funcionamiento del evento, es necesario evaluar el esfuerzo de trabajo de los voluntarios participantes en el evento deportivo según frecuencia de participación en voluntariado deportivo.

2. Método

PARTICIPANTES

La muestra estuvo compuesta por un total de 115 estudiantes de la Universidad de Murcia, un 27,3% eran hombres y un 72,7% mujeres con una edad media de 21,7 años.

INSTRUMENTOS

El esfuerzo de trabajo se evaluó a través de la escala de esfuerzo de trabajo desarrollada por De Cooman et al. (2009). Esta escala está compuesta por 10 ítems estructurados en tres dimensiones: persistencia (ítems 1-3), dirección (ítems 4-6) e intensidad (ítems 7-10). La escala fue de tipo Likert de 7 puntos (1: Totalmente en desacuerdo; 7: totalmente de acuerdo). La fiabilidad de la escala fue de 0,922.

PROCEDIMIENTO

Los cuestionarios fueron administrados de forma electrónica después de la realización del evento a través de la herramienta “Encuestas” de la Universidad de Murcia. Los organizadores de la actividad la distribuyeron entre sus participantes. Este estudio está cofinanciado por la Unión Europea (ID: 101050018).

3. Resultados

El nivel de esfuerzo de trabajo del voluntariado del evento, en relación su grado de experiencia, se detalla en la Tabla 1. En general el esfuerzo de trabajo percibido por el voluntariado universitario fue muy alto, con valores superiores a seis puntos en todas los ítems y dimensiones. Apenas existieron diferencias en las puntuaciones del voluntariado según su nivel de participación regular, aunque los voluntarios con menor participación percibieron algo más su esfuerzo en comparación con los voluntarios con mayor experiencia.

Tabla 1. Estadísticos comparativos del esfuerzo de trabajo del voluntariado según frecuencia de participación.

Ítems	Frecuencia del voluntariado				Sig.
	Menor participación (n=67)		Mayor participación (n=48)		
	M	DT	M	DT	
Esfuerzo de trabajo	6,56	0,6	6,54	0,5	,838
Persistencia	6,45	0,7	6,48	0,5	,822
No me rindo rápidamente cuando algo no funciona bien.	6,45	0,8	6,46	0,6	,941
Hago todo lo posible por terminar mi trabajo, independientemente de las posibles dificultades.	6,52	0,7	6,56	0,6	,747
Cuando empiezo una tarea, la llevo a cabo hasta el final.	6,39	0,9	6,42	0,6	,841
Dirección	6,64	0,5	6,57	0,6	,467
Hago todo lo que está en mi mano para cumplir con lo que se espera de mí.	6,60	0,7	6,54	0,7	,678
Soy una persona de confianza en la realización de las tareas que se me asignan.	6,69	0,5	6,67	0,5	,841
Hago todo lo posible por alcanzar los objetivos de la organización.	6,66	0,6	6,50	0,7	,211
Intensidad	6,57	0,7	6,55	0,5	,908
Me considero una persona muy trabajadora.	6,60	0,7	6,40	0,9	,190
Realmente doy lo mejor de mí en mi trabajo.	6,52	0,8	6,67	0,6	,295
Pongo mucha energía en las tareas que me encomiendan.	6,60	0,7	6,58	0,6	,912
Siempre me esfuerzo al máximo durante la realización de mi trabajo.	6,57	0,8	6,58	0,6	,904

Nota: * $p < 0,05$

Analizando las dimensiones del esfuerzo de trabajo, los estudiantes con mayor participación tuvieron mayor persistencia (M=6,48) que los voluntarios con menor participación (M=6,45). En cambio, los voluntarios con menor participación tuvieron mejor dirección (M=6,64) e intensidad (M=6,57) que los estudiantes con mayor participación (Dirección=5,57; Intensidad=5,55). No hubo diferencias estadísticamente significativas en ningún ítem ($p > 0,05$).

4. Conclusiones

Los voluntarios con menor frecuencia de participación tienen mayor percepción de esfuerzo por su trabajo que los voluntarios deportivos que más participan en acciones de voluntariado, aunque de forma ligera. Estos resultados indican que los estudiantes universitarios independiente de su experiencia acuden a los eventos deportivos con mucha motivación por esforzarse y hacer su labor de la mejor forma.

5. Referencias

- Cho, H., Wong, Z., & Chiu, W. (2020). The Effect of Volunteer Management on Intention to Continue Volunteering: A Mediating Role of Job Satisfaction of Volunteers. *Sage Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020920588>
- De Clerck, T., Willem, A., De Cocker, K., & Haerens, L. (2022). Toward a refined insight into the importance of volunteers' motivations for need-based experiences, job satisfaction, work effort, and turnover intentions in nonprofit sports clubs: A person-centered approach. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 33(4), 807-819.
- De Cooman, R., De Gieter, S., Pepermans, R., Jegers, M., & Van Acker, F. (2009). Development and Validation of the Work Effort Scale. *European Journal of Psychological Assessment*, 25(4), 266-273. <https://doi.org/10.1027/1015-5759.25.4.266>
- Teixeira, M. C., Banza, T., Almeida, N., & Sesinando, A. (2023). Sport mega-events, volunteer motivation, and self-assessment: reasons and expectations for participating in the Rio 2016 Olympic Games. *Journal of Physical Education and Sport*, 23(5), 1221-1236. <https://doi.org/10.7752/jpes.2023.05151>

La inversión económica en etapas juveniles en tenis de Costa Rica

***Ignacio Sabaté Lobo¹, Carlos Rodríguez Campo¹ y
Javier Padilla Huete²***

1. San Jose Indoor Club

2. Universidad de Costa Rica.

1. Introducción

Cada vez resulta más común el inicio más prematuro en el deporte con la esperanza de alcanzar niveles elite en edades más avanzadas (Torres, 2015). Diversos autores han estudiado sobre estos factores que inciden en la especialización deportiva. Así mismo, (Post et al., 2019) han encontrado evidencia que indican que el estatus socioeconómico de los padres de familia han identificado como uno de los factores hacia la especialización deportiva, en tanto que un mayor ingreso (o inversión), conlleva a mayor cantidad de horas de entrenamiento. Respecto la especialización deportiva y sus efectos, se ha encontrado evidencia en varias disciplinas deportivas con representación en deportes olímpicos, De Bosscher et al (2023), identificaron las edades de inicio y de especialización en hombres y mujeres, por ejemplo, en la disciplina del tenis, los inicios rondan entre 5.6 y 6.8 años, mientras que la especialización sucede en promedio a los 13.3 y 12.4 años, en hombres y mujeres respectivamente.

El objetivo de este trabajo fue conocer el comportamiento de la inversión económica según la edad en tenistas juveniles en Costa Rica. Con el fin de encontrar mayor claridad y evidencia en lo que respecta el comportamiento sobre el gasto o inversión según las categorías de los juveniles.

2. Método

En total participaron 38 padres de familia que brindaron datos acerca del proceso de entrenamiento de sus hijos, los tenistas comprendieron edades desde los 8 hasta los 18 años, jugadores de la Federación costarricense de Tennis, a través de una encuesta hacia los padres de familia. Se analizó la correlación entre las variables y la relación lineal entre ellas para determinar la existencia y naturaleza de la asociación. Se evaluó el nivel de significancia estadística de estas relaciones utilizando el programa R (R Core Team, 2023). Esto permitió establecer si las interacciones observadas entre las variables son estadísticamente significativas.

3. Resultados

Se procedió a analizar las variables de manera individual con una aproximación descriptiva tanto para las variables de las características sociodemográficas de los jugadores (Tabla 1) como de las inversiones de las familias (Tabla 2).

Tabla 1. Resumen estadístico de las características sociodemográfica y deportiva de los jugadores juniors participantes en el estudio. (Fuente: elaboración propia)

Edad	Edad de inicio	Hora de entrenamiento por semana	Años compitiendo	Edad de especialización
14 ± 2,93	7,34 ± 2,78	7,16 ± 3,46	2,95 ± 2,31	10,49 ± 1,80

Tabla 2. Resumen estadístico de la inversión de las familias de los jugadores juniors participantes en el estudio. Cifras expresadas en USD. (Fuente: elaboración propia).

Variable	Inversión Mensual	Inversión Anual	Satisfacción con el servicio
Media y desviación estándar	390 ± 218	4320 ± 2365	3.43 ± 0.96
Intervalos inferior y superior	60 a 690	1000 a 6860	1 a 5

Como se pudo observar (tabla 3), se encuentra que la relación lineal entre categoría e inversión económica mensual es estadísticamente significativa ($p=0,03$), por lo que cabe mencionar, por cada año de incremento de edad, la inversión económica aumenta 27 dólares en promedio.

Tabla 3. Coeficientes de correlación lineal y prueba de significación estadística entre variables. (Elaboración propia)

Variables	Coefficiente de correlación lineal	Valor P
Categoría de competición e inversión mensual.	0,13	0,03
Categoría de competición e inversión anual.	0,18	0,01
Edad de especialización e inversión mensual.	0,04	0,26
Categoría de competición y volumen de horas de entrenamiento.	0,37	0,01

De igual forma, en el análisis de la categoría de competición y la inversión económica anual, se obtuvo una relación estadísticamente significativa ($p=0,01$), por lo que se mantiene la asociación que conforme aumente la etapa de competición así será la inversión económica que realizan los padres de familia. Por último, al contabilizar la cantidad de horas de entrenamiento a la que son expuestos los jugadores están asociadas con una mayor inversión económica ($p=0,01$), lo cual es una tendencia esperada.

4. Discusión

De acuerdo con los datos obtenidos, donde en promedio se inicia en la práctica del tenis a los 7 años, y llegan a tomar la decisión de especializarse en tenis a los 10 años. Esto implica que el tenis en Costa Rica tiende a fomentar la especialización prematura, en aras de seleccionar los mejores talentos para edades futuras. La inversión anual promedio en el deporte juvenil del tenis en Costa Rica, se encuentra en el rango de \$1000 a \$7000 al año, solamente en participación en el deporte, específicamente en preparación, clases, entrenamientos, etc., lo cual coincide con el rango invertido en una investigación realizada en el año 2019 en beisbol Post et al (2019). En cuanto la relación entre edad (categoría) e inversión económica, se obtiene una tendencia que, a mayor edad, se da una asociación con un aumento en la inversión económica mensual ($p = 0.01$). Podemos decir que la tendencia de inversión aumente significativamente a partir de los 10 años, lo cual es consistente con los datos obtenidos respecto la edad de especialización. De la misma forma, se encontró una relación significativa entre la inversión y el volumen en horas de entrenamiento ($p=0.01$).

Contrariamente, encontramos que no existe relación significativa entre la edad de especialización y la inversión económica ($P = 0.26$). Gulich et all (2021), indican respecto la especialización, que si bien es cierto esta tiende a alcanzar resultados pronto, a largo plazo estos resultados se estancan, y sobresalen aquellos atletas que comenzaron a competir de forma más tardía y que en etapas tempranas realizaron un muestreo o sampling (Cote & Vierimaa, 2014).

Por último, la valoración entre la satisfacción con la formación e inversión no se encontró una relación directa ($p = 0.53$). de esta forma, “no se puede afirmar que, a mayor inversión, haya mayor satisfacción”. Se puede suponer, que nos encontramos frente a un mercado poco regulado, con precios muy dispares y poco consistentes, independientemente de la categoría o edad de los jugadores.

5. Conclusiones

Se logra concluir que, a nivel general, la inversión económica se incrementa conforme aumenta la edad, sin embargo, surge la duda respecto el comportamiento ya que no se encontró una relación directa entre la edad de especialización y la inversión. De otro modo se puede suponer que existe una tendencia al alza en la inversión en etapas previas a la especialización deportiva.

Cabe resaltar que una inversión económica alta en deporte sugiere una baja participación en familias de menor ingreso, lo cual es una problemática a la cual se le deben de buscar estrategias y soluciones para garantizar mayor participación y sostenibilidad, ya que en familias de ingresos bajo-medio, podemos encontrar a futuras estrellas del deporte que hoy en día no cuentan con oportunidades de acceder a estos servicios.

Para futuras investigaciones, se recomienda buscar más alternativas para recolección de datos, así como, ampliar los rangos de edad y categorías para conocer dicha tendencia en edades posteriores a los 18 años. Así mismo, se recomienda ampliar también dicha metodología en otras disciplinas deportivas, tanto grupales como individuales para conocer sus particularidades y comportamiento. Una de las principales limitaciones encontrada fue la poca apertura de algunos padres de familia que no compartieron datos de sus gastos económicos, el método de búsqueda de esta información se podría realizar de forma más personal visitando los torneos nacionales y abordando a padres de familia, ya que, la idea era obtener aún muchos más datos. Esto se pretendería realizar para una segunda fase de investigación, además, de ampliar la propuesta a otros deportes, para continuar desarrollando conocimiento acerca de cómo se están comportando las inversiones en la formación de atletas a nivel nacional y los alcances que esto está brindando.

6. Referencias

- Côté, J., & Vierimaa, M. (2014). The developmental model of sport participation: 15 years after its first conceptualization. *Science & sports*, 29, S63-S69.
- De Bosscher, V., Descheemaeker, K., & Shibli, S. (2023). Starting and specialisation ages of elite athletes across olympic sports: An international cross-sectional study. *European Journal of Sport Sciences*, 3(5), 9-19.
- Güllich, A., Macnamara, B. N., & Hambrick, D. Z. (2022). What makes a champion? Early multidisciplinary practice, not early specialization, predicts world-class performance. *Perspectives on Psychological Science*, 17(1), 6-29.
- Post, E. G., Rosenthal, M. D., & Rauh, M. J. (2019). Attitudes and beliefs towards sport specialization, college scholarships, and financial investment among high school baseball parents. *Sports*, 7(12), 247.
- R Core Team (2023). *R: A Language and Environment for Statistical Computing*. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. <https://www.R-project.org/>
- Torres, C. R. (2015). Better early than late? A philosophical exploration of early sport specialization. *Kinesiology Review*, 4(3), 304-316.

Construção e validação de um modelo de avaliação da maturidade digital de clubes desportivos

Ferreira, Alan^{1,2}, Pedragosa, Vera³ y Silva, Alfredo¹

1. *Sports Science School of Rio Maior, Polytechnic Institute of Santarem. Life Quality Research Centre.*
2. *Faculty of Physical Education and Sport, Lusofona University. Centre for Research in Sport, Physical Education, Exercise and Health.*
3. *Autonoma University Research Centre for Economic and Business Sciences.*

1. Introdução

A maturidade digital emergiu como um conceito fundamental para as organizações em todos os setores, refletindo a capacidade de uma organização adaptar ferramentas digitais para estimular a inovação, otimizar processos, aprimorar experiências dos clientes e alavancar vantagem competitiva (Ehnold et al., 2023; (Magaz-González et al., 2023). Apesar de haver modelos e estruturas de avaliação da maturidade digital implementadas em setores como a indústria da tecnologia, das telecomunicações, da educação e da saúde (Aras & Büyükoçkan, 2023), ainda não foram estabelecidos modelos de análise e diagnóstico em organizações do setor desportivo, inclusive em clubes e no setor associativo. Este trabalho teve como objetivo construir e validar um modelo de avaliação da maturidade digital em clubes desportivos.

2. Método

O modelo de avaliação da maturidade digital foi desenvolvido por meio de três etapas sequenciais, são elas: (i) revisão sistemática de escopo; (ii) validação por dois painéis de especialistas nas áreas da gestão do desporto e da tecnologia digital; e, (iii) grupo focal.

REVISÃO SISTEMÁTICA DE ESCOPO

O método PRISMA Extension for Scoping Reviews foi utilizado para mapear a variedade e as características dos modelos de avaliação da maturidade digital publicados por estudos nos últimos cinco anos, além de identificar lacunas importantes para o setor desportivo. Os dados extraídos desses estudos foram analisados para destacar as dimensões, pilares ou fatores mais frequentes na avaliação da maturidade digital (Aras & Büyükoçkan, 2023).

VALIDAÇÃO POR DOIS PAINÉIS DE ESPECIALISTAS

Utilizou-se um questionário direcionado a dois painéis de especialistas distintos: seis investigadores na área de gestão do desporto e tecnologia; e, seis gestores de clubes desportivos. Os especialistas avaliaram a relevância de cada item, fator e pilar do modelo numa escala de 1 a 4 pontos, permitindo uma análise quantitativa precisa da pertinência de cada componente, além do cálculo do grau de pertinência global.

GRUPO FOCAL

A validação final do modelo foi realizada através de um grupo focal composto por seis dirigentes de diferentes clubes de Portugal, visando coletar um feedback direto e perspectivas valiosas sobre a aplicabilidade, relevância e abrangência do modelo em contexto real. Durante a sessão, os dirigentes discutiram cada componente do modelo. A análise identificou padrões de concordância ou discordância.

3. Resultados

ETAPAS DE CONSTRUÇÃO E VALIDAÇÃO DO MODELO

Mais de 5.000 publicações foram identificadas através das palavras-chave utilizadas. Após a eliminação de duplicatas e documentos irrelevantes, a comparação entre as bases de dados Scopus e Web of Science (WoS) levou à seleção 411 trabalhos. A análise dos documentos considerou apenas os artigos acadêmicos e os trabalhos que realizaram a avaliação da maturidade digital, teve como resultado a seleção de 52 trabalhos. Após esta etapa foi construída a primeira versão de um modelo holístico – com três pilares, 10 fatores e 82 itens.

Com a primeira versão do modelo construída, foi realizada a validação quantitativa dos especialistas que teve como resultado 99% de relevância dos pilares e dos fatores, além de 95% de relevância dos itens. Os 12 experts mencionaram 54 melhorias na ferramenta, das quais foram 42 aceites. O resultado foi um modelo com três pilares, os 10 fatores e 63 itens.

O grupo focal proporcionou insights cruciais que refletiram a diversidade de necessidades e desafios enfrentados pelos clubes na adoção de processos digitais. A análise de concordância dos seis dirigentes resultou no modelo final, composto por três pilares, os 10 fatores e 58 itens, conforme descrito a seguir.

MODELO VALIDADO

O modelo validado considerou o contexto dos clubes desportivo e a estruturação do conhecimento em gestão do desporto, sendo dividido em três pilares (Tabela 1).

Tabela 1. Pilares do modelo de avaliação da maturidade digital de clubes desportivos.

Pilar	Descrição
Desempenho organizacional	Com quatro fatores e 36 itens, inclui a estratégia de gestão para implementação de ferramentas digitais, para transformação da cultura organizacional e para adaptação de processos e atividades do clube.
Desempenho desportivo	Com três fatores e nove itens, inclui a implementação de ferramentas digitais para avaliar e monitorar o desempenho dos atletas e equipas nos treinos e jogos, além do scouting de talentos mediante a recolha e análise de dados.
Experiência dos praticantes, adeptos, sócios e parceiros	Com três fatores e 13 itens inclui a implementação e uso de canais digitais de comunicação para entregar conteúdos aos adeptos de forma específica e segmentada, a oferta de produtos e serviços digitais, além do relacionamento virtual com praticantes, atletas, stakeholders, famílias e comunidade.

Os pilares, fatores e itens do modelo auxiliam na condução da transformação digital do setor e no aproveitamento do potencial total das oportunidades tecnológicas.

4. Conclusões

Ao utilizar os métodos adotados identificamos três pilares (Desempenho organizacional, Desempenho desportivo e Experiência dos praticantes, sócios e parceiros), 10 fatores e 58 itens fundamentais para avaliar o grau de transformação digital dos clubes desportivos. O modelo validado obteve 98% de fiabilidade após as duas rondas de validação e oferece orientação global sobre a abordagem que as organizações desportivas devem adotar para planear e implementar a Transformação Digital. Este modelo pode contribuir para futuras investigações que pretendem avaliar o nível de transformação digital de clubes desportivos e de outras organizações da indústria do desporto, utilizando um modelo já validado.

5. Referencias

- Aras, A., & Büyükoçkan, G. (2023). Digital Transformation Journey Guidance: A Holistic Digital Maturity Model Based on a Systematic Literature Review. *Systems*, 11, 213. <https://doi.org/10.3390/systems11040213>
- Ehnold, P., Faß, E., Steinbach, D. and Schlesinger, T. (2021). "Digitalization in organized sport – usage of digital instruments in voluntary sports clubs depending on club's goals and organizational capacity", *Sport, Business and Management*, Vol. 11 No. 1, pp. 28-53. <https://doi.org/10.1108/SBM-10-2019-0081>
- Magaz-González, A.M, García-Tascón, M, Sahelices-Pinto. C., Gallardo, A.M, Guevara Pérez, J.C. (2023). Technology and digital transformation for the structural reform of the sports industry: Building the roadmap. Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part P: *Journal of Sports Engineering and Technology*. 0(0). doi:10.1177/17543371231197323.

La búsqueda de un modelo predictivo de audiencia con aprendizaje automático

Isabel Artero Escartín¹

¹. *Departamento Economía Aplicada, Universidad de Zaragoza.*

1. Introducción

La capacidad del fútbol para generar contenido audiovisual es indiscutible. Y la televisión sigue siendo el medio de referencia elegido por los aficionados para visualizarlo en directo (Van Reeth, 2023). Para los operadores retransmitir una competición futbolística es una herramienta que diferencia su producto, por ello se disputan los derechos de emisión de competiciones nacionales e internacionales. En España, el producto de mayor impacto mediático en los últimos 30 años ha sido la retransmisión de partidos de la selección española de fútbol (Barlovento Com., 2023).

El objetivo de este trabajo es proponer un modelo predictivo eficiente y parsimonioso que permita disponer de estimaciones de audiencia para futuros enfrentamientos de la selección, aplicando una metodología de aprendizaje automático que selecciona, entre todas las variables que pueden determinar la audiencia, aquellas más relevantes. Este modelo puede ser útil en las estrategias de programación de las cadenas de televisión.

2. Método

Disponemos de un conjunto de posibles variables explicativas de la demanda audiovisual de la selección, pero queremos conocer si deben incluirse todas o solo algunas de ellas, en la búsqueda de un modelo predictivo. Con una metodología de *Machine Learning* como Lasso (*Least Absolute Shrinkage and Selection Operator*), evaluamos y seleccionamos solo las variables más importantes de entre todas las posibles, porque en el proceso de optimización reduce a cero los coeficientes de aquellas que menos aportan o que son irrelevantes. Introducido por Tibshirani (1996) el método impone una restricción o penalización como valor absoluto de los coeficientes de regresión. La estimación de los coeficientes β_j se obtiene al minimizar

$$\min_{\beta} \sum_{ii=1}^{nn} y_{ii} - \sum_{jj=1}^{pp} \beta_{jj} x_{ij}^2 + \lambda \sum_{jj=1}^{pp} |\beta_{jj}| \quad \text{sujeto a } \lambda \geq 0,$$

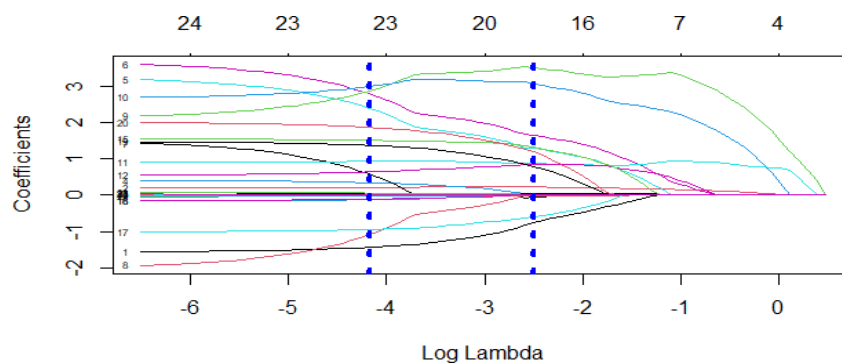
y donde el parámetro de regularización λ , controla la importancia que se da a la penalización en el proceso de optimización. El método Lasso estima un vector de valores λ , para cada uno de los cuales es posible hacer una predicción. Y con la validación cruzada seleccionamos dos modelos que cumplen el principio de parsimonia: el modelo más preciso, determinado por el λ óptimo y el modelo más regularizado, con el λ con menor error estándar.

3. Resultados

Nuestra muestra se compone de 250 partidos de la selección española de fútbol retransmitidos en abierto por televisión en los últimos 20 años, y 28 características de los mismos que recogen la audiencia, los hábitos de consumo, la calidad del partido, su relevancia deportiva y otras variables de efecto fijo para controlar la heterogeneidad inobservable.

La aplicación del método Lasso a nuestros datos requiere dividir la muestra en dos submuestras generadas aleatoriamente. La 1ª incluye el 80% de los partidos y se utiliza para entrenar los modelos. Y, la 2ª, con el 20% restante sirve para evaluar. Como resultado se nos generan diferentes modelos, cada uno asociado a un valor del parámetro λ . En el gráfico 1 se representa la evolución de los coeficientes de cada modelo en función del $\log \lambda$. A medida que aumenta el nivel de regularización, o bien se eliminan variables, o bien se reduce el valor de los coeficientes de las mismas.

Gráfico 1. *Coefficientes Lasso estimados en función de la regularización (log lambda)*



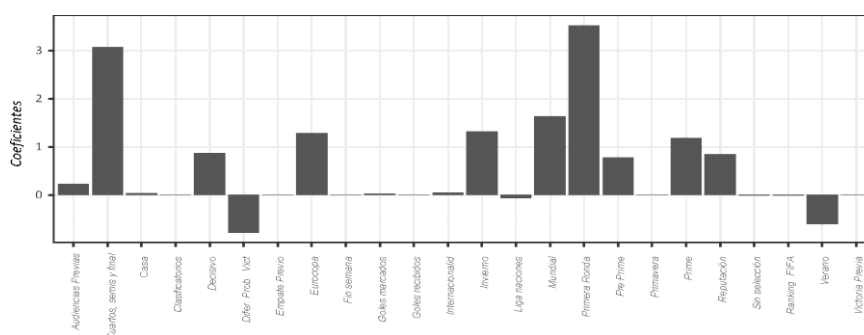
4. Discusión

La validación cruzada, como se ha indicado, nos determina, por un lado, el λ que da lugar al mejor modelo, con error cruzado validado medio mínimo, que incluye 23 variables activas distintas de cero (Modelo A) y explica casi el 82% de la desviación (tabla 1). Y por otro lado, aceptando algo más de error cuadrático medio obtenemos un modelo predictivo más sencillo con 18 variables (Modelo B), cuyos coeficientes se recogen en el gráfico 2.

Tabla 1. Modelo Lasso lineal. Resultados validación cruzada (k-fold=10)

Modelo A. Mejor Lambda	Modelo B. Lambda. 1se
Mejor $\lambda = 0.0153$ ($\log \lambda = -4.176$)	$\lambda_{1se} = 0.0819$ ($\log \lambda_{1se} = -2.502$)
% Desviación explicado = 81.72	% Desviación explicado = 78.43
Grados de libertad= 23	Grados de libertad = 18

Gráfico 2. Demanda audiovisual selección española fútbol. Modelo B (mill. €)



5. Conclusiones

A modo de conclusión destacar que las variables de relevancia deportiva son las más importantes a la hora de predecir las audiencias. Y que la incertidumbre del resultado ha de ser considerada como elemento determinante de la audiencia, si bien su importancia no es la máxima, el signo de su efecto es acorde con la UOH.

6. Referencias

- Barlovento Comunicación (2023). *Análisis de la Industria Televisiva Audiovisual 2022*. <https://barloventocomunicacion.es/informes-barlovento/>.
- Tibshirani, R. (1996). Regression shrinkage and selection via the Lasso. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 58(1), 267-288.
- Van Reeth, D. (2023). The Complexities of Understanding Reported TV Audiences for Live Sports Broadcasts. *International Journal of Sport Finance*, 18(1), 19-34.

Sport values: differences between generations

Sergio Rodríguez-Rodríguez¹ and Pilar Aparicio-Chueca¹

^{1.} *Business Department, University of Barcelona.*

1. Introduction

"In marketing 3.0, where the customer is no longer considered as a buyer to be satisfied, retained and made loyal, but is valued as what he or she is before being a buyer: a complete human being with values and with many physical, intellectual, emotional and spiritual dimensions, the perspective of the complexity of the person continues to be valid. A complexity that is built by his or her own background, the so-called individual factors. But also, by their reference groups... or groups to which they belong". (Rodríguez S., 2021)

In this context, the analysis of the different generations allows us to have a vision of the differences and similarities between them, to be able to articulate the most appropriate marketing strategies for each of them. Because the lifestyle, or the way in which Baby Boomers relate to brands is very different from that of Millennials or Centennials. In the same way that the "touchpoints", the media, and the most related supports are different depending on the generation we are dealing with. Added to this is an environment of advertising saturation, with individuals who consume media intensively: 87.6% of the population over 14 years old in Spain accessed the internet yesterday, watched television for an average of 185 minutes a day, etc. (EGM 2023 3 Wave).

Sports marketing, which encompasses both the marketing of sports products and services and the marketing of other products that use sport as a promotional vehicle (Mullin, 1983), makes it essential to understand the image, positioning and values with which individuals associate different sports.

This article focuses on whether there are differences in the perception of sporting values according to the type of generation. In the same society and market, companies fundamentally encounter four generational profiles, whose multiple and heterogeneous characteristics coexist at the same time (Cardozo et al. 2023; Díaz-Sarmiento, López-Lambraño & Roncallo-Lafont, 2017; Huang & Petrick, 2009).

Baby Boomers, born between 1946 and 1964, prefer TV news and newspapers; technologically they are witnesses of change, but less internet savvy. Their hobbies focus on quiz shows, news and politics on TV. Mostly home and family-oriented. And whose purchasing decisions are slow, but loyal to brands.

In contrast, Generation X, born between 1965 and 1979, are digital immigrants, that have adapted to newer technologies such as the internet and social media. Economically and occupationally active, they are success-oriented, with a preference for further education, have a taste for accessories, travel, and property, and are a decisive target that as buyers are influenced by friends and advertising.

Generation Y or "Millennials", born between 1980 and 1999, are digital natives, self-taught with tutorials on the internet. They prefer to consume digital content, with less interest in traditional media. They are entrepreneurial, show a preference for working from home and

have a short tenure in jobs. They are very critical of traditional advertising and distrust the information in advertisements.

Finally, Generation Z or Centennials, born from 2000 onwards, are multichannel, constantly connected to the internet. They prefer networks such as Instagram, Snapchat, Tik Tok and YouTube. They demand personalization and immediate access to products. Active in online social causes and highly influenced by influencers. They are multitaskers, but with short attention spans.

As for the values of sport, each generation probably perceives them differently. Attitudes towards sport may vary from generation to generation, influenced by factors such as technology, culture and individual experiences.

2. Method

The database used is part of a quantitative study carried out by the company Punto de Fuga. In this quantitative work, 1,000 online interviews of 15 minutes' duration were conducted with a population aged between 16 and 60 in 2023. Only part of the quantitative study will be used for this work.

From a list of 20 values, collected from the review of the literature on sport values, the sample had to indicate for each value whether they considered it more related to sports played by men (male sport) or played by women (female sport). The specific question was: "Of the following values associated with sport, which ones do you associate more with men's and women's sport? The answer did not allow for a scale, but directly forced a choice between one or the other.

3. Results

The aim is to analyze whether there are statistically significant differences when assigning each value to a more masculine or a more feminine type of sport. The results show that only the values of individualism, professionalism, and humility present different values across generations. The rest of the sporting values behave in a similar way among them (table 1).

Table 1. Percentage of association, according to each generation, of a value to male or female sport

Generations	Perception of men's sport				Perception of women's sport			
	Z	Y	X	Baby Boom	Z	Y	X	Baby Boom
Ethics	27,8	30,2	30,4	27,0	72,2	69,8	69,6	73,0
Honesty	24,3	28,6(*)	24,0	20,4(*)	75,7	71,4(*)	76,0	79,6(*)
Solidarity	27,2	30,2	24,9	30,7	72,8	69,8	75,1	69,3
Empathy	20,1(*)	27,8	27,8	28,5(*)	79,9(*)	72,2	72,2	71,5(*)
Effort	39,6	43,3	42,5	44,9	60,4	56,7	57,5	55,1
Inclusion	21,3	29,4(*)	20,1	18,6	78,7	70,6(*)	79,9	81,4
Diversity	26	33,7	33,2	32,1	74	66,3	66,8	67,9
Perseverance	47,3	46,8	46,0	43,4	52,7	53,2	54,0	56,6
Individualism	69,2(*)	82,5(*)	84(*)	85,8(*)	30,8(*)	17,5(*)	16(*)	14,2(*)
Commitment	39,6	42,9	41,5	37,6	60,4	57,1	58,5	62,4
Courage	27,2(*)	36,1	36,7	36,1	72,8(*)	63,9	63,3	63,9
Trust	50,3	56,3(*)	54,3	46,7	49,7	43,7(*)	45,7	53,3
Enjoyment	49,7	55,2	61,7(*)	58	50,3	44,8	38,3(*)	42
Professionalism	53,8(*)	63,5(*)	68,1(*)	71,5(*)	46,2(*)	36,5(*)	31,9(*)	28,5(*)
Innovation	28,4	44,8(*)	38,7(*)	32,1	71,6	55,2(*)	61,3(*)	67,9
Team Spirit	30,2	35,3	34,8	31,4	69,8	64,7	65,2	68,6
Leadership	61,5	69,4	79,6(*)	79,2(*)	38,5	30,6	20,4(*)	20,8(*)
Daring	41,4	47,2	42,5	40,9	58,6	52,8	57,5	59,1
Humility	22,5(*)	27,4(*)	21,1(*)	14,2(*)	77,5(*)	72,6(*)	78,9(*)	85,8(*)
Competitiveness	67,5	77,8(*)	78,6(*)	72,3	32,5	22,2(*)	21,4(*)	27,7

(*) *With statistically significant differences.*

4. Conclusions

Although each generation has its own lifestyles, different purchasing behavior, heterogeneous ways of being a spectator at the same sporting event, and different ways of being informed or enjoying themselves through different communication channels, this study concludes that there are no major differences when it comes to assigning values to male and female sports. Eighty- five percent of the values analyzed in the study received similar responses from the four generations, so it can be concluded that there is no intergenerational gap in sporting values.

5. References

- Cardozo, L. A., Peña, J. C., Escobar, W. F., Daza, C. C., Bonilla, D. A., & Monroy, J. R. (2023). Physical self-concept in university students: Generation of profiles by hierarchical classification on principal components. *Challenges: new trends in physical education, sport and recreation*, (48), 167-177.
- Díaz-Sarmiento, C., López-Lambrano, M., & Roncallo-Lafont, L. (2017). Understanding generations: a review of the concept, classification and distinctive characteristics of baby boomers, X and millennials. *Clío America*, 11(22).
- Huang, Y. C., & Petrick, J. F. (2009). Generation Y's travel behaviours: a comparison with baby boomers and Generation X. In *Tourism and generation Y* (pp. 27-37). Wallingford UK: CABI.
- Mullin, B. (1983) *Sport Marketing, Promotion and Public Relations, National Sports Management*, Amherst, Massachusetts.
- Rodríguez, S. (2021). Conscious Consumer. Un recorrido por su toma de decisiones (pp. 171). ESIC Editorial.

La Ley de Sociedades Anónimas del Fútbol en Brasil: comparación internacional y desafíos

Álvaro Prange¹ y Carles Murillo Fort²

- ^{1.} *Ejecutivo de Grêmio Foot-Ball Porto Alegre.*
- ^{2.} *UPF Sports_Lab y UPF Barcelona School of Management.*

1. Introducción: objetivos y método

La aprobación de la Ley 14.193/2021 abre las puertas a los clubes de fútbol de Brasil -de manera opcional- convertirse en Sociedades Anónimas de Fútbol (SAF) con un régimen tributario específico y regulación para el tratamiento de deudas. La Ley abre la posibilidad legal de inversión directa en los clubes de fútbol algo que no sucedía en el pasado por impedimento legal. El objetivo de este trabajo es mostrar cómo la implementación de las SAF en Brasil tiene el potencial de revitalizar el mercado de los clubes de fútbol, estimulando las inversiones y promoviendo la profesionalización del sector, tal como se ha observado en experiencias similares en otros países. Los desafíos a los que se enfrentarán los clubes en Brasil se abordan mediante una aproximación basada en el análisis comparativo con la experiencia ocurrida en otros países, como es el caso de España con la aprobación del Real Decreto 1084/1991.

2. Contextualización de la ley saf

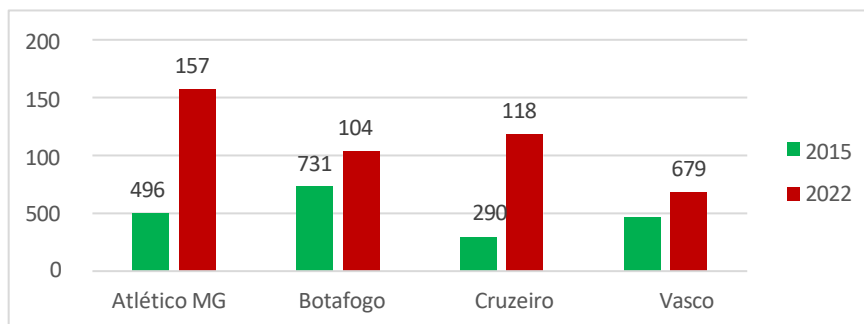
Al inicio del siglo pasado el fútbol era el deporte más seguido en el mundo atrayendo a millones de aficionados y seguidores. El fútbol "es una industria que mueve enormes cantidades de dinero e inversiones... lo que les exige aumentar sus retornos y reducir sus deudas, independientemente del modelo de gestión adoptado" (Carvalho et al., 2016). Los clubes de fútbol en Brasil venían enfrenándose a déficits recurrentes y acumulación de deudas con proveedores, entidades financieras y hacienda pública. En 2015, el gobierno promulgó la Ley 13.155/2015, que dio origen al Programa de Modernización de la Gestión y de Responsabilidad Fiscal del Fútbol Brasileño (PROFUT) cuyo propósito principal fue mejorar la gestión financiera de los clubes, implicando cambios en el "Estatuto do Torcedor" (estatuto del aficionado).

Tabla 1. Seguidores equipos SAF (Fuente: Placar (2024); Globo (2024))

Clubes	Atlético MG	Botafogo	Cruzeiro	Vasco
% Seguidores en Brasil	4,3%	2%	6,10%	6,20%
Fecha paso a SAF	11/2023	03/2022	04/2022	09/2022

Los clubes adheridos al PROFUT estaban regulados para participar en todas las competiciones, tanto nacionales como internacionales, siempre y cuando demostrasen estar al día en temas fiscales. El resultado, al cabo de 7 años, entre 2015 y 2022, es la reducción del endeudamiento de los clubes de Brasil en solo un 10% (ajustando las cifras por inflación). La disminución de la deuda tributaria fue aún más modesta.

Figura 1. Deuda en millones de reales de 4 clubes con importancia económica y prestigio deportivos que se convirtieron en SAF (Fuente: Globo 2016; ESPN 2023)



La intensificación de las reformas llevó a la aparición de las SAFs.

3. Desafíos para el futuro del fútbol en Brasil

El análisis comparativo con la normativa de conversión de clubes de socios en sociedades anónimas deportivas principalmente en Europa permite enunciar los principales desafíos a los que se enfrenta el fútbol brasileño y que se sintetizan en los siguientes 4 aspectos.

- Sostenibilidad Financiera: aunque la Ley SAF ha proporcionado una mayor seguridad jurídica a los inversores y clubes de fútbol, la sostenibilidad financiera de los clubes sigue siendo una preocupación significativa. El modelo de SAD adoptado en países como España generó grandes expectativas pero también preocupaciones que afectaron al mercado futbolístico en España. Uno de los aspectos más reconocidos ha sido el de la transparencia y mejor gestión financiera de los clubes. Sin embargo, Brasil puede enfrentar desafíos adicionales debido a su realidad económica y por su estructura organizativa al no tener, por ejemplo, una Liga profesional que represente los intereses de todos los clubes.
- Participación de los aficionados: la relación entre los clubes de fútbol y sus aficionados es fundamental para el éxito del modelo de SAD/SAF. Sin embargo, la transformación en SAD/SAF puede afectar esta relación, especialmente si hay una percepción de que los intereses financieros se priorizan en detrimento de la identidad y la historia del club. Mantener el apoyo de los aficionados puede ser un desafío continuo para los clubes brasileños que adopten el modelo SAF.
- Regulación y gobernanza: la eficacia de la Ley SAF dependerá en gran medida de la capacidad del gobierno brasileño para implementar una regulación adecuada y de que los clubes logren garantizar una gobernanza efectiva en el sector del fútbol.

- Desarrollo del mercado de traspasos: la transferencia de jugadores es una parte esencial del mercado de fútbol y puede verse influenciada por la adopción del modelo SAF. Brasil es conocido por producir gran talento futbolístico. La capacidad de los clubes brasileños para competir internacionalmente en el mercado del talento deportivo puede ser un factor crucial para el éxito a largo plazo del modelo SAF.

4. Conclusiones

Al enfrentar estos desafíos, Brasil puede beneficiarse de estudios comparativos con países que adoptan el modelo SAD. Además, la colaboración entre académicos, autoridades gubernamentales, clubes de fútbol y otros stakeholders será esencial para garantizar el desarrollo sostenible del mercado de fútbol brasileño bajo la Ley SAF. El análisis integral evidenciará que ésta es la trayectoria natural y viable para el crecimiento del sector, posicionándolo como uno de los principales mercados. Al examinar el progreso del fútbol español con las SAD y proyectar las posibles repercusiones en Brasil con la nueva regulación, es posible vislumbrar este potencial de desarrollo.

5. Referencias

- Carvalho, F. S. M., Castro, P. O. C. de, & Guabiroba, R. C. da S. (2016). Efficiency and effectiveness of football clubs: a comparative analysis. *Revista Produção E Desenvolvimento*, 2(2), 101–114. <https://doi.org/10.32358/rpd.2016.v2.124>.
- Ernst & Young (2024). SAF poderá trazer melhores práticas de governança a clubes. <https://11nq.com/CRCpG>. Accedido el: 07 de abril de 2024.
- GE Globo. (2023). Era SAF no Brasileiro: cifras, desempenho e reforços dos clubes que migraram para novo modelo. <https://11nk.dev/lKXGk> Accedido el 07 de abril de 2024.

Exploring the dynamics of private consumption and public expenditure on sporting goods and services in European countries with a distributed lagged values model

Yzan Saavedra¹, Susanne Durst² and Jose M Saavedra²

^{1.} Department of Sports Science, Reykjavik University.

^{2.} Department of Business and Economics, Reykjavik University.

1. Introduction

Physical activity offers health benefits like reducing chronic disease risk, enhancing mental health, and improving life quality. (Warburton & Bredin, 2017). Governments protect the health of citizens through various actions that are reflected in the budgets (Frieden, 2013), for example the amount spent on sports and recreation. On the other hand, private consumption could increase, in the short run and long run if there is an increase in the productive component of public (Asimakopoulos, Lorusso, & Pieroni, 2021). In this context, the objectives of this study were (i) to explore the relationship between the mean consumption expenditure of private households on sporting goods and services and public expenditure on sporting goods and services in European countries and (ii) to predict consumption expenditure of private households based on public expenditure and the Gross Domestic Product (GPD) per capita.

2. Methods

DATA COLLECTION AND VARIABLES

Data was collected from two databases, cleaned and combined. Eurostat (Eurostat, n.d.) allowed access to population data, consumption expenditure of private households (years 2010, 2015, and 2020), public expenditure (years from 2006 to 2020) in sporting goods and services, and GDP per capita. These databases were used since they provided data focused on European countries and economic variables. The sport- related goods and services identified are those considered as fully sport or related to sport activities (COICOP, Eurostat n.d.), including equipment for both outdoor and indoor leisure, maintenance of recreational durables, gear for sports, camping, and outdoor activities, as well as services for recreational and sporting events (attendance and participation). Public expenditure was calculated by dividing the total government spending on Sports and recreational activities by the population at the time. Once the data were obtained, countries that did not have all the private and public consumption data were removed.

STATISTICAL ANALYSIS

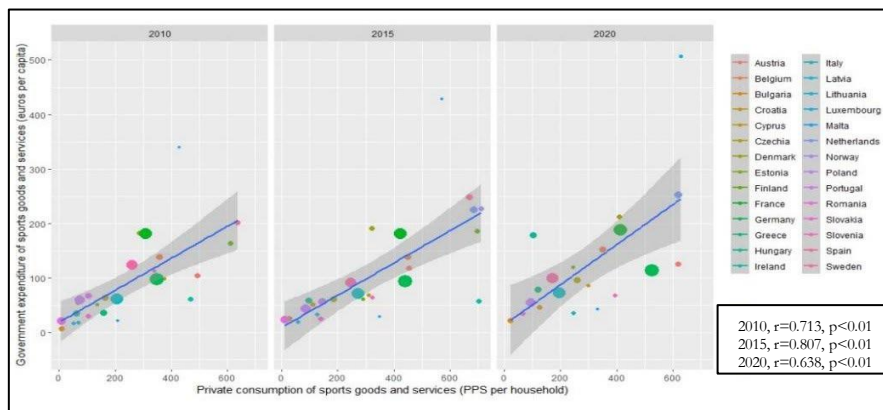
To know the relationship between private and public consumption, a bivariate Pearson correlation was conducted for the three years for which private consumption data was available (2010, 2015, and 2020). To predict the consumption expenditure of private households (dependent variable) based on public expenditure and GDP per capita (independent variables), a distributed lag model was used utilizing the five years prior to the consumption expenditure of private households:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_t + \beta_2 X_{t-1} + \beta_3 X_{t-2} + \beta_4 X_{t-3} + \beta_5 X_{t-4} + \gamma_1 Z_t + \epsilon_t$$

For the analysis, the R software package (readxl, dplyr, ggplot2, purrr, stats, tidyr, writextl) was used, setting the p-value < 0.05 to consider the relationship as significant.

3. Results

Figure 1. shows the Pearson correlation graph between consumption expenditure of private households and public expenditure for the years 2010, 2015, and 2020, adjusted for population weight.



The consumption expenditure of private households (C) was predicted by 90% (adjusted R²=0.900, p<0.001) based on public expenditure (G) in the previous four years (t) and GDP per capita according to the following equation (The values in parentheses are the standard error) (**p<0.001; *p<0.05):

$$\log(C_t) = -10.40^{***} + 0.75\log(G_t)^* - 0.14\log(G_{t-1}) + 0.34\log(G_{t-2}) - 1.29\log(G_{t-3})^* + 0.61\log(G_{t-4})^* + 1.44\log(GDP_t)^{***}$$

(1.01) (0.30) (0.34) (0.36) (0.51) (0.30) (0.13)

4. Discussion

The results showed a relationship (r≥0.638, p<0.01) between the consumption expenditure of private households and public expenditure, predicting 87% of the former based on the latter and GDP per capita. This shows the influence of public spending on private consumption (Asimakopoulou, Lorusso, & Pieroni, 2021). This suggests that public spending policies, not only directly affect economic activity through expenditure but also have a positive impact on private consumption. To this, it should be added that public spending on sports can have positive effects not only on health but also on household income and the labor market (Pawlowski, Steckenleiter, Wallrafen & Lechner, 2021).

However, it should be noted that the aforementioned study was conducted in a municipal context. Finally, private consumption was explained by 90% through public expenditure up to four years ago and the GDP per capita. In the long term (5 years), a 1% increase in public expenditure will result in a 0.27% increase in private consumption. Nonetheless, the relationship studied is complex and may have other consequences. Thus, if public spending is reduced, public sports programs may be forced to increase the fees that citizens must pay (private consumption) or "contract out" to private providers to compensate for budget reductions (Legg, Jones, & White, 2018).

5. Conclusions

The consumption expenditure of private households and public expenditure for the years 2010, 2015, and 2020 are related. Private consumption expenditure was predicted by 90% based on public expenditure and GDP per capita.

6. References

- Asimakopoulos, S., Lorusso, M., & Pieroni, L. (2021). Can public spending boost private consumption? *Canadian Journal of Economics*, *54*(3), 1275–1313.
- Eurostat (n.d.). Home. Retrieved February 10, 2024, from <https://ec.europa.eu/eurostat/en/>
- Frieden, T. R. (2013). Government's role in protecting health and safety. *New England Journal of Medicine*, *368*(20), 1857–1859.
- Legg, E., Jones, G. J., & White, M. (2018). Whose job is it anyway? Public–private partnerships in youth sport. *Managing Sport and Leisure*, *23*(4), 261–276.
- Pawlowski, T., Steckenleiter, C., Wallrafen, T., & Lechner, M. (2021). Individual labor market effects of local public expenditures on sports. *Labour Economics*, *70*.
- Warburton, D. E. R., & Bredin, S. S. D. (2017). Health benefits of physical activity. *Current Opinion in Cardiology*, *32*(5), 541–556.

National Pride, Subjective Well-being, Sporting Success and Sports Consumption: The Case of Portugal

Alfredo Silva¹

¹: *Sports Science School of Rio Maior, Polytechnic Institute of Santarem. Life Quality Research Centre.*

1. Introduction

Sports have a global popularity and an ability to create a strong bond between spectators and athletes. It could even be argued that this is because sport is able to ‘engage more people in a shared experience than any other institution or cultural activity today’ (Burstyn, 1999, p. 3). The essence of global sports has been competition between nations on an international level. In soccer, arguably the world's most popular sport, global rivalries are of paramount importance, and every four years since 1930, major international soccer events have provided that excitement and shared experience. Major international sporting events such as the Olympic Games, the FIFA World Cup, or the UEFA European Cup have an extraordinary capacity to generate patriotic emotional experiences. In addition to the performance of the teams, the ceremonies of these sporting events include the singing of the national anthem and the display of the national flag, rituals that contribute to the reinforcement of national identity and pride.

In Portugal, the growing profile of the national insignia in international soccer tournaments culminated, in a championship of 55 nations, with the winning of the 2016 UEFA European Cup. This performance was widely interpreted as evidence of the emergence of a renewed Portuguese national consciousness. The Portuguese Football Federation's slogan, which proclaimed during the campaign ‘We are not 11, we are 11 million’, sought to bind all Portuguese citizens to their national team and to evoke feelings of belonging and national pride.

The literature provides many different examples of how elite sport can be a determinant of national identification and social cohesion among a country's citizens. However, the more specific and fundamental question is under what circumstances this effect occurs. Several empirical studies (Hallmann et al., 2013; Elling et al., 2014) in different countries have addressed the question of how important elite sport success is for national identification, and especially for national pride.

Despite this, three gaps were found in published literature relating to sporting success, national pride and subjective well-being. A first gap related to the lack of clear and unequivocal effects, such that residual and even zero effects were found between sporting success and national pride (van Hilvoorde et al., 2010; Kavetsos, 2012; Wicker et al., 2012; Elling et al., 2014; Haut et al., 2016; van Osch et al., 2016) and between sporting success and subjective well-being (Hallmann et al., 2013; Pawlowski et al., 2014; Mutz, 2019; Silva et al., 2020).

The second gap relates to the divergent results observed in small and large countries (van Hilvoorde et al., 2010; Elling et al., 2014); and the third gap resulted from the divergence between results found among spectators, those who follow the sport through the media (TV, radio, newspapers and internet) and those who have no interest at all in sports, as far as national pride is concerned (van Hilvoorde et al., 2010; Leng et al., 2015; Bernache-Assollant et al., 2021) as well as with regard to subjective well-being (Elling et al., 2014; Pawlowski et al., 2014; Inoue et al., 2017; Kim et al., 2017; Kim and James, 2019; Mutz, 2019).

To better understand these relationships, the objectives of the present study are to determine the direct effects of the perceived value of elite sport, sport spectating, and sport participation on national pride and on subjective well-being; as well as to determine the direct effects of national pride on subjective well-being.

2. Methods

A sample selected by convenience from the Portuguese population was the target sample for the study. A total of 374 usable responses were received. 68.7% were men and 31.3% women. The instruments and scales used to measure the constructs have been used in previous investigations. Structural Equation Modelling (Arbuckle, 2007) was used for analysing the plausibility of the theoretical and conceptual model. Using AMOS (Arbuckle, 2007) a confirmatory factor analysis for fulfilment scales was conducted.

3. Results

Test of hypotheses: Perceived value of elite sports exerted a positive and significant effect on national pride. Perceived value of elite sports had a positive significant predictive action on subjective well-being. Sport spectating exerted a positive and significant effect on national pride. Sport spectating had a positive significant predictive action on subjective well-being. Sport participation exerted a positive and significant effect on national pride. Sport participation had a positive significant predictive action on subjective well-being. And, national pride exerted a negative and significant effect on subjective well-being.

4. Conclusions

This study has contributed to the emerging body of literature focused on the effects of sport consumption (i.e., sport participation, sport spectating and sport media viewing) on national pride and subjective well-being.

Results allow us to draw three major conclusions: i) Citizens who assign a higher perceived value to elite sports in their country showed higher levels of general national pride. ii) Sport spectating - both spectating in person and sport media viewing - was a strong determinant of national pride and of citizens' self-assessment of how satisfied they felt about their lives. iii) The study provided evidence that sport participation has a very important positive impact on national pride, with the results showing another reason for the importance of citizens being physically active.

5. References

- Arbuckle, J. L. (2007). *Amos 16.0 User's Guide USA*, Spring House, Amos Development Corporation.
- Bernache-Assollant, I., Chantal, Y., Bouchet, P., & Kada, F. (2021). On predicting the relationship between team identification and supporters' post-game identity management strategies: the mediating roles of pride and shame. *Current Psychology*, *40*(1), 271–280. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9927-2>
- Burstyn, V. (1999). *The rights of men: Manhood, politics, and the culture of sport*, University of Toronto Press Incorporated.
- Elling, A., Van Hilvoorde I., & Van Den Dool, R. (2014). Creating or awakening national pride through sporting success: A longitudinal study on macro effects in the Netherlands. *International Review for the Sociology of Sport*, *49*(2), 129–151. <https://doi.org/10.1177/1012690212455961>
- Hallmann, K., Breuer, C., & Kühnreich, B. (2013). Happiness, pride and elite sporting success: What population segments gain most from national athletic achievements? *Sport Management Review*, *16*(2), 226–235. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.07.001>
- Haut, J., Prohl R., & Emrich, E. (2016). Nothing but medals? Attitudes towards the importance of Olympic success. *International Review for the Sociology of Sport*, *51*(3), 332–348. <https://doi.org/10.1177/1012690214526400>
- Inoue, Y., Sato, M., Filo, K., Du, J., & Funk, D. C. (2017). Sport spectatorship and life satisfaction: A multicountry investigation. *Journal of Sport Management*, *31*(4), 419–432. <https://doi.org/10.1123/jsm.2016-0295>
- Kavetsos, G. (2012). National pride: War minus the shooting. *Social Indicators Research*, *106*(1), 173–185. <https://doi.org/10.1007/s11205-011-9801-1>
- Kim, J., & James, J. D. (2019). Sport and happiness: Understanding the relations among sport consumption activities, long-and short-term subjective well-being, and psychological need fulfilment. *Journal of Sport Management*, *33*(2), 119–132. <https://doi.org/10.1123/jsm.2018-0071>
- Kim, J., Kim, Y., & Kim, D. (2017). Improving well-being through hedonic, eudaimonic, and social needs fulfillment in sport media consumption. *Sport Management Review*, *20*(3), 309–321. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2016.10.001>
- Leng, H. K., Kuo, T. Y., Baysa-Pee, G., & Tay, J. (2015). Singapore 2010 Youth Olympic Games and national pride: An examination of differences between spectators and non-spectators. *Sport, Business and Management*, *5*(1), 21–30. <https://doi.org/10.1108/SBM-06-2012-0025>
- Mutz, M. (2019). Life satisfaction and the UEFA EURO 2016: Findings from a nation-wide longitudinal study in Germany. *Applied Research in Quality of Life*, *14*(2), 375–391. <https://doi.org/10.1007/s11482-018-9599-y>
- Pawlowski, T., Downward, P., & Rasciute, S. (2014). Does national pride from international sporting success contribute to well-being? An international investigation. *Sport Management Review*, *17*(2), 121–132. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2013.06.007>
- Silva, A., Monteiro, D., & Sobreiro, P. (2020). Effects of sports participation and the perceived value of elite sport on subjective well-being. *Sport in Society*, *23*(7), 1202–1216. <https://doi.org/10.1080/17430437.2019.1613376>
- van Hilvoorde, I., Elling, A., & Stokvis, R. (2010). How to influence national pride? The Olympic medal index as a unifying narrative. *International Review for the Sociology of Sport*, *45*(1), 87–102. <https://doi.org/10.1177/1012690209356989>
- van Osch, Y., Zeelenberg, M., & Breugelmans, S. M. (2016). On the context dependence of emotion displays: Perceptions of gold medalists' expressions of pride. *Cognition and Emotion*, *30*(7), 1332–1343. <https://doi.org/10.1080/02699931.2015.1063480>
- Wicker, P., Prinz, J., & von Hanau, T. (2012). Estimating the value of national sporting success. *Sport Management Review*, *15*(2), 200–210. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.007>

Determinantes del gasto familiar vinculado al deporte en España: participación vs asistencia

**Mary Elena Sánchez-Gabarre¹, Jaume García Villar²
y José Manuel Sánchez-Santos¹**

^{1.} *Departamento de Economía, Universidad de A
Coruña.*

^{2.} *Departament d'Economia i Empresa, Universitat
Pompeu Fabra.*

1. Introducción

El objetivo de este trabajo es doble. Por un lado, identificar los factores determinantes de dos categorías de gasto familiar vinculado al deporte en España: el vinculado a la asistencia a eventos deportivos y el asociado a la participación o práctica deportiva directa. Por otro lado, se trata de calcular los valores de elasticidades-renta de la demanda de este tipo de servicios. Existen algunos precedentes en la literatura de estudios en este campo, pero aplicados a otros contextos (Eakins, 2016; Thibaut *et al.*, 2018) y los referidos al contexto español (Lera y Gárate, 2011) se han llevado a cabo con muestras más reducidas y que no son representativas para el conjunto del país.

El interés y la relevancia de la investigación reside en que los resultados obtenidos nos permiten verificar si las características socioeconómicas de los hogares españoles afectan de manera diferente a cada uno de estos dos tipos de gasto. Además, la evidencia que se obtiene sobre la existencia de diferencias en los efectos renta-gasto en ambos casos permite determinar cuáles son más accesibles para los grupos de renta más baja/alta. Por otra parte, la cuantificación de impactos y elasticidades también es relevante tanto para las Administraciones Públicas como para las empresas proveedoras de bienes y servicios deportivos, sobre todo a hora de cuantificar y predecir el efecto de sus decisiones/acciones. Por ejemplo, en el primer caso para tomar decisiones sobre posibles subvenciones para el fomento de la participación deportiva y en el segundo, para la fijación de precios en su estrategia de mercado.

2. Método

DATOS

Los datos corresponden a la Encuesta de Presupuestos Familiares realizada por el Instituto Nacional de Estadística de 2022, una muestra representativa de los hogares privados del estado español. Para la delimitación de los bienes y servicios vinculados al deporte nos hemos basado en la clasificación europea de consumo (*European Classification of Individual Consumption by Purpose*) con el máximo nivel de desagregación. En particular, hemos agrupado el gasto de consumo deportivo de los hogares siguiendo el mismo criterio del Anuario de Estadísticas Deportivas, que dentro de la categoría de servicios recreativos y deportivos, distingue la asistencia a eventos (código 09411) y la participación (código 09412).

MÉTODOS DE ESTIMACIÓN

Dadas las características de la variable dependiente: el gasto de los hogares vinculados al deporte (asistencia y participación), se impone el tratamiento de la presencia de una proporción significativa de ceros en las observaciones. Con el fin de medir empíricamente como responde este tipo de gastos a los cambios en los ingresos de los hogares (elasticidad-renta) estimamos sendas curvas de Engel que relacionan el gasto en asistencia y participación con los ingresos del hogar.

Para ello hemos procedido a la estimación de cuatro modelos: (i) modelo en dos partes con especificación log-log para la ecuación de gasto, (ii) modelo en dos partes con la transformación de Box-Cox aplicada al gasto, (iii) modelo Tobit y (iv) modelo de selección de Heckman.

3. Resultados

En la tabla 1 se recogen los valores de las elasticidades-renta derivados de la estimación de los cuatro modelos antes mencionados para cada una de las dos categorías de gasto.

Tabla 1. Resultados de la estimación de los modelos de gasto vinculado al deporte: elasticidades

Modelo	Asistencia			Participación		
	Elast. Partic.	Elast. Cond.	Elast. total	Elast. Asist.	Elast. Cond.	Elast. total
Mod. Probit + Log-Log	0.289	0.963	1.252	0.432	1.242	1.674
Mod. Probit + Box-Cox	0.289	0.821	1.100	0.432	1.213	1.645
Mod. Tobit	0.398	0.172	0.570	0.529	0.484	1.013
Mod de selecc. Heckman	0.294	0.947	1.031	0.432	1.242	1.674

Todos los modelos arrojan valores de las elasticidades totales positivos y mayores de la unidad -con la única excepción del modelo Tobit en el caso de la asistencia. En base a estos resultados, tanto en el caso del gasto en asistencia como en el de participación, estaríamos frente a bienes normales. Asimismo, al ser la elasticidad mayor que 1 ambas categorías se podrían considerar bienes de lujo. Además, los valores de la elasticidad- renta de los gastos en participación son mayores que los de la asistencia.

En lo que se refiere a los determinantes de las decisiones de gasto, como ejemplo ilustrativo de los resultados de los modelos estimados, en la tabla 2, se recogen los derivados de la estimación del modelo en dos partes con la transformación de Box- Cox aplicada al gasto, que es el modelo preferido.

Tabla 2. Determinantes del gasto en deporte vinculado a la asistencia y a la participación (Modelo two-part Box-Cox)

	Asistencia		Participación	
	Pr(G>0)	E(G G>0)	Pr(G>0)	E(G G>0)
Ingresos	+	+	+	+
Comunidad Autónoma	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
Tamaño municipio	Sig.	No sig.	Sig.	No sig.
Tipo de hogar	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
Nº miembros del hogar	Sig.	No sig.	Sig.	Sig.
Estudios	No sig.	No sig.	Sig.	No sig.
Situación Laboral	No sig.	No sig.	No sig.	No sig.
Edad	-	-	-	-
Género	No sig.	No sig.	No sig.	Sig.
Estado civil	No sig.	No sig.	No sig.	No sig.

A modo de síntesis, cabe señalar que, tal y como cabría esperar, los ingresos tienen una incidencia directa y significativa tanto sobre la asistencia como sobre la participación. En cuanto a la decisión de gastar, se observan diferencias en el efecto del nivel de estudios, mostrándose esta variable como significativa sólo para la participación. Por otra parte, y en lo que se refiere al importe gasto, las diferencias se constatan en el impacto del tamaño del hogar -que únicamente es significativa para explicar la decisión de gastar en asistencia- y del género -que influye significativamente en el importe gastado en participación, pero no en asistencia.

4. Referencias

- Eakins, J. (2016). An examination of the determinants of Irish household sports expenditures and the effects of the economic recession. *European Sport Management Quarterly*, 16(1), 86-105.
- Lera-López, F., & Rapún-Gárate, M. (2011). Determinants of sports participation and attendance. Differences and similarities. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 12(2), 167-190.
- Thibaut, E., Eakins, J., Vos, S. & Scheerder, J. (2018). The determinants and income elasticities of direct and indirect sports expenditure categories. *European Sport Management Quarterly*, 18(2), 175-192.





ue

