

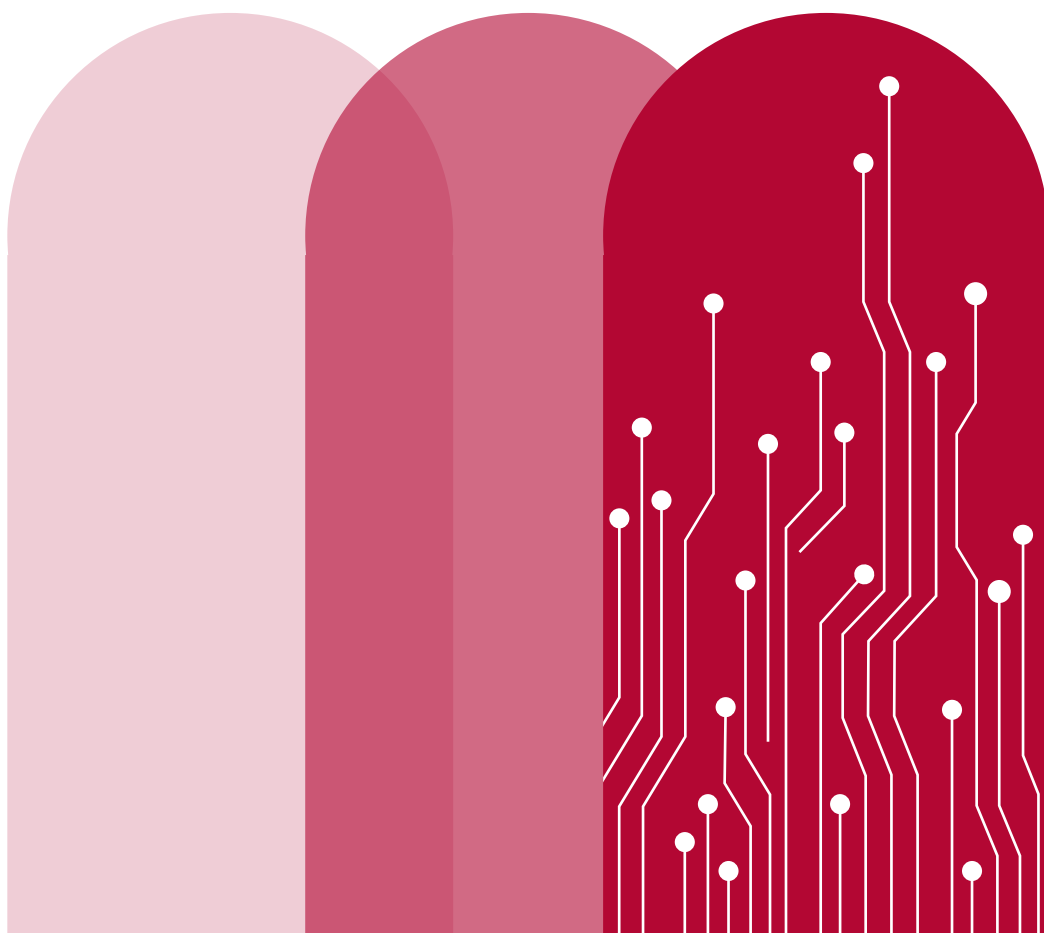
ECONOMÍA Y GESTIÓN DEL DEPORTE EN LA ERA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

COORDINADO POR:

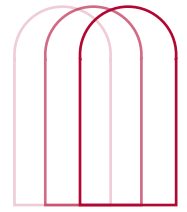
LEONOR GALLARDO GUERRERO

JORGE GARCÍA UNANUE

SAMUEL LÓPEZ CARRIL



XIII



CONGRESO IBEROAMERICANO DE ECONOMÍA DEL DEPORTE

01
03
JUNIO

La gestión de la transformación digital en el deporte

&

I EVENTO EUROPEO DE TRANSFORMACIÓN
DIGITAL EN EL DEPORTE. DIGI-SPORTING

TOLEDO 2022

Organizadores:



Patrocinadores:



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL



Castilla-La Mancha



INSTALACIONES DEPORTIVAS HOY



Economía y Gestión del Deporte en la Era de la Transformación Digital

Coordinadores:

Leonor Gallardo Guerrero

Jorge García Unanue

Samuel López Carril

Editores:

Samuel Manzano Carrasco

Antonio Hernández Martín de San Pablo

María Jesús Marín Farrona

María Luisa Martín de San Pablo Sánchez de Rojas

Carlos Majano López de Madrid

Juan Carlos Guevara Pérez

Antonio Alonso Callejo

ISBN: 978-84-09-41617-2

© de los textos: sus autores

© de la edición: Grupo IGOID. Universidad de Castilla-La Mancha



Esta obra se encuentra bajo una Licencia Creative Commons
[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 Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte (CIED) es la reunión anual por excelencia de la Sociedad Española de Economía del Deporte (SEED). La edición del 2022 (CIED12) tiene por sede la ciudad de Toledo y como coorganizador a la Universidad de Castilla La Mancha. Fue en esta misma universidad, pero en su campus de Ciudad Real, que en el año 2017 se formalizó la creación de nuestra sociedad científica. Puede afirmarse que, después de estos cinco años de existencia, la SEED se ha ido consolidando y creciendo en número de asociados y en actividades regulares. Se responde, de esta forma, a lo previsto en nuestros estatutos.

Toledo nos acoge con los brazos abiertos y la mejor disposición anímica para celebrar una nueva edición del CIED. Resulta imprescindible reconocer desde estas líneas la labor del Comité Organizador, liderado por la Dra. Leonor Gallardo, y del Comité Científico, con el Dr. Gabriel Cepeda a la cabeza. Ambos comités han trabajado duro, codo con codo entre ellos y con la junta directiva de la SEED, para que el resultado sea un magnífico congreso. Este reconocimiento y agradecimiento debe hacerse extensivo a todos los miembros de dichos comités. De la misma forma, quiero agradecer, en nombre de toda la SEED, a las personas e instituciones que han ayudado y apoyado a que este congreso sea recordado por mucho tiempo por sus bondades académicas.

El CIED12 congrega un buen número de personas de procedencias geográficas, académicas y sociodemográficas diversas. Conviene resaltar la creciente participación de mujeres en la autoría de los trabajos que se defienden en las mesas paralelas y también en las mesas redondas y debates. Otro hecho destacable es la participación significativa de académicos y profesionales de Portugal y de América Latina, así como de alumnos de doctorado y máster, lo que augura un futuro prometedor y lleno de energía a los siguientes congresos y a la propia asociación científica SEED.

Los avances alcanzados con cada nueva edición del CIED son notables y en este sentido nos sentimos satisfechos de la labor llevada a cabo y de la creciente implicación de nuestros asociados en la vida de la sociedad. Desde la Junta Directiva de la SEED nos hemos propuesto retos de mejora constante y cada experiencia congresual es un hito importante y, a su vez, una puerta abierta a nuevas ideas y proyectos. El compromiso y la labor conjunta de todos los distintos componentes de la SEED es la mejor carta de presentación de nuestra salud asociativa y, en este sentido, conviene reseñarlo y celebrarlo.



Carles
Murillo Fort

Universidad
Pompeu Fabra



BIENVENIDA A CARGO DEL COMITÉ ORGANIZADOR

El Grupo de Investigación en la Gestión de Organizaciones e Instalaciones Deportivas (IGOID), recoge (con mucha ilusión) el testigo de todo el gran trabajo realizado en el CIED11 por los compañeros y compañeras de la Universidad de A Coruña, dando lo mejor de nosotros para que puedan asistir al congreso el mayor número de personas interesadas en la economía y en la gestión del deporte de España. Además, este año el CIED12 incluye, dentro de su propio programa, el I Evento Europeo de Transformación Digital en el Deporte (Digi-Sporting).

Por ello, en esta edición, la temática principal del congreso será la digitalización. Un proceso que, empujado por la pandemia causada por el virus SARS-CoV-2, ha transformado la industria del deporte. En ese sentido, tecnologías digitales como la Inteligencia Artificial, el Big Data, la realidad virtual, el *machine learning* o los medios sociales, son herramientas para los gestores del deporte que cada vez son más importantes a la hora de tomar decisiones, y, sobre todo, para ofrecer un producto deportivo adaptado al máximo a las demandas e inquietudes de los clientes. Por ello, varias de las actividades del CIED12 se realizarán bajo el marco del evento Digi-Sporting, incluyendo una nueva área de sesiones paralelas sobre transformación digital y tecnología en el deporte. En cualquier caso, y como viene siendo habitual en pasadas ediciones del congreso, el resto de las temáticas vinculadas con la economía y la gestión del deporte serán la columna vertebral del congreso.

Por otra parte, más allá del contenido del congreso, uno de los principales atractivos del CIED12 es que se celebrará en una universidad en constante crecimiento y apuesta por la innovación, la investigación y la internacionalización, como lo es la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), y en particular en una ciudad histórica como Toledo, cuyo crisol cultural seguro que capta el interés de los asistentes posibilitando que el CIED12 sea una experiencia única para todos sus asistentes. Esperamos un gran evento que congrege a profesorado universitario, estudiantes, deportistas, empresarios, representantes políticos, de clubes y federaciones, así como otros grupos de interés, para compartir en Toledo la pasión por la gestión del deporte en un evento que seguro que deja huella. Así, Toledo asume el legado de las diez ediciones anteriores con el objeto de dar continuidad a una iniciativa que pretende configurar al CIED como una excelente plataforma de difusión de la investigación los avances de la investigación en economía y gestión del deporte en España, así como en Portugal y en Iberoamérica.

En nombre de todo el Comité Organizador, queremos dar las gracias a la SEED, al Comité Científico del CIED12 y a todas las instituciones, entidades y patrocinadores que han contribuido a que el CIED12 Toledo sea una realidad. Además, no nos olvidamos de las personas más importantes: vosotros, los participantes. Muchas gracias por vuestras aportaciones a través de comunicaciones que serán defendidas durante el congreso, así como también gracias al resto de ponentes por compartir sus conocimientos. Esperamos que el evento sea todo un éxito.





BIENVENIDA A CARGO DEL COMITÉ CIENTÍFICO

¡Bienvenidos al duodécimo Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte (CIED12)! Sin duda hemos diseñado entre todos, un evento científico de primerísimo nivel para seguir avanzado en el estudio de la economía y gestión del deporte.

Hace ya más de doce años que dio comienzo esta aventura y que ha supuesto el desarrollo de una sociedad científica que garantiza cada año podamos reunirnos para explorar, analizar y discutir los últimos avances de nuestra disciplina.

En este congreso desde el comité científico hemos apostado por seleccionar aquellos trabajos científicos que suponen una aportación relevante. No ha sido una tarea fácil, por las necesidades de tiempo y calidad que desde el comité científico nos hemos autoimpuesto.

A pesar de todo, contamos con más de 130 trabajos que van desde la digitalización del deporte, el análisis de la gestión y la economía de la alta competición, al estudio de la gestión de todo tipo de organizaciones deportivas. Como ven, el amplio abanico de temas a tratar en el CIED12 hará que las discusiones y la reflexiones que se lleven a cabo en cada una de las sesiones paralelas gocen de gran diversidad. Diversidad que se pondrá de manifiesto en los diferentes puntos de vista de los asistentes y expertos invitados, pero también en la diversidad cultural y generacional que caracteriza a este encuentro iberoamericano.

Aunque aún no gozaremos de una presencialidad plena, las oportunidades de interacción se verán, sin duda, incrementadas, lo que redundará en el incremento no sólo del capital intelectual de los asistentes sino también en el capital social de los mismos. Sin duda, la investigación desde hace ya bastantes años ha dejado de ser una actividad individual de grupos de investigación que trabajaban de forma aislada, para convertirse en una actividad virtual basada en redes (nacionales e internacionales). Un objetivo adicional de este congreso es la creación y/o fortalecimiento de estas redes lo cual redundará, en el incremento de la calidad y cantidad de las investigaciones en el área que nos ocupa. Esto nos llevará sin duda a la mejora de la economía y la gestión de nuestras queridas organizaciones deportivas.









Espero disfruten de estos primeros días de junio en el CIED12, y que el programa de conferencias, mesas redondas y sesiones paralelas que han sido diseñadas ayuden en el desarrollo profesional, y por que no, en el ámbito personal de los asistentes.

Deseamos que este CIED12 suponga un acontecimiento importante por lo que suceda en las sesiones y después de las sesiones.





MIEMBROS DEL COMITÉ ORGANIZADOR DEL CIED12 TOLEDO

<p><i>Presidenta</i></p>  <p>Leonor Gallardo Guerrero Universidad de Castilla-La Mancha</p>	<p><i>Vicepresidente</i></p>  <p>Jorge García Unanue Universidad de Castilla-La Mancha</p>	<p><i>secretario</i></p>  <p>Samuel López Carril Universidad de Castilla-La Mancha</p>
<p><i>Vocal</i></p>  <p>Enrique Hernando Barrio Universidad de Castilla-La Mancha</p>	<p><i>Vocal</i></p>  <p>María Jesús Marín Ferrona Universidad de Castilla-La Mancha</p>	<p><i>Vocal</i></p>  <p>María Luisa Martín de San Pablo Universidad de Castilla-La Mancha</p>
<p><i>Vocal</i></p>  <p>Antonio Hernández Martín de San Pablo Universidad de Castilla-La Mancha</p>	<p><i>Vocal</i></p>  <p>Samuel Manzano Carrasco Universidad de Castilla-La Mancha</p>	

MIEMBROS DEL COMITÉ CIENTÍFICO DEL CIED 12 TOLEDO

<p><i>Presidente</i></p>  <p>Gabriel Alfonso Cepeda Carrión Universidad de Sevilla - España</p>	<p><i>Secretario</i></p>  <p>Jerónimo García Fernández Universidad de Sevilla - España</p>			
Vocales:				
 <p>Luis Muga Caperos Universidad Pública de Navarra - España</p>	 <p>Francisco Puig Blanco Universitat de València - España</p>	 <p>Gabriel Flores Allende Universidad de Guadalajara - México</p>	 <p>Helena Ferreira Barbosa Polytechnic Institute of Beja - Portugal</p>	 <p>Susana Monserrat-Revillo Loughborough University - UK</p>
 <p>Manuel Alonso Dos Santos Universidad de Granada - España</p>	 <p>Juan Manuel Núñez Pomar Universitat de València - España</p>	 <p>José María López Guillón Universidad de Murcia - España</p>	 <p>Carlos Gómez González University of Zurich - Suiza</p>	 <p>Carlos Varela Quintana Universidad de Oviedo - España</p>



Contabilidad creativa en el fútbol profesional español: ¿Un intento de regate al control económico? <i>Juan Carlos Guevara Pérez, Emilio Martín y Rademarlyn Urdaneta</i>	89
¿Premier League o League of Legends? Un análisis comparativo del balance competitivo en eSports y ligas de fútbol <i>Pablo Gómez González y Carlos Varela-Quintana</i>	93
Evaluación del rendimiento de las Federaciones Olímpicas Españolas a través del índice Färe-Primont <i>Juan Carlos Guevara, Néstor Le Clech y Emilio Martín</i>	97
Price-What-You-Want in football: the case of fan owned clubs “Unionistas de Salamanca” and “SD Logroñes” <i>Luis Carlos Sánchez</i>	101
Stairway to heaven? The link between popularity, discrimination and wages in the F1 labour market <i>Carlos Varela-Quintana and Luis Carlos Sánchez</i>	105
Explorando el impacto económico y social de un evento de golf: Acciona Open de España 2021 <i>Pablo Burillo, Jairo León-Quismondo, José Bonal y Álvaro Fernández- Luna</i>	109
Fútbol, identidad y bienestar subjetivo: el caso de Osasuna <i>José Manuel Sánchez, Jaime García y Fernando Lera</i>	113
What changes in a football club when owners change? <i>Luis Carlos Sánchez, Ángel Barajas y Patricio Sánchez-Fernández</i>	117
Corporate Governance in Brazilian Olympic Confederations <i>Fábio Minatto, Izabela Maria de Azevedo and José Alonso Borba</i>	121
La satisfacción en actividades dirigidas en centros deportivos públicos de Madrid <i>Sergio Tobías Sidera</i>	125
Formación de postgrado en gestión deportiva. Experiencias y propuestas desde la Universidad de Vigo <i>Patricio Sánchez-Fernández, Jesyca Salgado-Barandela y Ángel Barajas</i>	129
Implantación de sistemas de gestión ambiental en los campos de golf de la Región de Murcia <i>Francisco Cavas García, Alfonso Martínez Moreno, Arturo Díaz Suárez y Javier Campillo Sánchez</i>	133
Diferencias en la motivación e intenciones futuras del voluntario en eventos deportivos en base al género <i>Aurora García-Vallejo, Covadonga Pérez Martínez, Salvador Angosto y Gonzalo Bravo</i>	137
Sports tourist profile at the Spanish Taekwondo Clubs' Championship <i>Carmen Sarah Einsle</i>	141
El Soft Power en la industria del fútbol en China: impacto del sector de la construcción y la burbuja inmobiliaria <i>Ricardo Gúdel y Emilio Hernández-Correa</i>	145
Impacto del triple sobre el rendimiento en equipos NBA <i>Marta Brosed Lázaro y Manuel Espitia-Escuer</i>	149

Explorando el impacto económico y social de un evento de golf: Acciona Open de España 2021

Pablo Burillo¹, Jairo León-Quismondo¹, José Bonal¹ y Álvaro Fernández-Luna¹

¹ Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte

Universidad Europea de Madrid

Correo de correspondencia: pablo.burillo@universidadeuropea.es

INTRODUCCIÓN

El golf es un deporte que atrae multitud de turismo deportivo, buscando la mejor experiencia y el mejor campo. Además, el turista de golf tiene un perfil muy diferenciado en función de la satisfacción general que experimenta tras un viaje deportivo (Ramírez-Hurtado y Berbel-Pineda, 2015). Si bien, los eventos y torneos de golf tienen un carácter más enfocado inicialmente para el público aficionado local, pretendiendo aprovechar el impulso de grandes estrellas de este deporte para promocionar sus campos, así como incrementar el impacto económico en la ciudad. La promoción de torneos de golf con características únicas y experiencias especiales, pueden incentivar la demanda dentro del mercado del golf internacional, lo que ayuda a los gestores deportivos a atraer y retener a los asistentes a dichos eventos (Watanabe y Zhang, 2019).

1. OBJETIVO

El objetivo del presente estudio se basó en explorar el impacto económico/social de un evento de golf en la ciudad de Madrid.

2. MÉTODOS

El estudio fue desarrollado durante el torneo de golf Acciona Open de España, evento internacional celebrado en 2021 en Madrid y en el que participaban varios de los mejores golfistas del mundo del momento. Se diseñó un cuestionario ad hoc para este evento con preguntas relacionadas con el gasto realizado durante su estancia en Madrid, la percepción del torneo de golf y la intención de repetir tanto en este evento como en Madrid. La encuesta fue suministrada de forma presencial a los asistentes de forma aleatoria, en su versión de inglés o español, a través del software QUICKTAPSURVEY®. Se respondieron 779 encuestas que involucraban a 1.954 asistentes, de los cuales, el 70,2% provenían de Madrid y su Comunidad, el 21,1% de otras regiones de España y el 8,6% del Extranjero. Igualmente, el 58,1% de la muestra se mostraba Apasionado por el golf, el 29,5% Interesado en el golf, el 9,1% Algo interesado y el 3,4% Poco interesado en el golf. Además, el 20,1% de los asistentes eran socios del club de golf donde se celebraba el torneo. Se analizó el

gasto medio diario realizado durante su estancia, además del grado de satisfacción según su afición al golf, a través de la U de Mann-Whitney y Kruskal-Wallis, estableciendo una significación de $p < ,05$ y un nivel de confianza del 95%.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La Tabla 1 indica el gasto medio diario por espectador tanto global (126€ de media por día), como en función de su afición al golf. Se observa el elevado gasto por espectador apasionado por el golf con respecto al resto de espectadores, además de que acude más días al evento. El espectador con poco interés en golf tuvo un gasto significativamente menor en las categorías de entradas, souvenirs de golf, alojamiento y comida/bebida, pero no en transporte en Madrid u Ocio en Madrid, por lo que aunque el evento no sea totalmente de su agrado, sí que tiene la intención de participar y hacer gasto social en la ciudad tanto como el resto de aficionados.

Tabla 1. Resultados de gasto medio diario por asistente, según interés en golf

Categorías de gasto medio	Global	Apasionado	Interesado	Algo Interés	Poco Interés
Alojamiento*	22	28	13	24	8
Comida/Bebida*	36	36	34	43	22
Entradas*	13	14	13	12	7
Tte. Pub/Priv. en Madrid	16	18	15	16	15
Souvenirs de Golf*	13	15	14	7	1
Entretenimiento en Madrid	24	24	24	26	14
Gasto medio/diario por espectador*	126	135	113	128	67
Asistencia media en días (máx. 4 días)*	1,9	2,1	1,8	1,6	1,4

*Diferencias significativas entre las muestras $p < ,05$

La Tabla 2 muestra la satisfacción de los espectadores con diferentes variables del torneo, en una escala de 1-5. Todos los perfiles de espectadores mostraron un alto grado de acuerdo en que la calidad de los jugadores participantes era muy alta. Si bien, los espectadores apasionados e interesados por el golf percibieron con mayor satisfacción todas las actividades y el ambiente, con un muy alto índice de intención en volver a acudir al torneo en próximas ediciones.

Tabla 2. Medias de satisfacción de los espectadores, según su interés en golf

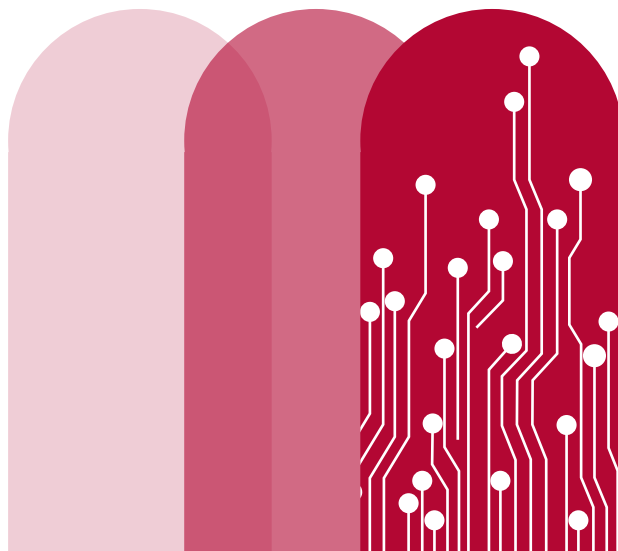
Categorías de satisfacción	Apasionado Media (DT)	Interesado Media (DT)	Algo Interés Media (DT)	Poco Interés Media (DT)	Significación
Calidad de la competición	4,56 (±0,67)	4,60 (±0,57)	4,40 (±0,72)	4,19 (±0,80)	,000
Calidad de los jugadores	4,56 (±0,72)	4,62 (±0,58)	4,50 (±0,73)	4,52 (±0,78)	,564
Precio de entradas	4,39 (±0,91)	4,43 (±0,79)	4,01 (±0,96)	3,78 (±1,43)	,000
Ambiente en el evento	4,68 (±0,55)	4,57 (±0,62)	4,42 (±0,77)	3,86 (±1,45)	,000
Volvería al torneo	4,82 (±0,43)	4,58 (±0,65)	3,81 (±0,93)	3,32 (±1,42)	,000
Satisfacción con el torneo	4,56 (±0,67)	4,55 (±0,64)	4,31 (±0,76)	3,95 (±1,24)	,000

5. CONCLUSIONES

Existe un mayor gasto medio de los asistentes al evento cuanto mayor es su afición al golf. No obstante, independientemente de su afición, traer importantes estrellas del golf movilizó también a otros espectadores no tan interesados en este deporte pero que valoraban positivamente la calidad de estos. Esta mezcla de perfiles de espectadores incrementa el impacto económico del evento en la ciudad, siendo un importante estratégica para su consolidación como destino turístico de este deporte.

6. REFERENCIAS

- Ramírez-Hurtado, J.M., & Berbel-Pineda, J.M. (2015). Identification of Segments for Overseas Tourists Playing Golf in Spain: A Latent Class Approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(6), 652-680.
- Watanabe, Y., & Zhang, J.J. (2019). To stay or not to stay? Japanese spectators' event-related perspectives on a professional golf tournament. *Managing Sport and Leisure*, 24(4), 244-261.



Organizadores:



Patrocinadores:



Colaboradores:

