

V Congreso de La Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva

Hacia una Profesionalización de la
Gestión Deportiva em Nuevos Continentes

Towards Professionalisation of Sport Management in
New World Countries

ACTAS CIENTÍFICAS

REALIZACIÓN



PATROCINADOR PRINCIPAL



APOYOS



V Congreso de La Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva

Hacia una Profesionalización de la Gestión Deportiva em Nuevos Continentes

Towards Professionalisation of Sport Management in New World Countries

Realización



Marzo de 2017

Buenos Aires

Expediente

ALGEDE

Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva

Junta Directiva

Presidente:

Rosa Medina (México)

Universidad Autónoma de Nuevo León

Vice-presidente:

Mireya Medina (México)

Universidad Autónoma de Nuevo León

Secretario:

Ricardo João Sonoda-Nunes (Brasil)

Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Directores:

Ary José Rocco Jr. (Brasil)

Universidade de São Paulo (USP)

Josil Josefina Murillo Cedeño (Venezuela)

Universidad Pedagógica Experimental Libertador

Juan Hojas Dominguez (Cuba)

Centro Universitario: Escuela Internacional de Educación Física y Deporte de Cuba (EIEFD)

Nair Ackermann Bochard (Uruguay)

Intendencia Municipal Montevideo y Ministerio Turismo y Deporte - Jubilada

V Congreso Latinoamericano de Gerencia Deportiva – ALGEDE

Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva

Universidad Abierta Interamericana (UAI)

Comité Organizador

Presidente: Gerardo Bielons

Universidad Autónoma de Madrid (España) / Events GB

Mg. Horacio Brozzi

Decano de la Facultad de Motricidad Humana y Deportes UAI

Comité Honorario

Dr. Rodolfo N. De Vincenzi -

Rector de la Universidad Abierta Interamericana

Mg. Horacio Brozzi

Decano de la Facultad de Motricidad Humana y Deportes

Dr. Fernando Lelio Grosso

Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales

Lic. Elisa Beltritti

Decana de la Facultad de Turismo y Hospitalidad

Comité Científico

Presidente:

Flávia da Cunha Bastos - Universidade de São Paulo (USP)

Miembro asistente:

Ivan Furegato Moraes - Universidade de São Paulo (USP)

Miembros evaluadores:

Angela Gómez Hincapié Universidad Tecnológica de Pereira – Colombia; Ary José Rocco Jr. – Universidade de São Paulo – Brasil; Cacilda Mendes dos Santos Amaral – Universidade de São Paulo – Brasil; Christos Anagnostopoulos - University of Molde – Noruega; Daniel Di Donato – Universidad Blas Pascal – Argentina; Enrique Alberto Piastrellini – Universidad Abierta Interamericana (UAI) – Argentina; Fernando Marinho Mezzadri – Universidad Federal de Paraná – Brasil; Gonzalo Bravo – West Virginia University – USA; Jerónimo García - Universidad de Sevilla – España; Leandro Carlos Mazzei – Universidade de Campinas – Brasil; Michael Odio (Universidad de Cincinnati - EE.UU); Mireya Medina Villanueva – Universidad Autónoma de Nuevo León – México; Ricardo João Sonoda-Nunes – Universidade Federal do Paraná – Brasil; Summar Alfredo Gomez Barrios – Instituto Superior Tecnológico Universitec – Ecuador.

Copyright @ 2017 ALGEDE

Actas Científicas del V Congreso de La Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva

Buenos Aires, 2017

129 p.: 21 x 29,7 cm

ISSN: 2359-5019

Gerencia Deportiva, Gestão do Esporte, América Latina

Presentación

Nuevamente nos complace hacerles llegar las actas científicas del V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva (ALGEDE), ya que nuestro reto es seguir incrementando la participación académica en el área de la gerencia deportiva en Latinoamérica y tener con ello una plataforma que nos permita seguir haciéndolo.

La sociedad requiere de un foro donde se puedan abrir debates que les ofrezcan soluciones y alternativas sobre aquellas problemáticas que se nos presentan en el quehacer diario de nuestra profesión.

El trabajo reconocido del comité organizador quien nuevamente se sensibiliza ante el proceso del llamado y cierre de trabajos; y en la evaluación de los mismo para poderlos aceptar lo cual sigue representado un gran aporte que los mismos sean aceptados en varios idiomas ya que el comité también es internacional.

Se presentaron más de 120 resúmenes, correspondientes a diferentes modalidades: relatos de experiencia profesional, trabajos de investigación y reflexiones sobre temas relevantes de la gestión deportiva. Fueron presentados 17 posters y 51 como Comunicación Oral. Además de estos contamos con 4 conferencias.

Gracias al equipo de trabajo que estableció la Dra. Flavia da Cunha Bastos quien atinadamente eligió tanto al comité evaluador como la supervisión de su trabajo. Dando así cumplimiento con los objetivos de la Asociación: promover, alentar y facilitar el desarrollo de estudios en Gestión Deportiva y así ayudar a las instituciones profesionales.



Dra. Rosa Elena Medina Rodríguez

Presidenta

Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva

Presentación

Estimado mundo científico,

Con mucho placer, orgullo y un enriquecimiento personal, me permito presentarles el Libro de Resúmenes del V Congreso ALGEDE que tuvo lugar en la vibrante ciudad de Buenos Aires del 15 al 17 de marzo de 2017.

Una de las actividades más bellas, enriquecedoras y atractivas de los encuentros académicos en los congresos, es la capacidad de la gente para relacionarse con los demás, desde un enfoque profesional y especialmente humano.

El compromiso que tenemos con la vida, la familia, los amigos, y por supuesto, con el trabajo y los proyectos personales, producen una excelente combinación de crecimiento en la persona en todos sus sentidos. Por todos estos motivos, nos sentimos identificados con el tema del congreso **“Hacia una Profesionalización de la Gestión Deportiva en Nuevos Continentes”**, y esperando que todos los que han asistido hayan compartido y encontrado una nueva perspectiva en el camino profesional.

Si tuviéramos que tomar una imagen actual del deporte en sus distintos aspectos, podemos afirmar que la gestión deportiva como ciencia y la industria del deporte en todos sus ámbitos, continúan creciendo a ritmos acelerados.

En tal sentido, agradezco a todos los académicos y profesionales del sector que contribuyeron con su valiosa investigación para el desarrollo de la gestión deportiva en nuevos continentes, muy especialmente en América Latina.

Un especial agradecimiento a la Universidad Abierta Interamericana por acoger este magnífico encuentro y a la Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva por habernos concedido su confianza en la realización del mismo.



Gerardo Bielons
Presidente del V Congreso ALGEDE

Actas Científicas

Sumario / Summary

TENDENCIAS, OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS PARA LA GESTIÓN DEPORTIVA / TRENDS, OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR SPORT MANAGEMENT	1
Comunicaciones Orales / Oral communications	1
Posters	16
LA EDUCACIÓN EN GESTIÓN DEPORTIVA Y SU IMPORTANCIA PARA LA INDUSTRIA DEL DEPORTE / SPORT MANAGEMENT EDUCATION APPROACHES FOR THE SPORT BUSINESS INDUSTRY	29
Comunicaciones Orales / Oral communications	29
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN DEPORTE / CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN SPORT	35
Comunicaciones Orales / Oral communications	35
Posters	38
GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD EN EL DEPORTE / MANAGING DIVERSITY	42
Comunicaciones Orales / Oral communications	42
Posters	45
LOS ASPECTOS LEGALES Y POLÍTICAS DE GOBIERNO EN EL DEPORTE / LEGAL, GOVERNANCE AND POLICY ISSUES.....	47
Comunicaciones Orales / Oral communications	47
EL DEPORTE Y EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES / SPORT AND SOCIAL MEDIA MARKETING	60
Comunicaciones Orales / Oral communications	60
LA INDUSTRIA DE LOS BIENES DEPORTIVOS / THE SPORTING GOODS INDUSTRY	64
Comunicaciones Orales / Oral communications	64
Posters	68
DEPORTE PARA TODOS Y SISTEMAS DE DEPORTE DE ÉLITE / PARTICIPATION: SPORT FOR ALL & ELITE SPORT SYSTEMS.....	70
Comunicaciones Orales / Oral communications	70
Posters	79
LOS FACTORES MEDIO AMBIENTALES EN LOS EVENTOS DEPORTIVOS / ENVIRONMENTAL FACTORS WITHIN SPORTS EVENTS	81
Comunicaciones Orales / Oral communications	81
LOS EVENTOS DEPORTIVOS: GRANDES Y PEQUEÑOS, GLOBALES Y LOCALES / SPORT EVENTS: MAJOR AND MINOR, GLOBAL AND LOCAL.....	85
Comunicaciones Orales / Oral communications	85



Actas Científicas

GESTIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS / SPORT FACILITIES.....	100
Comunicaciones Orales / Oral communications	100
Posters	105
PRACTICA PROFESIONAL / PROFESSIONAL PRACTICE	111
Comunicaciones Orales / Oral communications	111
Posters	119
COMUNICACIONES LIBRES / FREE COMMUNICATIONS	121

TENDENCIAS, OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS PARA LA GESTIÓN DEPORTIVA / TRENDS, OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR SPORT MANAGEMENT

Comunicaciones Orales / Oral communications

La relación de la creación de valor y el desempeño de las organizaciones deportivas: el rol mediador de la co-creación de valor

Prof. Jorge Iván Brand Ortiz
Instituto Tecnológico Metropolitano
jorgebrand@itm.edu.co

Mauricio Parodi Díaz
Liga Antioqueña de Fútbol

Patricia Quinchía Jiménez
Liga Antioqueña de Fútbol
(COL)

Las organizaciones en su búsqueda de crear y preservar la ventaja competitiva, necesitan fortalecer en su estrategia la creación de valor, la cual permite obtener beneficios a los clientes por medio de productos y servicios con valor (Amit y Zott, 2001). Se ha demostrado, que en las organizaciones y especialmente en las deportivas, por sí solas, no pueden crear ni ofrecer de manera aislada productos y servicios, necesitan de la colaboración de actores externos a la organización (Parks, Quarterman, y Thibault, 2011). Por tanto, en las organizaciones deportivas, debido a sus rasgos diferenciados, se reconoce la importancia de seguir avanzando en el estudio del fenómeno de la creación de valor mediado por la co-creación de valor y la influencia de estos sobre el desempeño de las organizaciones deportivas (Woratschek, Horbel, y Popp, 2014). En este sentido, las organizaciones deportivas han establecido la aplicación de las medidas de eficiencia y eficacia para evaluar el desempeño (Slack y Parent, 2006), aun así, se reconoce los escasos estudios que relacionan la creación de valor, la co-creación y el desempeño de las organizaciones deportivas. De esta manera, se ha llevado a cabo el desarrollo de una investigación en la cual se ha propuesto una validez constitutiva y una validez operativa que dé como resultado una validez de contenido, y así, analizar las relaciones de los constructos de la creación de valor y la co-creación de valor por medio de una investigación mixta, con el fin de evaluar el desempeño de las organizaciones deportivas adscritas a la disciplina deportiva del fútbol en Colombia, departamento de Antioquia. Específicamente la metodología de investigación aplicada ha sido la mixta (Cunningham, Fink, & Doherty, 2016), la cual ha integrado los métodos cuantitativo y cualitativo; en el primero método, la muestra se ha tomado de 360 clubes de fútbol en el departamento de Antioquia, de los altos y mediados directivos, en dónde la recolección de información se ha realizado por medio de un cuestionario construido tomando en cuenta escalas y unidades de medida desarrolladas en la literatura y contextualizándolas a los clubes de fútbol; en

Actas Científicas

creación de valor se ha tomado como referencia los ítems del trabajo del autor Clauss (2016); en co-creación de valor los ítems son los relacionados en los presentados por Albinsson, Yansanthi y Truly (2015); y, los ítems de desempeño de organización deportiva los propuestos por Winand, Zintz, Bayle y Robinson (2010), que reflejan las variables latentes determinadas y, para el análisis de los datos se ha aplicado la metodología de modelo de ecuaciones estructurales -SEM-, utilizado los software SPSS y EQS; y, en el segundo método, la muestra ha sido dos organizaciones deportivas, clubes de fútbol en Colombia, en dónde la recolección de la información se realizó mediante entrevistas en profundidad y grupos focales, y para el análisis de datos se ha utilizado el software Atlas ti. Finalmente, los siguientes son los aportes de la investigación; desde lo empírico, el análisis de las relaciones de los constructos con base en escalas y unidades de medida entre la creación y la co-creación de valor y el desempeño de organizaciones deportivas adscritas a la disciplina del fútbol, además de contribuir al desarrollo de estudios dirigidos a nuevas propuestas sobre escalas y unidades de medida sobre el desempeño de organizaciones deportivas adscritas a la disciplina del fútbol, las cuales no están determinadas en Colombia y Antioquia; y, desde lo teórico, la generación de conocimiento en el campo de la gestión de la innovación sobre el desempeño de las organizaciones deportivas, a partir del desarrollo teórico de la creación y la co-creación de valor. Esto representará, el desarrollar de modelos de negocio para los clubes de fútbol, de acuerdo con los ¿Qué? Surgidos de la investigación.

Palabras Clave: Creación de valor, co-creación de valor, Desempeño de la organización deportiva

Referencias

Albinsson, P. A., Perera, B. Y., & Sautter, P. T. (2015). DART Scale Development: Diagnosing a Firm's Readiness for Strategic Value Co-creation. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 24(1), 42–58.

Amit, R., & Zott, C. (2001). Value creation in E-Business. *Strategic Management Journal*.

An Exploratory Study of Factors Associated with the Attrition and Retention of Amateur Athletes

Cheri Bradish
Ryerson University
cbradish@ryerson.ca

Asher Alkoby
Ryerson University
(CAN)

The value of sport and sports participation is seen in physical benefits. However, the social significance of sport is much broader. In addition to physical benefits, Brookes and Wiggins (2009), for example, identify several key public value items associated with sport, including improvement in education, economic benefits, and safer communities. Coalter (2007) and Houlihand White (2002) also note the economic benefits not only in terms of money spent/earned related to sport, but also saved economic costs derived from high levels of volunteerism in sport. Another significant social value is sports' capacity to inclusion through bringing diverse segments of society together whether through participation in or observation of a sport (Bailey, 2005; Elling & De Knop, 2001, Tacon, 2007, Walseth & Fasting, 2004). Regardless of how the value of sport is perceived, it cannot function adequately without participants – the athletes. Yet there are concerns from various sectors that these individuals are at risk of leaving their sports. Numerous research studies focusing on adolescence and attrition identified several key factors that affect an individual athlete's decision to stay in or leave their sport. One of the major findings is that of "competency" or one's ability to successful execute the skills and tactics necessary for a given sport. The lower the sense the competency, the higher the risk of dropout (Crane & Temple, 2015; Gillet, Berjot, Vallerand, & Amoura, 2012; Guillet, Sarrazin, Fontayne, & Brustard, 2006; Joesaar & Hein, 2011; Le Bars, Gernigon, & Ninot, 2009; Rottensteiner, Laakso, Pihlaja & Konttinen, 2013; Vella, Cliff, Magee & Okely, 2015). Also, tied to notions of competency are attitude and self-perception. Weak attitudes and low self-perception are also seen to undermine an athlete's ability thereby increasing thoughts of discontinuation (Boiché & Sarrazin, 2009; Le Bars, Gernigon, & Ninot, 2009). Research clearly demonstrates that there are a multitude of factors that potentially contribute to an athlete's decision to continue or discontinue participation in their respective sports. Some of these are internal, while others are clearly outside an individual scope of control. What has not been explored is whether there is an interactional effect of these factors. This current study proposes to bridge that gap. Specifically, to validate the survey that will be used to conduct research exploring the factors associated with the attrition and retention of amateur athletes in the Canadian high performance system.

References:

Boiché, J. C., & Sarrazin, P. G. (2009). Proximal and distal factors associated with dropout versus maintained participation in organized sport. *Journal of sports science & medicine*, 8(1), 9.

Actas Científicas

Fraser-Thomas, J., Côté, J., & Deakin, J. (2008). Understanding dropout and prolonged engagement in adolescent competitive sport. *Psychology of sport and exercise*, 9(5), 645-662.

Joesaar, H., & Hein, V. (2011). Psychosocial Determinants of Young Athletes' continued Participation Over Time 1. Perceptual and motor skills, 113(1), 51-66.

Le Bars, H., Gernigon, C., & Ninot, G. (2009). Personal and contextual determinants of elite young athletes' persistence or dropping out over time. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 19(2), 274-285.

Lemez, S., Baker, J., Horton, S., Wattie, N., & Weir, P. (2014). Examining the relationship between relative age, competition level, and dropout rates in male youth ice-hockey players. *Scandinavian journal of medicine & science in sports*, 24(6), 935-942.

The use of mixed methods research in Sport Management

Leandro Mazzei

Faculdades de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas
lemazzei78@yahoo.com.br

Cacilda Mendes dos Santos Amaral

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

Ivan Furegato Moraes

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
(BRA)

Aim of Abstract: The aim of this abstract is present, even in a synthesized way, the use of mixed methods approach in the sport management area. **Theoretical Background:** In each research project, researchers generally adopt methodological approaches that are quantitative or qualitative. Obviously, each of these methodological approaches have advantages and disadvantages. In order to reduce the disadvantages of the abovementioned approaches, it has increased in recent years the use of mixed methods research approach (Skinner, Edwards, & Corbett, 2015). The main advantages of mixed-methods research are the balance and synergy in the use of qualitative and quantitative approaches in order to better understand a particular phenomenon and obtain greater consistency in the research results (Li, Pitts, & Quarterman, 2008; Veal & Darcy, 2014). **Methodology, Research Design and Data Analysis:** This abstract does not have a formal methodology, its purpose is present the possible mixed methods research design from the concepts of Creswell and Plano Clark (2011), since these authors and their concepts are one of the most used on mixed methods approaches (Van Der Roest, Spaaij, & Van Bottenburg, 2015). In addition, it also intends to present examples of sport management research in related to each design, when it will be possible and interesting this situation. **Results, Discussion and Implications/Conclusions:** According Creswell and Plano Clark (2011) and the based in the most common methodological process in the sport management area, the main mixed method research design can perform convergent, explanatory, and exploratory projects. The convergent design intends to use concomitantly quantitative and qualitative methods (no prioritization of these approaches) and they will complete each order reaching the results; similar a one triangulation approach, because both quantitative and qualitative data will use to build final interpretations. The explanatory is a sequential design, when it has a quantitative phase first, follow up by a qualitative phase; although the prioritization of the quantitative data, the main purpose of this design is to identify "what's behind the numbers" generated by statistical methods. The exploratory design is the opposite of the explanatory design, it has a qualitative first phase follow up by a quantitative phase; the intention is to prioritize the qualitative data, but adding quantitative methods will reduce the subjectivity of the first phase results. Examples of these three types of mixed research design can be found in the sport management area and presented during the V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva. Regarding the implications; despite increasing the working volume, working time and require more knowledge from researchers, mixed methods improve the research quality. This characteristic increases the chances of publishing articles, which

Actas Científicas

also increases the dissemination of knowledge, but especially, gives to the sport management area more consistency in the science world. The sport management is a new area (yet) in Latin America, therefore, it is extremely necessary to improve the consistency of the methodological processes used, the presentation of the possibility of mixed methods in the research methodological processes was the main intention of this abstract.

References:

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research* (2nd ed.). Los Angeles: SAGE Publications.

Li, M., Pitts, B. G., & Quarterman, J. (2008). *Research methods in sport management*. book, Morgantown: Fitness Information Technology.

Skinner, J., Edwards, A., & Corbett, B. (2015). *Research Methods for Sport Management*. Oxon; New York: Routledge.

Van Der Roest, J.-W., Spaaij, R., & Van Bottenburg, M. (2015). Mixed Methods in Emerging Academic Subdisciplines: The Case of Sport Management. *Journal of Mixed Methods Research*, 9(1), 70–90.

Veal, A. J., & Darcy, S. (2014). *Research methods in Sport Studies and Sport Management: a practical guide*. London; New York: Routledge.

Gestión Deportiva en América del Sur: revisión sistemática de la producción académica

Ivan Furegato Moraes

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
ifuregato@gmail.com

Flávia da Cunha Bastos

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
(BRA)

Con el crecimiento y la profesionalización del deporte, la Gestión Deportiva ha ganado terreno en las organizaciones deportivas y en las facultades (Rocha & Bastos, 2011). La Gestión Deportiva cubre una variedad de aspectos como la gestión, liderazgo, comunicación, marketing, aspectos legales, financieros, socio-culturales y éticos, generando estudios en diversos ámbitos académicos y con la adopción de una metodología propia (Li et al., 2008). En América del Sur, la Gestión Deportiva está creciendo, sobre todo su aplicación al Fútbol. A partir de este escenario, el presente estudio tuvo como objetivo buscar y analizar la producción académica de los países de lengua hispana de Sudamérica en la Gestión Deportiva, con énfasis en los relacionados con el Fútbol. Se realizó una revisión sistemática de la producción de trabajos de grado; tesis y ensayos de especialización y tesis de maestría y de doctorado. Se utilizaron los descriptores: Fútbol; Fútbol club; Gestión Deportiva; gestión club Fútbol y marketing deportivo. Los 5 países estudiados fueron seleccionados con base en la participación de sus clubes en las últimas 10 ediciones de la Copa Libertadores: substraendo Brasil, Argentina, Paraguay, Colombia, Ecuador y Uruguay. Fueran realizadas consultas a sus repositorios y bibliotecas on-line: las 5 primeras facultades del Ranking Web de Repositorios y en el QS University Rankings: Latin America 2016. Los trabajos fueron analizados por la Análisis de Contenido (Bardin, 2013) y reportados por la estadística descriptiva con base en 7 categorías: el año; tipo de trabajo; país; área de la facultad; tema abordado; y el tipo y la principal herramienta de investigación. Fueran seleccionados 137 trabajos de 20 facultades, la mayor parte de Colombia (47%) y Ecuador (39%). Entre los seleccionados, 92,70% se produjeron entre 2006 y 2016. 118 son trabajos de grado; 7 tesis de especialización; 3 ensayos de especialización; 8 tesis de maestría y 1 tesis doctoral. En relación al área académica, la mayoría son de facultades de Administración (34%); Economía (20%); Ingeniería y Comunicación (12% cada) – otras 8 áreas sumaran 22%. Cuanto al tema, los más abordados son la gestión (29%); instalaciones (20%); marketing deportivo (16%); finanzas (9%) y los consumidores (8%). A cerca del tipo, 32% son cualitativos; 16% cuantitativos; 25% mixtos y 37% no fueron identificados. Por último, sobre la principal herramienta de investigación, 35 utilizaron el análisis de documentos; 21 la revisión de la literatura; 19 las encuestas; 10 la entrevista; 3 el modelo econométrico; 2 el grupo focal; 2 la observación y uno el modelo estadístico – 44 trabajos no fueran identificadas. Con los resultados podemos concluir que los estudios sobre Gestión Deportiva son recientes, de varias áreas académicas, cubriendo todos temas y concentrados en Colombia y Ecuador. Énfasis negativo en la falta de acceso a los estudios paraguayos, el bajo número de tesis de maestría y doctorado y los pocos trabajos originarios de facultades de Educación Física y Deporte (solamente 10). Finalmente, esperamos que este estudio contribuya al desarrollo de la Gestión Deportiva en América del Sur y motive nuevas investigaciones sobre su aplicación en la región.



Referencias:

Bardin, L. (2013). Análise de conteúdo (5ª ed.). Lisboa: Edições 70.

Li, M., Pitts, B. G., & Quarterman, J. (2008). Research methods in sport management. Morgantown: WV Fitness Information Technology.

Rocha, C. M. d., & Bastos, F. d. C. (2011). Gestão do Esporte: definindo a área. Rev. bras. educ. fís. esporte, 28 (n. spe.), p. 91-103. Retrieved from <https://goo.gl/WLHn79>.

La Calidad de la gestión de las Federaciones Deportivas Cordobesas

Daniel Di Donato
Universidad Blas Pascal
danieldidonato@yahoo.es
(ARG)

El presente trabajo pretende mostrar los resultados en la calidad de la gestión deportiva de las federaciones deportivas de la Provincia de Córdoba. Existen 46 federaciones deportivas en la Provincia y que se encargan de organizar el deporte federativo con la participación de sus propios equipos a nivel nacional o internacional. En sus estatutos organizativos todas las federaciones tienen como objetivo la difusión, promoción y el desarrollo del deporte que representan. Por lo que es de interés de esta investigación analizar la calidad de la gestión deportiva con respecto a la organización, sus estrategias, los procesos, planes de desarrollo y el estado de la competición. Estos resultados del trabajo de campo nos permiten tener un diagnóstico sobre la calidad de las gestiones de estas instituciones conociendo el estado actual de las federaciones, como lo llevan a cabo y luego proponer un plan de trabajo que generen mejora en las políticas deportivas de cada una de las federaciones. La muestra de estudio son las federaciones e instituciones que están afiliadas a sus respectivas nacionales, o tuvieron participación en Rio 2016, siendo un total de 37 Federaciones o Asociaciones deportivas Cordobesas. Los principales ejes de estudios utilizados corresponden a las estructuras, a la planificación estratégica, los aspectos económicos, competencias y capacitaciones. También se tuvo en cuenta la gestión de los programas y otros recursos y la percepción de los deportistas/usuarios. Los resultados obtenidos prueban que hay un déficit en la planificación y en la gestión de los programas y recursos, no permitiendo en varios casos el crecimiento de las federaciones tanto en la parte económica como en la de los usuarios o jugadores. Además, se destacan que no se tienen estrategias claras para el deporte federativo como también problemas en las estructuras organizativas. Por lo analizado es necesario que cada Federación Cordobesa pueda generar planes estratégicos de gestión con indicadores claros, cumplibles y evaluables para permitir la mejora tanto en el sector participativo como el competitivo de cada federación.

Referencias:

No envió.

Comunicación interorganizacional entre entidades deportivas y el sector público: una revisión sistemática

Alexandre Ribeiro Arantes

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
alexandre.arantes@usp.br

Flávia da Cunha Bastos

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
(BRA)

Introducción y Objetivos: En los últimos años se identificaron un importante crecimiento económico en los organismos públicos o privados, o sin fines de lucro responsable de la formación de los deportistas y la organización de los campeonatos estatales, nacionales e internacionales. Rocco Júnior (2016), señala que la comunicación organizacional, cuando el pensamiento estratégico, puede al mismo tiempo, contribuir a la mejora del rendimiento deportivo y ayudar a construir su identidad. Pedersen, Miloch, y Laucella (2007) en su modelo de gestión estratégica de la comunicación específica para las organizaciones deportivas, consideran que la relación con el mercado, con sus fans y aficionados con sus empleados y con muchos otros grupos de interés que orbitan tondo de las organizaciones deportivas. Chelladurai (2014) considera que interorganizacionales redes crean un mayor acceso a las fuentes de información para los miembros que participan en la organización. El propósito es lograr con este estudio para llevar a cabo una revisión sistemática de la literatura sobre la gestión del deporte con el fin de identificar el conocimiento de la literatura producida sobre el tema. Métodos: Esta investigación se caracteriza por ser cuantitativa (Thomas, Nelson; Silverman, 2012). En cuanto a los medios de comunicación, se trata de una investigación documental indirecta mediante una revisión sistemática de la literatura de investigación en revistas especializadas y publicaciones brasileñas en el campo (Revista de Gestão e Negócios do Esporte y PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review). Los términos utilizados para la búsqueda fueron "comunicación", "entidades" y "sector público". Los estudios localizados fueron analizados utilizando estadística descriptiva en base a priori definido categorías: año de producción / edición; tipo de investigación y tema. Resultados y Discusión: Se identificaron 104 artículos de los cuales se descartaron aquellos que se relacionan con el tema de la investigación, dejando 32 artículos, dos artículos con más de una palabra clave. Las obras seleccionadas se produjeron desde la primera edición de la revista en 2012 y julio de 2016. En lo que respecta al tipo de investigación, el 13% son estudios cuantitativos y cualitativos 88%. En el tema seleccionado, el 2% se relaciona con el término comunicación; 21% para el sector público y el 74% de las entidades. Dado el gran número de estudios sobre las entidades, la naturaleza les fue analizado: el 68% de los estudios fueron de los clubes; 4% de las confederaciones; 12% de las ligas; 4% microempresas; ONG 8% y el 4% de las entidades del sistema S. Conclusiones: El estudio y análisis realizado indican el predominio de las cuestiones relacionadas con el sector y las entidades públicas y la escasez de estudios sobre comunicación y entre las confederaciones y federaciones de entidades están mal dirigidas. Por lo tanto, se sugiere que un análisis cualitativo de estos estudios se lleva a cabo, así como en otra base de datos de elevación para evaluar la producción de las comunicaciones entre organizaciones sujetas entre entidades.

Referencias:

Chelladurai, P. (2014). Managing organizations for sport and physical activity: a systems perspective. 4. Ed. Scottsdale: Holcomb Hathaway Publishers.

Pedersen, P. M., Miloch, K. S., Laucella, P. C. (2007). Strategic Sport Communication. Champaign: Human Kinetics.

Rocco Júnior, A. J. (2016). Gestão estratégica da comunicação nos principais clubes de futebol do Brasil : muito marketing, pouca comunicação. Revista de Gestão e Negócios do Esporte (RGNE), 1(1), 64–78. Retrieved from: http://revistagestaodoesporte.com.br/pluginfile.php/207/mod_resource/content/3/Gest?oEstrat?gica da Comunica??o nos Principais Clubes de Futebol do Brasil.pdf. Acesso em: 31 ago 2016.

Thomas, J. R.; Nelson, J. K.; Silverman S.J. (2012). Métodos de pesquisa em atividade física. Porto Alegre: Artmed.

Isomorphism in intra-organizational sport networks

Júlio Araújo Carneiro da Cunha
Universidade Nove de Julho
juliocunha@yahoo.com

Talmo Curto de Oliveira
Universidade Nove de Julho

Alexandre Conttato Colagrai
Universidade Nove de Julho

Manuel Portugal Ferreira
Universidade Nove de Julho
(BRA)

Some sports organizations work with the goal of promoting individual human and social development through sport. Nonetheless, it is still a challenge for these organizations to ensure that the strategic goals set by the board are passed top-down to line managers, athletes and practitioners. In order to overcome such challenges, these organizations may formulate policies oriented to disseminate isomorphic behaviors that stimulate and promote individual capacities. These individual capacities may sustain his social and human development. Considering an intra-organizational networks perspective, this dissemination seems to be conducted through internal alignment strategies and by diffusion of social capital. Therefore, the present study aims to verify if the existence of social capital and strategic intra-organizational alignment are mechanisms that influence isomorphism. To achieve this objective, students-athletes participating in a social sportive organization program called Pedagogy of Example (internal policies supported by isomorphism mechanisms) were investigated. The theoretical framework was based on the fundamental concepts of social capital (Peachey, Bruening, Lyras, Cohen & Cunningham, 2015), strategic alignment (Andrews, Boyne, Meier, O'Toole Jr. & Walker, 2012), isomorphism (DiMaggio & Powell, 1983) and intra-organizational networks (Grund, 2012). A two-stage research was planned under a consecutive mixed methods approach (Rudd & Johnson, 2010). In the first one, a primary data collection was performed through semi-structured interviews with the director and a sports specialist from this social sportive organization. These interviews were conducted based on an interview script built from theoretical categories. Along with this data collection, organizational documentary data were also collected. Based on these two data sources, a mixed grid content analysis (confirming and complementing and previous theoretical categories) was conducted. Under the strategic alignment dimension, the following categories were identified in the sport context: integration; informality; learning; conflict resolution; professionalism. In the dimension of social capital in sport organizations, the following categories were identified: trust; collectivity; cooperation. The existence of an isomorphic policy in the Pedagogy of Example was confirmed. In addition, based on these qualitative results, a quantitative research instrument (questionnaire) was developed and applied to 159 student-athletes. The intent was to understand their perceptions regarding the initiatives of managers and the organization in terms of isomorphism,

Actas Científicas

social capital and strategic alignment. Afterwards, a multiple regression analysis was conducted. Isomorphic behavior, fundamental for the implementation of programs that aims to spread and repeat morally accepted behaviors within the sport, has a greater chance of acceptance and absorption in students-athletes when there is social capital. It seems to be true, especially, when there is sense of belonging, community and collectiveness. Hence, it seems to be more interesting to stimulate elements of social relationship. On the other hand, structural and formal mechanisms of strategic alignment do not seem to have as much effectiveness in the propagation of this type of policies in sports organizations. We recommend that sport organizations managers who intend to successfully implement or strength this type of program in their organizations, to invest in relationships between individuals. Theoretically, social capital seems to influence isomorphism, while strategic alignment has not been an interesting construct to influence isomorphism.

Keywords: Isomorphism; Social Capital; Strategic Alignment; Intra-organizational Networks, Sport.

References:

Andrews, R., Boyne, G.A., Meier, K. J., O'Toole Jr., L. J. & Walker, R. M. (2012). Vertical strategic alignment and public service performance. *Public Administration*, 90(1), 77-98.

DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147- 160.

Grund, T. (2012) Network Structure and Team Performance: The Case of English Premier League Soccer Teams. *Social Networks*, 34(4), 682-690.

Pachey, J., Bruening, J., Lyras, A., Cohen, A. & Cunningham, G. (2015). Examining social capital development among volunteers of a multinational sport-for-development event. *Journal of Sport Management*, 29(1), 27-41.

Rudd, A. & Johnson, R. B. (2010). A call for more mixed methods in sport management research. *Sport Management Review*, 13(1), 14-24.

Análisis de la estructura operativa de los departamentos deportivos de pregrado

Daniel Carranza Bautista

Facultad de Organización Deportiva, Universidad Autónoma de Nuevo León
carranzabd@hotmail.com

Marco Antonio Enríquez Martínez

Facultad de Organización Deportiva, Universidad Autónoma de Nuevo León

María del Carmen Ruíz Ponce

Facultad de Organización Deportiva, Universidad Autónoma de Nuevo León
(MEX)

La presente investigación tuvo como objetivo el analizar las estructuras organizacionales de los departamentos deportivos de las Facultades del Nivel Superior de la UANL que participan en los torneos internos organizados por la Dirección de Deportes. Partiendo de la necesidad de transformación de las entidades deportivas en pro de garantizar las mejores condiciones en la oferta y accesibilidad hacia los servicios. El presente estudio es de corte mixto, dado que por un lado se expresan los componentes organizacionales de cada entidad deportiva de forma cuantitativa, mientras que al momento de la descripción del fenómeno que es cualitativa ya que implica la observación de un entorno natural, buscando analizar a través de la interpretación de descripciones graficas por medio del análisis fundamentado. Por otra parte, es de tipo exploratorio, al intentar caracterizar los elementos que integran la estructura de cada organización. Es de tipo trasversal aplicándose solo durante la exploración. La población de estudio estuvo conformada por los departamentos deportivos de las 26 Facultades del Nivel Superior de la UANL participan en los torneos internos organizados por la Dirección de Deportes. El tipo de muestreo utilizado es no probabilístico, se basa en el criterio o juicio del entrevistador según la accesibilidad de las coordinaciones deportivas. Al respecto se eligieron a conveniencia solamente aquellas facultades pertenecientes a tres Campus: Ciudad Universitaria, Unidad Mederos, Área Médica. Para este análisis se diseñó un cuestionario que solicita respuestas categóricas, permite recolectar información sobre prácticas actuales, agregando preguntas adicionales para aclarar respuestas y obtener un resultado de mayor validez. En el estudio participaron un total de 16 facultades de nivel superior pertenecientes a la UANL, a las cuales se les aplicó un cuestionario denominado estructuras organizacionales universitarias, encontrándose en relación al número de empleados que cuentan con un promedio de 29 empleados por dependencia los cuales atienden aproximadamente a 606 usuarios en 30 disciplinas deportivas, encontrándose en cuanto a su estructura organizacional que por su contenido son integrales y por su forma o presentación son verticales, por otra parte el 81.25% establece 3 niveles jerárquicos, un 62% opera con cinco departamentos internos, el 56% cuenta con 3 tramos de control mientras que el 44% restante opera con 2. El estudio concluye expresando que, si bien existen cadenas de mando definidas, existen áreas de oportunidad en la estructura organizacional de las empresas, que van desde la ampliación de los niveles jerárquicos, así como la definición de puestos.

Actas Científicas

Referencias:

Almenara, J., & Moro, A. (2014). Empleo del método Delphi y su empleo en la investigación en comunicación y educación. *Edutec. Revista electrónica de tecnología educativa*.

Gibson, J., Ivancevich, J., Donnelly Jr, J., & Konopaske, R. (2011). *Organizaciones: comportamiento, estructura y procesos* (13ma Edición ed.). México DF.

Kontz & Weihrich (2013) *Elementos de Administración: un Enfoque Internacional y de innovación*. México: Mac Graw Hill.

Paris, F. (2005). *La Planificación Estratégica en las Organizaciones Deportivas*. Editorial Paidotribo, España.

Porret, M. (2014). *Gestión de personas 6ª ed.: Manual para la gestión del capital humano en las organizaciones*. ESIC Editorial.

Posters

Emotional intelligence, internal emotional regulation strategy, and consequences in coaching

Ye Hoon Lee
University of North Alabama
ylee6@una.edu

Packianathan Chelladurai
Troy University

Boyun Woo
Endicott College
(USA)

Sports coaching is a stressful occupation which requires intensive personal interaction with athletes (Jones, Armour, & Potrac, 2004). In this process, coaches face a variety of strong emotions ranging from joy to anger (Fletcher & Scott, 2010). The experience of negative emotions along with the stress and strain of coaching can result in negative outcomes. These stressful experiences and the reactions thereof may also affect athletes' outcomes (see Stirling & Kerr, 2014). Considering all the detrimental impact the negative emotions may bring on coaches and athletes, it is important for coaches to identify how to cope with them effectively. Emotional labor, defined as the regulation of both feelings and expression of emotions to be effective on jobs (Grandey & Gabriel, 2015), is an important construct which can be utilized to explore the emotional struggles of coaches and to identify coping mechanisms for coaches to deal with negative emotions and the inevitable stressors thereof (Lee & Chelladurai, 2016). Evidence from different contexts involving human interaction suggests that different emotional labor strategies result in different outcomes for the individual and the organization (Grandey & Gabriel, 2015). Despite the emotional outbursts coaches experience in their work, the study of emotional labor in coaching and the outcomes thereof have been lacking (Lee & Chelladurai, 2016). In order to fill this, void, the primary purpose of this study was to examine: a) the role of emotional intelligence on the three facets of emotional labor; b) the role of the three facets of emotional labor on head coaches' individual outcomes of job burnout and job satisfaction; and c) the role of job burnout and job satisfaction on turnover intention. The participants were 322 head coaches in the Southeastern area of the United States. Participants completed the questionnaires measuring emotional intelligence; emotional labor strategies; burnout; job satisfaction; and turnover intention. The analyses included confirmatory factor analysis (CFA) to verify the factor structure of the scales employed and structural equation model procedures to test both the direct and indirect relationships in the model using AMOS 21.0. The results of CFA showed a reasonably fitting model and all the items have significant factor loadings on their theorized factor (.60 – .95) with acceptable reliability and discriminant validity. The goodness-of-fit statistics indicated that the structural model showed a reasonable fit, $\chi^2/df = 1549.646/876 = 1.769$ ($p < .01$); RMSEA = .049, TLI = .921, CFI = .927. Specifically, Emotional intelligence was negatively related to surface acting and positively related to deep acting and genuine expression.

Actas Científicas

Additionally, job burnout was positively related to surface acting and negatively related to deep acting and genuine expression. Job satisfaction was negatively related to surface acting and positively related to deep acting and genuine expression. Further, turnover intention was positively related to job burnout and negatively related to job satisfaction. The findings demonstrate how coaches engage in specific emotional labor strategies and how different emotional labor strategies influence individual outcomes of coaches differently. The practical implications and future research directions will be discussed during the presentation.

References:

Fletcher, D., & Scott, M. (2010). Psychological stress in sports coaches: A review of concepts, research, and practice. *Journal of Sports Science*, 28(2), 127-137.

Grandey, A., & Gabriel, A. (2015). Emotional labor at a crossroads: Where do we go from here? *Annual Review of Organizational Psychology and Behavior*, 2, 323-349.

Jones, R., Armour, K., & Potrac, P. (2004). *Sports coaching culture: From practice to theory*. London: Routledge.

Lee, Y., & Chelladurai, P. (2016). Affectivity, emotional labor, emotional exhaustion, and emotional intelligence, *Journal of Applied Sport Psychology*, 28(2), 170-184.

Stirling, A., & Kerr, G. (2014). The perceived effects of elite athletes' experiences of emotional abuse in the coach-athlete relationship, *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 11(1), 87-100.

Gestión de personas en instituciones deportivas: un análisis de la producción bibliográfica

Cristiane Godoy Trombini

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo/SESC
cris@consolacao.sescsp.org.br

Flávia da Cunha Bastos

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
(BR)

El gestor deportivo es el profesional responsable por la coordinación de una organización deportiva, en que uno de los procesos de su responsabilidad es la Gestión de Personas (o Recursos Humanos). Considerado como uno de los procesos más importantes de una organización, el gestor establece de manera efectiva las relaciones utilizándose de estrategias organizacionales, actuando en la integración del personal en nombre de la organización en su conjunto, siendo una actividad integrada a la estrategia global de las organizaciones (Dalmau, 2009). En las instituciones deportivas de Recursos Humanos pueden ser considerados voluntarios, profesionales y clientes. (Chelladurai, 2006). De esta forma, este estudio exploratorio y descriptivo, mediante encuesta documental, tiene como objetivo llevar a cabo una investigación bibliográfica para cuantificar e identificar las investigaciones centradas en la Gestión de Personas en las instituciones deportivas, sin utilizar estudios que consideraron los recursos humanos como los atletas. Los datos fueron recogidos en bases de datos (Google Académico, CAPES y Scopus), utilizando como palabras clave "sport", "human resource", "administration and sport", "sport management", "human resource management and sport " teniendo en cuenta los estudios publicados a partir del año 2000. Como resultado, se encontraron trece estudios, siendo dos sobre los recursos humanos voluntarios; siete sobre la gestión de los recursos humanos en los clubes, asociaciones, comunidades, instituciones académicas y organizaciones públicas; dos revisiones de la literatura sobre el tema, una investigación descriptiva sobre el papel de las autoridades deportivas en relación con la gestión de los recursos humanos y uno sobre los recursos humanos en los eventos deportivos. Estos estudios están divididos con respecto a su ubicación: cuatro de Europa, tres de Oceanía, dos de Asia, dos de América del Sur, uno de África y uno de América del Norte. Se concluye que existe una brecha en términos de los estudios sobre el tema en Brasil. Se sugiere la continuación de la investigación en el campo mediante el análisis de otras bases de datos para cubrir un mayor número de tipos procesos de Gestión de Personas en diferentes instituciones deportivas.

Referencias:

Chelladurai, P. (2006). Human resource management in sport and recreation (2nd. Ed). Champaign, IL: Human Kinetics.

Dalmau, M. B. L. (2009). Estratégias de gestão de pessoas. Curitiba: IESDE Brasil

Gestión de negocios de la carrera del entrenador personal en Brasil

Renato Aurélio Vidal Garcia Filho
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Ana Paula Cabral Bonin Maoski
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
bonin.anapaula@gmail.com

Wesllen Gian Carvalho
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Carla Cristina Tagliari
Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba
(BR)

El número de academias en Brasil superó 30.000 unidades en 2014, llegando a 7,6 millones de clientes y es considerado el mercado más grande en número de academias de América Latina (Sebraesp, 2016, para 6). Entre las muchas áreas que el profesional de la educación física puede actuar, el entrenador personal (EP) que trabaja en unos gimnasios de forma personalizada y en la actualidad se presenta como una de las intenciones más buscados de estudiantes de educación física en Brasil (Bossle & Fraga, 2011, p.156). Por lo tanto, este trabajo tiene como objetivo presentar el perfil actual del EP gestión empresarial activo en Curitiba / PR. Esta investigación se caracteriza como una investigación descriptiva cuantitativa, donde se administraron cuestionarios a 282 participantes, de los cuales sólo 262 fueron acreditados. En cuanto a los resultados relativos a los datos entrenadores, se destaca que 190 participantes son hombres (73%) y 72 mujeres (27%) con una edad media de 28,40 años ($DE \pm 5,64$), edad mínima de 21 y máximo de 54 años. Los datos sobre el número de especializaciones de los encuestados mostraron que el 40% posee una especialización, 8% dos especializaciones y 3% tenían más de cinco especializaciones largo de sus carreras. En cuanto graduado en sentido estricto, 5% tenían el título de master y doctorado 1%. Entre los muchos sectores de la gestión empresarial entrenador personal, la divulgación se considera el más difícil de manejar en un 34% de los encuestados, seguido de la lealtad (29%); financiera (24%); Otros (8%) y en funcionamiento (4%). Un punto importante que puede medir la capacidad de fidelización de los profesionales es la cantidad de clientes que están contigo desde el principio de su carrera, se obtiene la siguiente cantidad de datos de los clientes que actualmente tienen entrenadores personales: de 0 a 5 (37%) de 6 a 10 (32%) de 11 a 15 (15%) de 16 a 20 (5%) de 21 a 25 (3%) de 26 a 30 (2%) y por encima de 30 (5%). La divulgación de la comercialización, es fundamental para el éxito en la gestión empresarial del EP, debido a que los encuestados se les preguntó cómo hacen su divulgación, se obtuvo los siguientes resultados: los propios clientes (78%), tarjeta de visita (48%), el trabajo (48%), redes sociales (33%), sitios web (7%). Las principales conclusiones fueron que en las personas profesionales de la industria de gestión se ocupan de hacer cambios y / o cursos en el área, además de buscar alguna manera a una evaluación de su trabajo con sus clientes (Barbosa, 2008). En cuanto a los aspectos de marketing, los EP variaron ampliamente en temas y demostró que requieren más conocimientos en esta área. Por último, la gestión financiera también necesita más estudio, debido a la información con cualidades pobres en este sector.



Referencias:

Bossle, C. B; Fraga, A.B (2011). O Personal Trainer na Perspectiva do Marketing. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, Porto Alegre, 33 (1), p.149-162.

Barbosa, M (2008). Treinamento personalizado: estratégias de sucesso, dicas práticas e experiências do treinamento individualizado. São Paulo: Phorte.

Sebraesp. (2016). Ampliação do mercado de academias no Brasil. Retrieved from: <http://www.sebraesp.com.br/index.php/76-noticias/multissetorial/18113-mercado-de-academias-ganha-musculatura>. Acesso em 08 de setembro de 2016.

Validación del instrumento para identificar las habilidades directivas del gestor deportivo del área metropolitana de Nuevo León.

Patricia Peche Alejandro
Universidad Autónoma de Nuevo León
paty_peche@hotmail.com

Rosa Elena Medina-Rodríguez
Universidad Autónoma de Nuevo León
(MEX)

Las actividades realizadas por los gestores deportivos no son en muchas ocasiones parte de sus funciones encomendadas al dirigir una entidad deportiva. Por ello, que el objetivo es adaptar al contexto local y validar el inventario de tareas del gestor deportivo a utilizar. Se realizó una revisión bibliográfica entorno a las habilidades directivas del gestor deportivo, donde las comparaciones con otros estudios muestran una tendencia del gestor en delegar las tareas a la mayoría de las áreas que gestiona, sobre todo en la administración, instalaciones deportivas y recursos humanos, el cual al elegir el instrumento se llevó a cabo mediante fases para validar al contexto mexicano el “Cuestionario: Perfil del gestor deportivo”, la primera fase consta de la búsqueda bibliográfica y adaptación del cuestionario, desde datos generales hasta las áreas en el que está relacionado el gestor con una totalidad de 294 ítems aplicado a una población de la comunidad Valenciana, en la fase 2 se sometió el instrumento a una validación por expertos seleccionados por doctores del área científica y doctores del área profesional de la gestión deportiva, aplicando el método Delphi, realizando una valoración de opiniones de los expertos y reduciendo a 280 ítems. Como conclusión, los gestores deportivos deben llevar a cabo un gran número de competencias y habilidades de carácter diverso, distribuidas en seis áreas de actuación (administración, instalaciones deportivas, actividades deportivas, marketing, recursos humanos y tareas directivas propias) contenidas dentro del instrumento validado, del cual es necesario que posean una formación pluridisciplinar para el desarrollo de las tareas y alcanzar los niveles de expectativas demandas por la sociedad actual, así mismo como integrar las tareas necesarias para el buen funcionamiento del servicio del deporte. Introducción. Las personas encargadas de gestionar el deporte (Mosquera, 2007), en muchos casos realizan tareas que no son parte de las funciones encomendadas para dirigir una entidad deportiva, según Mosquera (2007) los “gestores deportivos”, desempeñan su papel con base a la planificación, evaluación y dirección del personal a su cargo, cabe mencionar que Gómez y Nuñez (2011) en un estudio para determinar las características, funciones y tendencias del futuro de los gestores deportivos, demuestran en sus resultados, que la tendencia hacia el futuro es delegar las tareas cuando incrementa del personal dentro de la entidad deportiva. De las bases para desempeñar el papel como “gestores deportivos” (Mosquera, 2007), encontramos que la acción de administrar es considerada para el sector público y la de gestionar considerada para el sector privado dentro del estudio, siendo que el término administrar se refiere a la actividad de ordenar y organizar, en el manejo científico de los recursos que tiene a su alrededor y a disposición para satisfacer un interés, mientras que el término de gestionar se refiere a la acción y a la consecuencia de administrar, llevando a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación para alcanzar los objetivos de la empresa. El término “gestor deportivo” hace referencia a realizar un conjunto de actividades profesionales complejas y multiformes aplicadas al entorno

Actas Científicas

deportivo para una buena dirección dentro de la organización a su cargo (Burgos, 2008), con el cual surge la pregunta de investigación: ¿Qué habilidades directivas son las que componen el perfil del gestor deportivo?, del cual presente artículo tiene como propósito valorar las habilidades directivas que ejerce el gestor deportivo en entidades deportivas del sector público. En un estudio relacionado con el perfil del gestor deportivo público del deporte en la comunidad Valenciana (López & Luna, 2001), denominan a la persona encargada de gestionar en el área del deporte, como coordinador de deportes o como propiamente un gestor deportivo. Las habilidades directivas son un conjunto de capacidades y conocimientos que una persona desarrolla y aplica en sus diversas actividades de dirigir y coordinar un equipo de trabajo. Para que sea factible el buen funcionamiento de una empresa conlleva que el responsable de dirigir la empresa sea especializado para recopilar, generar y diseminar conocimiento útil en todos los ámbitos de la organización (Puga & Martínez, 2008), así mismo que el gestor deportivo esté comprometido con su propio aprendizaje para el bien de la dirección estratégica de la empresa. En un estudio para ejercer las funciones de planeación, organización, dirección, control y evaluación, Rial (2015) categoriza al gestor deportivo en un nivel jerárquico: Directivos de alto nivel, están relacionados con habilidades de conocimiento; directivos medios, están relacionados con las habilidades humanas; y los directivos de primer nivel, relacionados con habilidades técnicas (Rial, 2015). El presente trabajo, se utiliza y adapta al contexto mexicano, un inventario de tareas específicas y el grado de asociación, valorando la opinión de los gestores deportivos y comparando las tareas con otros estudios internacionales. El diseño utilizado en esta investigación es no experimental cuantitativo de tipo descriptivo correlacional, recopilando datos en un momento único, con una población objetivo de gestor deportivos que ejercer su labor profesional en el sector público.

Referencias:

- Burgos, M. (2008). El gestor deportivo novel ante el mercado de trabajo. Principales déficits formativos. Encuentro de Gestores Noveles. Octubre 2008. Granada, Granada, España. Recuperado de <http://deporteparatodos.com/imagenes/documentacion/ficheros/20090119130326M.ABurgos.pdf>
- Gómez, A., & Nuñez, J. (2011). El gestor del deporte: características, funciones y tendencias de futuro. *Journal of Sports Economics & Management*, 1(1) 5-30. Recuperado de http://sportsem.uv.es/j_sports_and_em/index.php/JSEM/article/view/3/5
- López, A., & Luna, R. (2001). Perfil del gestor público del deporte en la Comunidad Valenciana un análisis preliminar. *Actividad física y deporte: ciencia y profesión*, 5-8.
- Mosquera, A. (2007). Hacia una gestión moderna del servicio deportivo y recreativo municipal costarricense. *Revista en Ciencias del Movimiento Humano*, 4(2) 1-34. Recuperado de <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/mhsalud/article/view/342/289>
- Puga, J., & Martínez, L. (2008). Competencias directivas en escenarios globales. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 87-103. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v24n109/v24n109a04.pdf>
- Rial, B. M. (2015). El directivo deportivo del siglo XXI: áreas de análisis. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, (410), 41-55. Recuperado de <http://reefd.es/index.php/reefd/article/view/100>

Satisfaction of users in the university context: a case study of aquatic activities of UPFit Program

Sandra Marisa Cardoso de Sousa
Faculdade de Desporto da Universidade do Porto

Celina Gonçalves
Instituto Politécnico de Bragança, Portugal e CIFI2D

Carla Rocha Araújo
Faculdade de Desporto da Universidade do Porto

Maria José Carvalho
Faculdade de Desporto da Universidade do Porto
(PT)

INTRODUCTION: The service quality is pointed as essential to consumer satisfaction, which is a core factor to consumer retention. Satisfaction, usually results from the consumer evaluation about service acquired, against their needs and expectations (Efi & Anastasia, 2013). Thus, the evaluation of consumer satisfaction can give important information about the repurchase intentions which is crucial for organization's financial viability (Ferrand et al., 2010). This is mostly important on sports industry that depends on membership dues as a major source of revenue (Lam et al., 2005). Specifically, in swimming, one of the preferred Portuguese leisure activities, the consumer satisfaction research become more important since the pools are a complex management facilities. **OBJETIVE:** The main objective of the present study is to compare the consumer satisfaction (through cleanliness and storage, temperature maintenance, staff, and classes' analysis) on aquatic activities of University of Porto Fitness Program (UPFit) in 2015 and 2016. **METHODS:** A satisfaction questionnaire was applied in moments (2015 and 2016), on UPFit, to 151 aquatic activities users (52 and 99 in 2015 and 2016, respectively). Mean and SD were computed, as well as unpaired samples student's t-test. A significance level of 5% was accepted. **RESULTS:** The results express higher consumer satisfaction with staff image and sympathy in 2016 compared to 2015, but lower satisfaction with cleanliness, pool and bathroom air temperature, water treatment, reception staff, feedbacks and dynamism in class, and use of sport equipment during the class. **CONCLUSIONS:** Staff image and sympathy investment should be sustained, since these were the items that obtained higher consumers satisfaction. However, should be enhanced cleanliness and water treatment, as well as, the attention assigned to pool and bathroom air temperature. Additionally, the service to consumers by reception staff requires improvement, as feedback and dynamism displayed by staff, and use of sport equipment during classes. This study give a contribution to management practice of aquatic activities, improving it sustainability, and, consequently, increasing UPFit profitability.

References:

Efi, T., & Anastasia, T. (2013). Does satisfaction affect a member's psychological commitment to a fitness center? *Journal of Physical Education & Sport*, 13(4), 522-527.



Ferrand, A., Robinson, L., & Valette-Florence, P. (2010). The Intention-to-Repurchase Paradox: A Case of the Health and Fitness Industry. *Journal of Sport Management*, 24(1), 83-105.

Lam, E. T. C., Zhang, J. J., & Jensen, B. E. (2005). Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs. *Measurement in Physical Education & Exercise Science*, 9(2), 79-111.

Calidad percibida por los espectadores del Real Madrid, C.F., con relación al servicio ofrecido por los empleados

José Francisco Galván-Mata

Facultad de Organización Deportiva, Universidad Autónoma de Nuevo León

Rosa Elena Medina-Rodríguez

Facultad de Organización Deportiva, UANL

Isela Guadalupe Ramos-Carranza

Facultad de Organización Deportiva, UANL

Xitlali Torres-Aguilar

Facultad de Organización Deportiva, UANL

Mireya Medina Villanueva

Facultad de Organización Deportiva, UANL

mireya.medinavl@uanl.edu.mx

(MEX)

Introducción: Actualmente el deporte tiene una fuerte presencia en la sociedad, existiendo dos vertientes claramente diferenciadas, aunque complementarias, siendo una de ellas; el deporte como práctica física, y la segunda que es el deporte como espectáculo deportivo. Durante el paso del tiempo el fútbol soccer ha logrado posicionarse como uno de los deportes de espectáculo más importantes del mundo, razón por la cual los estadios han ido modernizando instalaciones y complementando con servicios de alta calidad. Debido a esto, hemos investigado qué opinan los espectadores sobre la calidad que les brindan los empleados de uno de los equipos más importantes de todo el mundo (Real Madrid, C.F). Objetivo: Conocer cuál es la opinión de los espectadores que asisten al inmueble, respecto al trato que reciben por parte de los empleados. Metodología: Se utilizó el Cuestionario de Satisfacción de Espectadores en Eventos Deportivos de Pérez Campos (2010), adaptándolo del atletismo al fútbol soccer. La batería se aplicó de manera aleatoria a hombres y mujeres de diferentes edades, captándolos afuera del estadio. Para contestar la encuesta era necesario haber asistido al recinto en al menos 2 ocasiones anteriores durante la vigente temporada. Se logró obtener una muestra de 172 asistentes. La investigación está centrada únicamente en el apartado "Calidad de interacción con el personal". Las respuestas son tipo Likert con escala de siete puntos que van desde "Muy en desacuerdo" a "Muy de acuerdo". El análisis de datos se realizó con el Programa SPSS v. 19. Resultados: 1.- En la pregunta Mi relación con los empleados del estadio ha sido EXCELENTE, observamos que la respuesta que predomina es De acuerdo con 85 sujetos (49.41%), mientras que la respuesta con menor cantidad es Poco en desacuerdo con 4 sujetos (2.32%). 2.- Los empleados muestran disposición para ayudar a los espectadores; el 47.67% (82 sujetos) mencionan que están De acuerdo, siguiendo la respuesta Muy de acuerdo con el 27.32% (47 sujetos), y solo el 1.16% (2 sujetos) mantiene una respuesta negativa ya que esta Poco en desacuerdo con esta pregunta. 3.- En la pregunta Los empleados se preocupan por el buen desarrollo del evento; la respuesta que predominó fue De

Actas Científicas

acuerdo con 92 sujetos (53.48%), Un poco más del 75% de los espectadores valoran que los empleados se preocupan por un buen desarrollo durante los diferentes encuentros. 4.- Los empleados se muestra cordiales al solicitarles algún tipo de información o servicio, pregunta en la que el 43.60% (75) de los espectadores menciona que está De acuerdo, mientras que el 2.32% (4) está Poco en desacuerdo. 5.- En la pregunta Creo que los empleados están bien formados en su trabajo, De acuerdo obtuvo el 41.86% (72 sujetos), por otra parte, se muestra un porcentaje que, aunque es mínimo, figura dentro de las respuestas negativas el cual es, En desacuerdo con 1.16% (2 sujetos) seguido por Poco en desacuerdo con 2.32% (4 sujetos). Esto nos muestra que aun y que están en disposición de ayudar, falta algo más de capacitación por parte de los empleados. 6.- Los empleados realizan bien su trabajo, la respuesta con mayor presencia es De acuerdo con 81 sujetos (47.09%), seguida por Muy de acuerdo con 41 sujetos (23.83%), mientras que la respuesta con menor presencia es Poco en desacuerdo con 6 sujetos (3.48%). Conclusión: De los resultados obtenidos podemos concluir que los servicios que son ofrecidos dentro del Estadio Santiago Bernabéu, son percibidos por los espectadores como de calidad, ya que, en la mayoría de las interrogantes, un porcentaje alto de los usuarios indican que están conformes y satisfechos. De manera general se puede decir que los espectadores están conformes con el servicio que se les brinda, a excepción de algunas áreas que sería conveniente reforzar, mientras que los criterios que son valorados como buenos y excelentes hay que mantenerlos y si es posible mejorarlos.

Referencias:

Añó, V. (2000). La Organización de grandes eventos deportivos. *Arbor* CLXV, 650 (Febrero 2000), 265-287.

Calabuig, F., Quintanilla, I. & Mundina, J. (2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos, *10(4)*25-43.

Galván M., José (2015). Percepción global de los espectadores durante un partido de fútbol. Caso Estadio Santiago Bernabéu.

Luna-Arocas, R., Mundina, J. & Carrión, C. (1998). La satisfacción del consumidor en un centro deportivo. En Martínez del Castillo, J. (comp.) *Deporte y Calidad de Vida*. (Pp. 299- 305). Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz.

Pérez Campos, Carlos (2010). Análisis de la calidad de servicio en los eventos deportivos. Calidad percibida y satisfacción de los espectadores y de los deportistas, Valencia, España.

Terra (2012). Top 10 los eventos más importantes del mundo. <http://deportes.terra.com.co/top-10-los-eventos-deportivos-mas-importantes-del-mundo,0VgnVCM20000099f154d0RCRD.html>

Satisfacción del usuario deportista en organizaciones deportivas universitarias en México: caso Gimnasio de Área Médica

Raquel Morquecho Sánchez
Universidad Autónoma de Nuevo León
rmorquecho7@hotmail.com

Mireya Medina Villanueva
Facultad de Organización Deportiva, UANL

Verónica Morales Sánchez
Facultad de Organización Deportiva, UANL

José Alberto Pérez García
Facultad de Organización Deportiva, UANL

Víctor Hugo Valdivia Monrreal
Facultad de Organización Deportiva, UANL
(MEX)

En la actualidad numerosos autores coinciden que lograr calidad en la gestión es el desafío de todas las organizaciones, sin importar el rubro al cual se dediquen. En las últimas décadas lograr el cumplimiento del constructo de satisfacción sea convertido en el propósito fundamental para adquirir el éxito en las organizaciones. La satisfacción está incorporada a la sensación de contento que se corresponde con una percepción utilitarista del comportamiento de consumo, ya que la reacción del sujeto es consecuencia de un procesamiento de información y de la valoración del cumplimiento de las funciones que tiene asignadas un determinado bien de consumo o servicio. En este sentido, la producción de valor en una organización deportiva se elabora a través de la calidad. Los usuarios son cada vez más exigentes, y solicitan no solo practicar algún tipo de actividad física y deportiva, sino que el servicio por parte de las organizaciones se desarrolle de una manera eficaz y que desde el punto de vista del usuario se traduzca en un servicio de calidad. El propósito del presente estudio es evaluar la satisfacción del usuario deportista en organizaciones deportivas universitarias. La población está formada por los usuarios que realizan actividades deportivas en el Gimnasio de Área Médica (GAM) de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), México. Se utilizó el cuestionario SERVQUAL, utilizándose para su análisis el programa SPSS v. 21. La selección de los participantes fue de manera aleatoria y voluntaria, utilizando un muestreo estratificado, considerando una muestra de 50 usuarios, 27 hombres y 23 mujeres, con un rango de edad de 17 a 40 años, los cuales contestaron en un solo momento, y de forma individual. Los resultados más significativos, muestran que existe una satisfacción del 65.11% con respecto al servicio general que reciben los usuarios, pero al realizar una correlación con los elementos tangibles observamos que se encuentra en un 40.18%, lo que representa que las óptimas condiciones de estos elementos tales como instalaciones, equipamiento deportivo, material deportivo y el propio personal de contacto; es decir los entrenadores, son vitales para lograr la satisfacción de los usuarios. Por otra parte el 56% de los usuarios consideran como parte

Actas Científicas

fundamental el trato e interacción con el entrenador, presentándose satisfactoria. Como conclusión proponemos que los gestores deportivos universitarios, no solo consideren las percepciones y sensaciones de los usuarios ; sino todo aquel aspecto físico que rodea a la prestación del servicio deportivo, tales como instalaciones, limpieza, iluminación, clima, etc, como factores claves para lograr la satisfacción del cliente externo.

Palabras Clave: Satisfacción, Usuario, Organización Deportiva, Universidad.

Referencias:

Hernández Mendo .A, Morales Sánchez .V, Calidad y satisfacción en los servicios Conceptualización, Revista Digital EF Deportes -Buenos Aires Argentina- Año 10- No 73 -Junio de 2004, Departamento de Psicología Social, Antropología Social, Trabajo Social y Servicios Sociales Facultad de Psicología Universidad de Málaga España, Págs. 18.

Martínez -Tur, V., Peiró, J. M. y Ramos, J. (2001). Calidad de servicio y satisfacción del cliente: una perspectiva psicosocial. Madrid: Síntesis Psicología.

Westbrook, R. A. y Oliver, R. L. (1991). The dimensionality of consumption emotion patterns and consumer satisfaction. Journal of Consumer Research, 18, 84-91.

Morales Sánchez, V. (2009). Evaluación de la calidad en organizaciones deportivas: análisis de generalizabilidad. Revista de Psicología General y Aplicada, 62(1-2), 99-109.

LA EDUCACIÓN EN GESTIÓN DEPORTIVA Y SU IMPORTANCIA PARA LA INDUSTRIA DEL DEPORTE / SPORT MANAGEMENT EDUCATION APPROACHES FOR THE SPORT BUSINESS INDUSTRY

Comunicaciones Orales / Oral communications

Perfil profesional del Dirigente Deportivo en Colombia

Martha Cecilia Sandino Rodríguez
Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte
martha.sandino@endeporte.edu.co

Jaime Ricardo Cardona Medina
Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte
(COL)

Un gerente deportivo, es un gerente preparado para asumir con efectividad la gestión y administración de los productos y servicios deportivos, esta figura, emerge debido a la importancia adquirida por los servicios públicos y privados asociados a la actividad física y el deporte que hasta hace relativamente poco tiempo, no contaban con una importancia relevante, pero que debido al aumento del flujo de capitales, inclusión en la normativa jurídica como derecho público y aumento de practicantes, ha pasado a convertirse en un universo que demanda profesionales preparados, el cual resulta necesario para el buen desarrollo de la industria deportiva. El propósito de este trabajo fue analizar el perfil profesional del Dirigente Deportivo en Colombia, sobre su nivel de formación en administración y gestión deportiva y su experiencia en el sector en cargos de dirección. Participaron los presidentes de las ligas deportivas del Valle del Cauca, Risaralda, Quindío, Huila y Magdalena. Se aplicó encuesta a través de entrevista personalizada y el manejo de la información se hizo a través de un análisis estadístico por proporciones. Como aspecto a destacar el 69% son profesionales, de los cuales el 11% en administración de empresas, 8% profesional en deporte, 7% en medicina, 7% en derecho y en porcentajes menores en comunicación social, economía, ingeniería, educación, licenciaturas y psicología. A nivel pos gradual 32% son especialistas, de los cuales el 6% en gestión deportiva; 5% tienen maestrías, 2% doctorado y el 62% no tienen este nivel de formación. En cuanto a experiencia en el sector el 42% llevan hasta 8 años como presidentes de la liga, el 50% entre 8 y 24 años y el 10% restante entre 24 a 40 años. Los resultados de este estudio indican que la formación académica de los presidentes deportivos estudiados no cuenta con suficiente formación en gerencia y administración deportiva, esto va de la mano con el índice de competitividad global 2015-2016 donde Colombia no ocupa un buen puesto en el Escalafón de Educación Superior y Formación para el trabajo, donde se evidencia la necesidad de fortalecer este sector a partir de la educación, además es un reto para el gobierno para el año 2032 ser uno de los países más competitivos y más educados en Latinoamérica.

Actas Científicas

La formación de los dirigentes deportivos corresponde al nivel de exigencia que establece Coldeportes (2010) en su resolución 00547 donde tiene como requisito mínimo un curso de 40 horas sobre administración deportiva. En este sentido y para estar a tono con las políticas del estado, hace falta la reforma de este requisito donde amplíe la formación y experiencia que debe contar este sujeto social, en razón al rol que cumple frente al sector y la sociedad. El deporte se ha convertido en una estrategia de intervención social que contribuye al desarrollo humano, a la convivencia y paz.

Referencias:

Celma, J. (2004). ABC del gestor deportivo. (pp. 13 – 113). Barcelona, España. INDE 1ª edición. Consultado el 22 de Octubre de 2013. Colombia.

Colombia. Ministerio de Cultura – Coldeportes. Resolución 547 del 2010.R. (2016).

Colombia. Coldeportes. Plan Decenal del Deporte, La Recreación, La Actividad Física y La Educación Física, para el desarrollo humano, la convivencia y la paz 2009-2019. Informe Nacional de Competitividad. INC 2013-2014. Sector educación. [en línea]. Recuperado de: <http://www.compite.com.co/site/wp-content/uploads/>

Gómez T. y Mestre S. (2005). La importancia del Gestor deportivo en el municipio. Barcelona: INDE.

Posters

Expectations of college students of Physical Education and Sport on the Economics and Sports Management course: a case study

Cacilda Mendes dos Santos Amaral

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
cacilda.amaral@gmail.com

Flávia da Cunha Bastos

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
(BR)

The formation of the Sports Managers in Brazil is still in a state that can be considered incipient, having no regulation or academic assumptions. However, the knowledge of the area, as well as specific in terms of event organization, marketing, among others, has been developed in disciplines of undergraduate courses in Physical Education and Sport. Therefore, the objective of this research was to diagnose students' expectations regarding the content to be developed and teaching strategies that can be employed in a discipline focused on Sport Management on a course of Physical Education and Sport. Therefore, we opted for a qualitative approach through case study method performed with students of the discipline "Economic and Administrative Dimensions of Physical Education and Sports" of the School of Physical Education and Sport at the University of São Paulo. Questionnaire was developed by the researchers based on instruments used in similar studies. The questionnaire was composed of 3 closed questions, aiming to characterize the respondent, and 3 open questions about the expectations of students in relation to discipline. The sample consisted of 54 respondents. Most students belong to the bachelor's degree programs in physical education and sports (46 in total), 4 students of the same program with emphasis in education and 3 students from other courses at the University, one student did not answer the question. The data collected in the open issues were organized and grouped and content analysis was performed. The first open question asked the students indicate their expectations regarding discipline. It was possible to identify 8 different categories of responses, highlighting the answers related to the practical aspects of the discipline and the theoretical / conceptual aspects, both cited 12 times. For the second question, which asked students what he hoped to learn in the discipline, it was possible to group the responses into 3 groups: those related to the content of the discipline, career-related and related to the course curriculum, especially the category related to the content of the discipline, again the practical and conceptual character being the most cited. The third question asked students to indicate how they thought the course could be developed in the classroom, getting an answer that the content should be addressed through Examples (10) and Expositive classes (7), followed by Discussion room class and Case studies (4). It was possible to verify the desire of students to be autonomous in their profession and some possibilities of teaching strategies were presented by them, despite the contradiction between the desire to become independent and high citation use of "Expositive Classes" as a teaching strategy even this not being the most suitable to obtain autonomy for the student. This study has methodological

Actas Científicas

limitations regarding the difficulty of access to answers and exploratory approach to the subject. We suggest further work greater depth, through interviews with students.

References:

Beretta, M. I. R., Mascarenhas, S. H. M., & Dupas, G. (2008). Expectativas dos alunos do curso de enfermagem acerca da disciplina de Enfermagem Neonatológica, 10(3).

Biggs, J. (2006). Cambiar la enseñanza universitaria. In J. Biggs (Ed.), *Calidad del aprendizaje universitario* (2a edición., p. 295). Madrid: Narcea Ediciones.

Molina-Garcia, J., & Fernández, I. C. (2009). Pensamiento sobre la gestión deportiva pública: introducción. *Actividad Física Y Deporte: Ciência Y Profesi3n*, (10), 13–24.

Ru3, J. (2007). El aprendizaje en autonomía: posibilidades y límites. In *Seminário de Pedagogia Universitária* (p. 36). São Paulo: Pró-Reitoria de Graduação da Universidade de São Paulo.

Yin, R. K. (2010). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.

Preferencias Profesionales en Estudiantes de Licenciatura en Ciencias del Ejercicio de La Facultad de Organización Deportiva, UANL

Mireya Medina Villanueva
Universidad Autónoma de Nuevo León
mireya.medinavl@uanl.edu.mx

Luis Alberto Dueñas Dorado
Universidad Autónoma de Nuevo León

José Alberto Pérez García
Universidad Autónoma de Nuevo León

José L. Tristán Rodríguez
Universidad Autónoma de Nuevo León

Raquel Morquecho Sánchez
Universidad Autónoma de Nuevo León
(MEX)

La inserción laboral debe ser un aspecto en el que la universidad debe ser entidad mediadora entre el constructo social y la formación profesional afirma Justiniano (2006). De esta manera las Facultades y Centros han de plantearse la necesaria unidad y coherencia profesional de cada título en función de los perfiles profesionales y competenciales que presente la profesión asociada a una titulación (Sáez et al., 2009). En la dirección y organización de actividad física y deporte, por una parte, se encuentran los recursos humanos o profesionales indirectos como son los periodistas deportivos, constructores de instalaciones deportivas, médicos deportivos, fisioterapeutas, psicólogos, etc., por otra parte, los profesionales directos, que están formados de manera específica sobre actividad física y deporte, también denominados recursos humanos de la actividad física y deporte. Estos últimos son los que desarrollan o deberían desarrollar las funciones específicas de actividad física y deporte y son los que están cualificados, según su formación inicial, para garantizar la realización adecuada de dichas funciones y como tal los beneficios propios de la actividad física y deporte, además de constituir el elemento determinante en la calidad de los servicios de actividad física y deporte que realiza la población (Campos Izquierdo, 2005, 2007; Campos Izquierdo, Pablos y Mestre, 2006a). Por lo que esta investigación tiene por objetivo conocer las preferencias profesionales de los estudiantes de séptimo, octavo y noveno semestre de la Licenciatura en Ciencias del Ejercicio de la FOD, UANL. Metodología: Se realizó un análisis transversal y descriptivo utilizando un cuestionario basado en otras investigaciones relacionadas, está estructurado en dos partes: datos socio-demográficos y preferencias profesionales; en este apartado se pidió a los alumnos que indicaran cuál era su primera opción (1) y su segunda opción (2), las opciones son las siguientes: Gestión Deportiva, Actividad Física y Salud, Docencia nivel básico, Docencia nivel media superior, Docencia nivel superior, Entrenamiento personalizado, Psicología deportiva, Entrenamiento de alto rendimiento, Animación – Recreación, Rehabilitación y/o Fisioterapeuta, Actividades de fitness y otras preferencias profesionales. La muestra fue de 110 estudiantes lo que equivale al 52.63% de los matriculados en los semestres mencionados,

Actas Científicas

en su mayoría hombres representados por el 65.5% y 34.5% mujeres, la edad oscila entre los 20 y 33 años, la media de edad fue de 21.80 años (DT=1.77547). Los resultados muestran que las preferencias profesionales que consideraron como primera opción con 29.1% fue Gestión Deportiva seguida de Entrenamiento de Alto Rendimiento 20.9% y Rehabilitación y/o Fisioterapeuta 12.7%. Como segunda opción Rehabilitación y/o Fisioterapeuta 20%, Entrenamiento de Alto Rendimiento 15.5% y la Gestión Deportiva 14.5%. Conclusión: Podemos observar que se repiten las mismas preferencias en ambas opciones, con diferente orden de prioridad, éstos resultados son similares a lo que opinan los empleadores de egresados de esta carrera (Foro de empleadores 2015), ayudarán en la toma de decisiones para la actualización del Plan de Estudio de la Licenciatura en Ciencias del Ejercicio de futuras generaciones para que estén más adaptados a los nuevos perfiles profesionales requeridos en el mercado laboral.

Referencias:

Campos Izquierdo, A. et al., Martínez del Castillo, J.; Mestre J. A. & Pablos, C. Los profesionales de la organización y gestión de actividad física y deporte en las instalaciones deportivas y entidades: características socio-demográficas y formativas. *Internacional Journal of Sport Science*, Madrid, n. 8, p. 25-38, 2007.

Campos Izquierdo, A. Situación profesional de las personas que trabajan en funciones de actividad física y deporte en la Comunidad Autónoma Valenciana (2005). Valencia: Universidad de Valencia, 2007a.

Gallardo Pérez, J., & Campos Izquierdo, A. (2011). Situación profesional de los recursos humanos de la actividad física y el deporte en el municipio de Coslada. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del deporte*, 11(43), 440-454.

Justiniano, M. D. (2006). La inserción laboral de los profesionales graduados en Ciencias de la Educación. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona.

Sáez, J., Sánchez, M., & Sánchez E. (2009) ¿Sociología de las profesiones en España? Entre la carencia y la necesidad de consolidación. *Revista de ciències de l'educació*, 1, 15-101.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN DEPORTE / CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN SPORT

Comunicaciones Orales / Oral communications

CSR Communication through Twitter: The Case of Community Trusts

Christos Anagnostopoulos
Molde University College
christos.anagnostopoulos@himolde.no

David Cook
Coventry University
(NOR)

Modern-day technology has been a key contributor to the ways in which people convey, perceive and receive all forms of information. Social media, particularly micro-blogging applications such as Twitter, has provided users with new ways to communicate with each other, and information is now exchanged between billions of people on a daily basis. The growing prominence of social media – not least in the context of sport organizations – has led to calls from sport business and management researchers for further research (Chadwick, 2012; Sanderson, 2011). Studies on social media, however, is particularly noticeable for a specific type of non-profit organization, namely charitable community foundations (or trusts). These organizations are now becoming the dominant delivery agents for the corporate social responsibility agendas of team sport organizations (Anagnostopoulos, Byers, & Shilbury, 2014; Walters & Chadwick, 2009). The purpose of this paper is to assess how community trusts in the English football industry are using the micro-blogging application of Twitter to communicate corporate social responsibility (CSR) programs. The research draws on stakeholder theory, and the conceptual framework developed by Lovejoy and Saxton (2012) who introduced three forms of communication: information, community and action. This is the first study to empirically show how Twitter is being utilized by this particular type of organizations to communicate CSR-related activities. Consistent with findings from other contexts, for CSFs, information remains the most frequently employed communication strategy, although notable differences in strategy were identified across core mission-related and non-mission-related (e.g., ‘parent’ club) themes. More detailed findings will be offered during the conference.

References:

Anagnostopoulos, C., Byers, T., & Shilbury, D. (2014). Corporate social responsibility in professional team sport organizations: towards a theory of decision-making. *European Sport Management Quarterly*, 14(3), pp. 259-281.



Chadwick, S. (2012) (Social) media comment: sport's next great frontier? Sport, Business and Management: An International Journal, 2(2), 90-91.

Lovejoy, K. & Saxton, G.D. (2012). Information, Community and Action: How Nonprofit Organisations Use Social Media. Journal of Computer-Mediated Communication, 17, pp.337-353.

Sanderson, J. (2011). To Tweet or not to Tweet: exploring Division 1 athletic departments' social-media policies. International Journal of Sport Communication, 4, pp. 492-515.

Walters, G. & Chadwick, S. (2009). Corporate citizenship in football: delivering strategic benefits through stakeholder engagement. Management Decision, 47(1), pp.51-66.

¿El atleta no estudia? La historia del éxito del Programa Educatleta

Ricardo Antonio Torrado de Carvalho
Movimento EducAtleta
prof.ricardoresponsabilidade@hotmail.com

Anaille Zicarelli
Sindicato de Atletas Profissionais de São Paulo
(BR)

El objetivo de este trabajo es presentar los desafíos y los primeros resultados del Programa Educativo para los atletas, en poder de la Unión de atletas profesionales de Sao Paulo y organizadas por el Movimiento Educatleta, micro empresa que provee servicios educativos para los atletas. Empezado en mayo de 2016, el Programa Educativo citado surge como una alternativa interesante para los atletas profesionales, con dificultades de tiempo y desplazamiento, que quieren obtener información y acceder a contenidos educativos para sus carreras. Las conferencias se llevaron a cabo y posteriormente organizan cursos libres gratuitos online sobre Educación Financiera, Coach Deportivo y Comunicación a más de 60 atletas inscritos, con el fin de brindar información y orientación de forma gratuita y accesible. Al final del primer módulo de los cursos, los participantes atletas mostraron 100% de satisfacción al formato semipresencial y contenido específico a sus realidades profesionales y sociales. Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta de satisfacción, el Programa Educativo para los atletas, en 2017, trabajará nuevos temas y contenido, con objetivo de orientación profesional en el campo de la gestión de proyectos deportivos y sociales.

Referencias:

Carvalho, R. (2015). ¿El atleta no estudia? La investigación de deserción de los estudiantes-atletas en la educación superior. Tesis de maestría no publicada, Universidad de la Ciudad de Sao Paulo, Sao Paulo, Brasil.

Zicarelli, A. (2010). El tercer sector y la transición de la carrera del atleta profesional. Monografía Especialización en Gestión de Proyectos Sociales publicados. Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Sao Paulo, Brasil.

Posters

Asociación de fútbol popular do Concelho de Espinho: su organización y gestión del deporte

Marco Paulo Silva Ferreira

Faculdade de Desporto da Universidade do Porto
marcoferreira.adm@gmail.com

Gustavo Paipe

Faculdade de Desporto da Universidade do Porto

Carla Isabel Paula Rocha Araujo

Faculdade de Desporto da Universidade do Porto

Rómulo González Garcia

Universitat València

Maria José Carvalho

Faculdade de Desporto da Universidade do Porto
(PT)

INTRODUCCIÓN: El movimiento asociativo en Portugal tiene sus raíces desde el siglo XIX y siempre ha estado vinculado a transformaciones políticas, sociales, culturales y económicas (Carvalho et al., 2012; Pires, 1996). Estas asociaciones han tenido un papel crucial en la organización de actividades de carácter social, como es el caso del deporte (Marivoet, 1998). En este sentido, nuestra investigación está centrada en la Asociación de Fútbol Popular do Concelho de Espinho (AFPCE), ciudad situada en la región litoral norte de Portugal. Esta organización tiene como finalidad la promoción y desarrollo de pruebas deportivas de fútbol amateur desde el año 1983. **OBJETIVO:** El presente estudio analiza y determina la gestión y actividades deportivas desarrolladas por la asociación entre 2012-2016. **METODOLOGÍA:** Para ello, fueron analizados documentos de ámbito legal (legislación portuguesa sobre el movimiento asociativo, sobre los dirigentes deportivos de régimen voluntario y los estatutos de la propia asociación) y documentos no legales (plan de actividades, informes financieros y planes de acción). Asimismo, fueron administradas entrevistas semiestructuradas validadas ((Bardin, 2014; Heinemann, 2003) a los Presidentes de Dirección, de la Asamblea General, del Consejo Fiscal y de Arbitraje de la AFPCE. Posteriormente, se realizó un análisis de contenido de los documentos y las transcripciones de las entrevistas. Para evitar una mala interpretación del proceso de codificación, este fue realizado por el investigador principal y otro secundario (Bardin, 2014). **RESULTADOS:** El análisis documental reveló que la AFPCE es una organización sin ánimo de lucro cuya afiliación consta de 27 clubes de 4 comarcas, siendo totalmente dependiente de financiación pública. Esta organiza y desarrolla campeonatos de fútbol 11 amateur masculino en categoría sénior, gracias a la participación y colaboración de 1.000 agentes deportivos. El análisis de las entrevistas reveló que la dirección es responsable de la gestión financiera, administrativa y de la organización de las pruebas deportivas de

Actas Científicas

1º y 2º división, así como la copa y supercopa de la ciudad de Espinho. Además, posee protocolos de cooperación para el uso de 5 complejos deportivos, donde se disputan los partidos. Se constata que los dirigentes deportivos de la asociación y los árbitros no poseen formación específica y desconocen gran parte de la legislación en vigor. **CONCLUSIONES:** La AFPCE cumple con los requisitos deportivos y financieros exigidos por la legislación para su correcto funcionamiento, siendo fundamental la búsqueda de otro tipo de capitales para que se vuelva más autónoma y acciones de formación específicas, dirigidas a los órganos directivos y demás agentes deportivos, así como la contratación de personal especializado en gerencia deportiva; (ii) A pesar de la falta de instalaciones deportivas, consigue organizar 3 competiciones oficiales de fútbol amateur masculinas, con un total de 350 partidos durante la temporada. **APLICACIÓN PRÁCTICA:** La presente investigación es pionera en analizar el fútbol amateur en la zona norte del país, obteniendo información relevante que permite a esta asociación mejorar la calidad de los servicios prestados, así como aumentar la eficiencia en su gestión.

Referencias:

Bardin, L. (2014). Análise de conteúdo (Reimpressão da Edição Revista e Atualizada de 2009 ed.). Lisboa: Edições 70.

Carvalho, M. J., Resende, C., Cirac, M., & Costa, J. (2012). Desporto, política e direito: Do passado e da atualidade. Enfoque nas autarquias locais. In J. Bento & J. Constantino (Eds.), Desporto e Municípios: Políticas, práticas e programas (pp. 39 – 71). Lisboa: Visão e Contextos, Edições e Representações.

Heinemann, K. (2003). Introducción a la metodología de la investigación empírica en las ciencias del deporte (Vol. 75). Schorndorf: Editorial Paidotribo.

Marivoet, S. (1998). Aspectos Sociológicos do Desporto. Livros Horizonte, Lisboa.
Pires, G. (1996). Desporto e política – Paradoxos e realidades. Imprensa Regional da Madeira: O Desporto.

Las garantías educativas de los clubes de entrenamiento de atletas en Brasil

Ricardo Antonio Torrado de Carvalho
Movimento EducAtleta
prof.ricardoresponsabilidade@hotmail.com

Anaille Zicarelli
Sindicato de Atletas Profissionais de São Paulo
(BR)

El objetivo de este estudio fue investigar la responsabilidad legal y social de los 33 clubes de formación de atletas en Brasil, con respecto a la asistencia educativa para sus jóvenes talentos deportivos, y cómo trabajan estas asociaciones deportivas en favor de la escolarización de sus atletas. Con este fin, se procedió a una reseña literaria de los materiales que tratan de las leyes nacionales que se centran en el acceso y la retención de jóvenes talentos deportivos en los bancos de la escuela, y a una entrevista semiestructurada con dos trabajadores sociales de las categorías básicas del fútbol sobre la importancia de la escuela en el proceso de formación y desarrollo de los atletas. Como resultado, se observó que las organizaciones deportivas investigadas cumplen con los requisitos legales, sin embargo, requieren una mayor participación de los padres con la asistencia a la escuela de sus atletas infantiles. También notado los diferentes modelos de garantías educativas a los atletas jóvenes, desde asociaciones con instituciones educativas hasta escuelas en las instalaciones del club. Se considera, en los resultados de búsqueda, que el proceso de formación educativa y la escuela son de fundamental importancia para la carrera del atleta, y en especial en el post-carrera, cuando las habilidades deportivas dan paso a las capacidades intelectuales y culturales.

Referencias:

Barreto, P. (2012). Aliviar la escuela por los atletas en formación alojadas en centros de entrenamiento en el fútbol: un estudio en la trinchera y en la ciudad del gallo. Tesis de maestría no publicada. Universidad Federal de Espírito Santo, Vitória, Brasil.

Balzano, O. (2012). La formación del jugador de fútbol y su relación con la escuela. Revista digital Deportes E. F., 17, 172. Consultado el 12 de agosto de 2016, de <http://www.efdeportes.com/efd172/a-fornacao-do-jogador-de-futebol.htm>

Calonio, C. (2015). La ley 12.395 y el entrenamiento de atletas en Brasil. En XI Luso Ciencias Sociales Afro brasileños. Obtenido el 17 de septiembre de 2016, de http://www.xiconlab.eventos.dype.com.br/resources/anais/3/1307102757_ARQUIVO_Artigo_Calonio_Luna_Conlab.pdf

Correia, C. (2014). Entre la profesionalización y la escolarización: diseño y campo de posibilidades en atletas jóvenes Colegio Vasco de Gama. Tesis de maestría no publicada, Facultad de Educación en el Centro de Filosofía y Ciencias Humanas de la Universidad Federal de Río de Janeiro, Río de Janeiro, Brasil.

Actas Científicas



SAO PAULO (Estado). La ley no. 13748 de 8 de octubre de 2009. Determina los clubes de fútbol para garantizar la inscripción en una institución educativa a los jugadores menores de dieciocho (18) años vinculados a ellos. Boletín Oficial del Estado de Sao Paulo, Sao Paulo, 18 de noviembre 2009. p.1.

GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD EN EL DEPORTE / MANAGING DIVERSITY

Comunicaciones Orales / Oral communications

Mujer y liderazgo en el deporte en Latinoamérica

Rosa Lopez de D'Amico
rlopezdedamico@yahoo.com
Universidad Pedagógica Experimental Libertador
(VEN)

Este trabajo presenta una revisión al estatus de la mujer en América Latina y su participación en roles de liderazgo deportivo. Desde la llegada de los colonizadores a esta parte del continente, las mujeres participaron activamente en las luchas por la sobrevivencia igualmente, posteriormente hay hechos históricos además que demuestran su participación en movimientos sociales asumiendo el liderazgo y movilización de las sociedades. En esta presentación además del contexto histórico como punto de partida, continuaremos con los roles en la industria del deporte que ha asumido la mujer, desde las posiciones públicas políticas hasta en las ONG deportivas. También se discute la visión global de la mujer y deporte en América Latina que la mayoría de las veces debido a variables como barrera del lenguaje, es poco conocida o citada en la literatura académica a nivel mundial.

Referencias:

No enviadas.

Las percepciones sobre sesgo de género en mujeres atletas de taekwondo: ¿gestión y com eso?

Alexandre Conttato Colagrai
UNINOVE São Paulo
alexandre.conttato@esportes.rc.sp.gov.br

Carlos José Martins
UNINOVE São Paulo

Paula Pizzirani Marola
UNINOVE São Paulo
(BRA)

Experimentamos un contexto rico para los cambios relacionados con la percepción del tiempo y el espacio. Viejos patrones de comportamiento se mezclan, en la época contemporánea, nuevas tecnologías y nuevas formas de relacionarse. El sesgo de género en el deporte es un viejo conocido de la mujer, así como el machismo estructural, pero la intersección de los prejuicios de género en el deporte y las nuevas tecnologías aún poco explorado por investigadores brasileños. La comprensión de las actividades relacionadas con las nuevas tecnologías. La comprensión de las actividades con las nuevas tecnologías como Internet y las redes sociales son producciones humanas tales como el impacto de la construcción de identidades, considere el caso cibernético, un fenómeno corriente que es a fondo, sobre todo en relación con el mantenimiento de la conducta intolerante en el caso de los prejuicios de género en el deporte. Por lo tanto, teniendo en cuenta el cyberbullying una forma de agresión virtual peculiar, va que no tiene límites de tiempo y espacio que tenga lugar, manteniendo la posibilidad de mantener el anonimato atacante, se investiga la posible presencia de cyberbullying en la vida de los atletas de Taekwondo femenino buscando incluso relacionarlo con una percepción de sesgo de género en general. Por lo tanto, llevamos a cabo entrevistas con los atletas del equipo de Taekwondo de las mujeres brasileñas. Los resultados muestran la percepción de los atletas de un sesgo de género estructural en el deporte lo que contrasta con la ausencia casi total de acoso cibernético en el habla de los atletas. Por lo tanto, buscamos entender aún más este tema en la perspectiva de los gestores deportivos que trabajan para sostener y apoyar el desarrollo de los atletas y el deporte, tanto en el macho y la parte hembra.

Palabras clave: Cybebulling, Género Bias, El Deporte.

Referencias:

Altmann, H. (2002) Exclusão nos esportes sob um enfoque de gênero. *Motus Corporis. Rio de Janeiro*, 9 (1), p. 9-20.

Altmann, H.& Martins, C. J. (2006) *A sexualidade na juventude como foco de investimento político-educacional*. Labrys. Estudos Feministas (Online), v. 1.



Castells, M. (1999) *A era da Informação: economia, sociedade e cultura*. O poder da Identidade. São Paulo: Paz e Terra. v. II.

Goellner, S.V. (2004) *Mulher e esporte no Brasil: fragmento de uma história generificada*. In: Simões, A.C. & Knijnik, J.D. *O mundo psicossocial da mulher no esporte: comportamento, gênero, desempenho*. São Paulo: Aleph, p.359-73.

Teixeira, R. A. (2015) *A mulher no futebol: o cyberbullying no contexto de gênero*. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Humano e Tecnologias) - UNESP - Rio Claro; Orientador: Carlos José Martins.

Posters

Características de los directivos de las principales organizaciones de gestión del paradesporto brasileño

Rafael Reis

Universidade Federal do Paraná
rafael_e_reis@hotmail.com

Jeferson Rojo

Universidade Federal do Paraná

Philippe Camargo

Universidade Federal do Paraná

Ana Paula Bonin

Universidade Federal do Paraná

Fernando Mezzadri

Universidade Federal do Paraná
(BR)

No es de hoy que la persona con discapacidad se enfrenta a muchos obstáculos en la búsqueda de su integración social. Aunque hay un mayor incentivo para el atleta paradesportivo actualmente. Todavía hoy en día hay una preocupación en el momento en que este atleta termina su carrera deportiva. La falta de preparación académica combinada con la dificultad de integración social limita la gama de oportunidades de empleo para estas personas, dejando sólo en muchos casos, su propia experiencia del deporte, todavía buscan en el deporte, la posibilidad de establecer profesionalmente. El objetivo de esta investigación es analizar el perfil de los gerentes de las principales entidades administrativas de los paradesports brasileños, por lo tanto, se realizó una encuesta de estos profesionales pertenecientes a entidades que administran las 22 modalidades que forman parte de los Juegos Paralímpicos y se distribuyen en 17 entidades. Hemos tenido el resultado que el 83% de los presidentes son personas sin discapacidad. Cuando analizamos los coordinadores de cada modo de sólo un profesional tiene una discapacidad. Concluimos, por tanto, que, si bien es una oportunidad interesante para la persona con discapacidad, los principales responsables de los paradesporto brasileños siguen siendo las personas sin discapacidad. Por lo tanto, son las nuevas normas necesarias para la formación y preparación para ex atletas pueden conseguir la oportunidad de prepararse para ser responsables de calidad después de terminar sus carreras en paradesporto.

Referencias:

ARAÚJO, Paulo Ferreira de. Desporto Adaptado no Brasil: origem, institucionalização e atualidade. 1997. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.



BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

MAZZEI, Leandro Carlos. BASTOS, Flávia da Cunha. Gestão do esporte no Brasil: desafios e perspectivas. Coordenação editorial: Alexandre F. Machado. – 1ª Ed. – São Paulo: Ícone, 2012.

MEZZADRI, Fernando Marinho. A Estrutura do Esporte Paranaense: da formação dos clubes a atual situação. 2000. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

REIS, Rafael Estevam. Políticas Públicas para o esporte paralímpico brasileiro. 2014. 121f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Programa de Pós-Graduação em Educação Física. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

LOS ASPECTOS LEGALES Y POLÍTICAS DE GOBIERNO EN EL DEPORTE / LEGAL, GOVERNANCE AND POLICY ISSUES

Comunicaciones Orales / Oral communications

Sistema legal deportes en el Estado de Bahia-Brasil: posibilidad y limitaciones

Núbia Furtuoso Barreto

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
jequiesau@hotmai.com

Temistocles Damasceno Silva

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

Darley Silva Andrade

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

Lucas Oliveira

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
(BRA)

El sistema jurídico de la política deportiva en Brasil se presenta como un fenómeno polisémico en varios proyectos de gobierno que se han implementado a partir de la Constitución Federal de 1988 (Bueno, 2008). En este contexto, el interés era más investigaciones sobre la legislación relacionada con el sector del deporte en el estado de Bahía, con el fin de conocer las posibilidades de esta disposición gubernamental en la materialización del proceso de la política deportiva en ese estado. Por lo tanto, se buscó analizar el marco legal del sector del deporte en el Estado de Bahía, Brasil. Se trata de una investigación documental, enfoque exploratorio y cualitativo (Hart y Bervian, 2009). Con este fin, se utiliza como un instrumento de recolección de datos, el análisis del contenido de Bardin (1977). Los datos fueron recolectados a través del acceso a los documentos publicados en la gaceta oficial, así, las instituciones vinculadas al Gobierno del Estado. El análisis llevado a cabo ahora, hay un intento de descentralizar la gestión deportiva en el estado a través del principio de la autonomía e independencia administrativa. Dicha legislación se reforzó a partir de la Ley Nº 37 de 14 de marzo de 1983, aprobada durante el gobierno de Antonio Carlos Magalhães, que estableció la creación de la Superintendencia del Estado de Bahia Deportes. Es de destacar que para el año 1983, las políticas públicas del deporte en el estado han sido expuestos por el pueblo de Bahía Olímpico, municipio creado en 1970, durante el gobierno de Luiz Viana Filho y vinculado al Departamento de Educación y Cultura, que tenía el departamento de educación física para fortalecer este tipo de acciones (Bahia, 1983). En esta lógica, era posible diagnosticar la ausencia de una planificación a largo plazo por parte de la administración pública estatal, así como la configuración de un sistema jurídico embrionario, que se puede configurar como política de Estado. Al mismo tiempo, la alternancia de los gestores públicos en la historia de la

Actas Científicas

política deportiva diluye la posibilidad de enraizamiento de ese proceso. Las prerrogativas vinculadas a la estructura financiera del fenómeno en cuestión indican una limitación en relación con autonomía presupuestaria, teniendo en cuenta que, a pesar de la existencia de algunos instrumentos de financiación de los recursos financieros, no es la letra de la ley, indicativo de establecimiento de un porcentaje mínimo del presupuesto del estado ligada al producto interno bruto, que se invertirá directa y exclusivamente al sector del deporte. La reciente creación del Consejo Estatal del Deporte y la Recreación presenta la posibilidad de un espacio permanente para la planificación y evaluación de las acciones, contando así con la posible participación directa de las organizaciones de la sociedad civil. Sin embargo, el sistema legal aún parece frágil, en relación con el proceso de materialización de las competencias de los agentes y estructuras para el sector.

Referencias:

Bardin, L. (1977). Análise de conteúdo. Lisboa: edições 70.

Bueno, L. (2008). Políticas Públicas do esporte no Brasil: razões para o predomínio do alto rendimento. Tese de Doutorado, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, Brasil.

Cervo, A. L., & Bervian, P. A. (2002). Metodologia científica. São Paulo: Prentice Hall.
Lei Delegada nº 37 de Março de 1983 (1983). Dispõe sobre a criação da Superintendência de Desportos do Estado da Bahia e da outras providências. Recuperado em 10 fevereiro, 2016, de <<http://governo-ba.jusbrasil.com.br/legislacao/70038/lei-delegada-37-83>>.

El Legado de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Río 2016 y la Política Pública de Deporte en Brasil

Raphael Brito Faustino
Faculdade Cásper Líbero
raphael.britof@gmail.com
(BRA)

Objetivo del resumen: La elección de la ciudad de Río de Janeiro como sede de los Juegos Olímpicos de 2016 puede considerarse un hito de las políticas públicas del deporte en Brasil. La recepción de un evento de tal magnitud ha puesto en evidencia la necesidad de una política pública de más consistencia. En este sentido, una parte importante de la discusión sobre el legado de los Juegos Olímpicos de 2016 se ha centrado en la expansión del deporte en el país y directamente relacionado con la política pública. El Comité Olímpico Internacional (COI) tiene que dar un gran énfasis en el legado dejado por el evento a la ciudad que es elegida para alojarlo. De acuerdo con la COI (2013), el legado deportivo de los Juegos Olímpicos es considerado una de las áreas prioritarias y puede estar vinculado a una mejor calidad de vida y el aumento de la práctica deportiva. Este estudio tiene por objetivo analizar el legado de los Juegos Rio 2016, especialmente en las políticas públicas de deportes y evaluar las acciones llevadas a cabo durante el proceso de preparación de los Juegos y la necesidad de nuevas medidas con el fin de garantizar un legado en los deportes. Metodología: La ciudad de Río de Janeiro, junto con el Comité Organizador de los Juegos Rio 2016 (COJO), presentó un conjunto de documentos oficiales que se ocupa específicamente con el legado olímpico. Para este trabajo se analizará el libro de legado social (COJO, 2009), que contiene las propuestas de políticas públicas de deporte. Del documento oficial que propone el legado de los Juegos Olímpicos en los deportes, buscamos identificar si se ha producido algún cambio en el modelo de la intervención del Estado en las políticas públicas en el área, con el fin de verificar un posible legado de los Juegos Olímpicos. Resultados y discusión: Una parte significativa de los gastos con los Juegos Rio 2016 se utilizó para la construcción de instalaciones deportivas, que, una vez finalizado el evento, sirven como centro de entrenamiento para los atletas de alto rendimiento en el país. Este hecho indica un posible legado positivo para el deporte de alto rendimiento en el país (FAUSTINO y PRONI, 2016). La propuesta de legado deportivo también incluyó un aumento significativo de los dos principales programas del Ministerio de Deportes: El programa “Segundo Tempo”, relacionado con el deporte educativo y el programa “Esporte e Lazer na Cidade”, vinculado a práctica deportiva. Sin embargo, los Juegos de 2016 no han sido capaces de promover avances en estas políticas y, hasta la celebración de los Juegos Olímpicos, no fue posible identificar mejoras relevantes en estos programas. Conclusiones: Hasta la fecha, Río 2016 presentó resultados por debajo de las expectativas en el legado deportivo, un hecho que parece indicar una prevalencia de las inversiones en el deporte de alto rendimiento, con el fin de lograr mejores resultados en este ciclo olímpico a costa de las inversiones en otras dimensiones de este deporte y sus políticas públicas.

Referencias:

Comitê Olímpico Internacional (COI). Olympic Legacy. Lausanne / Switzerland. March/2013.

Actas Científicas



Comitê Organizador dos Jogos Rio 2016 (COJO). Cadernos de Legado Social e Urbano e Ambiental dos Jogos Rio 2016. Rio de Janeiro. 2009

Faustino, R. B.; Proni, M. W. Economic and Sporting Legacy of Olympics 2016. International Council of Sport Science and Physical Education, v. 70, p. 22-29, 2016.

Los límites de la estructura administrativa-política-deportiva para la promoción y desarrollo del deporte de rendimiento en Brasil

Ana Paula Cabral Bonin Maoski
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
bonin.anapaula@gmail.com

Fernando Marinho Mezzadri
Universidade Federal do Paraná
(BRA)

Al tratar de comprender el rendimiento deportivo como miembro del contexto cultural-social brasileño, y que se destacan algunos puntos que permiten ver este deporte como el protagonista de diversos programas, proyectos y acciones en diferentes esferas de gobierno y que exigieron, en los últimos años, miles de millones de reales del estado brasileño (Brasil, 2016, para 8). Sin embargo, aunque esta dimensión deportiva predomina en el contexto brasileño, los objetivos establecidos por los organismos responsables de la participación brasileña en Río 2016 con respecto al número de medallas no se han logrado los. En este sentido, este trabajo pretende describir los límites de la estructura administrativa, política y deportiva para el desarrollo y promoción del deporte de rendimiento en Brasil en un intento de entender el proceso conflictivo de la gestión de la dimensión deportiva. En cuanto a la metodología, se trata de una investigación cualitativa que se centra en la comprensión del federalismo brasileño y sus particularidades (Abrucio, 2005, p.06; Souza, 2005, p.10); así como en la investigación documental relacionada con aparatos legales e institucionales diseñados para comprender: (1) la estructura y organización para el deporte de rendimiento; (2) acciones para el deporte de rendimiento; y (3) Sistema Nacional del Deporte. También con respecto a los procedimientos metodológicos se llevaron a cabo entrevistas con los directores deportivos de los diferentes niveles de gobierno a fin de comprender la estructura de gestión presentes en cada esfera. Los resultados apuntan a cinco principales límites de la estructura administrativa, política y deportes: 1) la falta de asignación de responsabilidad de cada institución que promueve y / o desarrollar el deporte de rendimiento en el país; 2) la autonomía de las estancias subnacionales; 3) la necesidad de financiación estatal para el desarrollo y promoción de rendimiento deportivo en el sector público y privado; 4) la falta de consolidación de una política nacional que guía las acciones y la consolidación de un sistema deportivo nacional; y 5) la consecución de legitimidad deportiva a través de la comprensión del deporte como una política de Estado. Se observa, por tanto, que uno de los grandes problemas del deporte brasileño es la ausencia de mecanismos que guían concretamente la política deportiva. La falta de articulación entre los organismos gubernamentales se debe a la vaguedad de su papel en el desarrollo del deporte. Se señala como posible solución la existencia de un Sistema Nacional de Deporte impulsado por una Política Nacional de Deportes que se desarrolla de forma coordinada en todo el Brasil también ve a reanudar la discusión sobre la financiación de la dimensión deportiva y el papel el Estado en la promoción y desarrollo del deporte de rendimiento (Godoy, 2013, p.99). Por último, se concluye que se mantiene actual la necesidad de la visualización de los deportes cómo la política del Estado.

Actas Científicas



Referencias:

Abrucio, F.L (2005). A coordenação federativa no Brasil: a experiência do período FHC e os desafios do governo Lula. Revista Sociologia e Política, 24, 41-67.

Brasil. Plano Brasil Medalhas: o Brasil entre os melhores do Mundo em 2016. Brasil 2016 Incentivo ao Esporte. Disponível em: <<http://www.brasil2016.gov.br/pt-br/incentivo-ao-esporte/plano-brasil-medalhas>>. Acesso em: 03 fev. 2016.

Godoy, L (2013). O Sistema Nacional de Esporte no Brasil: revelações e possíveis delineamentos. Tese (Doutorado em Educação Física) – Departamento de Educação Física, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

Souza, C (2005). Federalismo, desenho constitucional e instituições federativas no Brasil pós-1988. Rev. Sociol. Polít., Curitiba, 24, 105-121.

La gestión deportiva y educativa: el complemento curricular como una política pública de educación en el estado de Paraná, Brasil

Eduard Angelo Bendrath
Universidade Estadual de Maringá
bendrath@gmail.com

Andréia Paula Basei
Universidade Estadual de Maringá
(BRA)

La ampliación de la jornada escolar es visto como política educativa en Brasil en la prerrogativa de la mejora del acceso y la calidad de la educación tal como se establece en la Ley de Directrices y Bases de Educación Nacional (Brasil, 1996). Por tanto, el desarrollo de políticas que estimulen la creación de proyectos deportivos en las escuelas llamado actividad de complemento curricular para los gobiernos se ha convertido en la principal herramienta para la implementación y consolidación de una escuela de tiempo integral. Así, el objetivo de este estudio fue verificar la política educativa de actividad de complemento curricular en el estado de Paraná, Brasil, en los indicadores del área de deporte y recreación: 1) la cantidad de proyectos; 2) la cuota de matrícula, y 3) representatividad. Por tanto, la muestra se compone de 372 escuelas públicas en ciudades del interior del estado con una población mayor o igual a 100.000 habitantes. La información se obtuvo a través de la base de datos oficial del Ministerio de Educación y analizados con base en estadística descriptiva. Desde esta perspectiva, entendemos que la administración educativa y gestión deportiva debe ser desarrollado a partir de políticas que satisfagan las demandas de la sociedad y estén alineados con los objetivos comunes. Según la declaración de Berlín (Unesco, 2013), la política de la educación física y el deporte orientado a los resultados se refiere a todas las partes interesadas, incluyendo a los organismos nacionales encargados de la educación, el deporte, la juventud y la salud; las organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales. En el estado de Paraná, el deporte como actividad complementar se encuentra en la administración del Secretaria de Educación del Estado dentro de la perspectiva del deporte de educación. Según Manuel Sergio (2003) el deporte de educación tiene un papel importante cuando se trata de renovación y transformación, ya que el mismo va a ser una actividad voluntaria y promotora de valores. En la comprensión de un proceso de ampliación de lo tiempo escolar con vistas a la implementación de una educación integral, los datos de investigaciones mostraron que las nueve áreas existen en la política educativa, y el área de actividades deportivas y de recreación figura como el más destacado en cuanto a número de proyectos y cuota de matrícula en las ciudades analizadas. Los resultados indican que cinco proyectos concentran el 40,5% de las acciones previstas. Entre los proyectos ejecutados aproximadamente 1/3 están atados al macro campo deporte y recreación (35,4%). En este macro campo 64,9% de las acciones se concentran en 5 proyectos, apuntando a una tendencia a uniformar las acciones y la prevalencia del deporte en detrimento de otras actividades de recreación. Así según la Unesco (2015), el papel del gerente pasa a ser fundamental para el desarrollo de una política pública donde la importancia de la comprensión de la relación del deporte y de la educación figura como requisito previo para el acceso a una educación de calidad desde una dimensión educativa.



Referencias:

Brasil. (1996). Lei Nº 9394/1996. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Sérgio, M. (2003). Algumas teses sobre o desporto. Lisboa: Compendium.

Unesco. (2015). Diretrizes em Educação Física de Qualidade (EFQ) para gestores de políticas. Brasília, 86p.

Unesco. (2013). Declaration of Berlin: MINEPS V, Berlin, Germany, May 28-30. Paris.

Análisis de proyectos deportivos implementados en el Estado de Bahia, Brasil

Neidiana Braga da Silva Souza
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
tom@uesb.edu.br

Temistocles Damasceno Silva
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

Silvia Almeida Lima
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
(BRA)

La implementación de políticas públicas parte de una toma de decisiones que participan organismos públicos y otros actores de la sociedad, responsable del desarrollo de proyectos, programas y planes que efectivaran la política implementada esta manera, dichos términos designan formas de intervención social que difieren en alcance y duración. En este contexto, el Estado puede ser considerado como un conjunto de instituciones estables que permiten la acción de un gobierno en particular. Las políticas públicas se perciben aquí como las acciones del Estado, y dicha entidad tendrían el papel de la implementación de un proyecto del gobierno, a través de programas, acciones dirigidas a sectores específicos de la sociedad (Holfing, 2001). Por lo tanto, la investigación tuvo como objetivo analizar los programas implementados y los proyectos deportivos en el territorio del este de Cuentas – Bahia, en relación con el período de 2010 a 2013. Como procedimiento metodológico, este estudio se caracterizó como una investigación documental, exploratoria y el enfoque cualitativo. En cuanto a la recogida de datos, se utilizó documentos de los municipios dieciséis que conforman el territorio, tales como la ley orgánica; informes de resumen del plan y plurianuales sobre la ejecución del presupuesto. Además, se recogió información sobre los blogs y sitios de noticias que cubren el tema en cuestión. Con respecto al proceso de análisis y discusión de los datos, se utilizó el análisis de contenido de Bardin (1977), así como estudios de Ivanete Boschetti (2009) sobre el análisis de los proyectos sociales. Por lo tanto, se observó que la naturaleza de los programas de deportes que se han materializado, que se caracteriza como una política de emergencia. Al mismo tiempo, no se diagnostica una cobertura significativa de las acciones de los deportes, lo que refuerza el carácter focalista de la política deportiva implementado en el territorio. Por último, se cree que la creación del Sistema Territorial del Deporte y la Recreación se presenta como una alternativa posible organización de la industria del deporte como política de Estado.

Referencias:

Bardin, L. (1977). Análise de conteúdo. Lisboa: edições 70.

BOSCHETTI, I. (2009) Avaliação de políticas, programas e projetos sociais. In: Serviço Social: direitos sociais e competências profissionais. São Paulo, SP.

HOFLING, E. de M. (2001). Estado e políticas (públicas) sociais. Cad. CEDES [online].

Deportes financiación: análisis de los acuerdos firmados en municipios del Estado de São Paulo

Marco Aurélio Gonçalves Nóbrega dos Santos
Faculdade Estácio de Sá – FAESO – Ourinhos (SP)
marcoarelio67@hotmail.com

Marcelo Pereira Lima
Faculdade Estácio de Sá – FAESO – Ourinhos (SP)
(BRA)

Organizaciones deportivas públicas para desarrollar los deportes y las políticas de ocio son las entidades, unidades administrativas, empresas, organismos o empresas creadas por el gobierno y que difieren de acuerdo a la función que se desarrollan en el territorio (Roche, 2002). Por lo tanto, el Estado debe ser el primer agente para promover el desarrollo y la implementación de políticas deportivas, delegando poderes a los responsables de la gestión del deporte en los municipios con los poderes públicos y la sociedad (Correia, 2008). Actualmente el Estado de Sao Paulo, la Secretaría de Deportes, Ocio y Juventud, se encarga de organizar la carpeta de deporte, ocio, es decir, el cuerpo más alto a nivel estatal encargada de promover y dirigir las acciones relacionadas con la política pública deportes y ocio. Su presupuesto fue de R\$ 255.247.118,00 para el 2015 y R\$ 207.884.753,00 en 2016, lo que representa 0,012% y 0,010% del presupuesto (Sao Paulo, 2015). Sin embargo, algunas de estas acciones deben ser a través del establecimiento de acuerdos entre la Secretaría y los municipios como el establecimiento de Decreto 52479 del 14/12/2007 con el objetivo del seguimiento y la gestión de los acuerdos que se utilizará (Sao Paulo, 2007). El objetivo de nuestro estudio fue verificar el período comprendido entre 01/01/2010 hasta 12/10/2015 los acuerdos firmados de la Secretaría de Deportes, Ocio y Juventud y que entró en los municipios de la microrregión Ourinhos, un total de 13. Como método utiliza el enfoque cualitativo, a través del análisis de documentos con acceso a los documentos a través de los sitios web de los organismos gubernamentales responsables. Identificamos que se introdujeron en el estado 919 en un total de R\$ 72,611,310,57 (setenta y dos millones seiscientos once mil trescientos diez reales y cincuenta y siete centavos) y los municipios investigados se firmaron 12 acuerdos por un total de R \$ 1.431 .000,00 (un millón cuatrocientos treinta y un mil reales), que representan el 0,013% y el 0,019% de todos los contratos que haya suscrito en el Estado. Los convenios establecen solamente 07 de los 13 municipios encuestados se contemplaron 09 y estos fueron para la construcción, renovación y ampliación de instalaciones deportivas y de ocio y 03 para los programas, proyectos y eventos teniendo en cuenta el período analizado. Así, podemos ver que a pesar de que se han incluido, está a la altura de una realidad que creemos que son las necesidades contradictorias de estos municipios. Pero a menudo hay claramente un diálogo de la federación con los municipios en la definición de las responsabilidades de los municipios en materia de deporte y el ocio. Limitaciones procedimientos y procesos técnicos que se ejecutan en los aspectos políticos, burocráticos y de formación de la planificación, gestión, formación y fundamentalmente, un escenario que consiste en municipios de la región económicamente con recursos financieros limitados, el deporte no se convierta en inversiones prioritarias y políticas públicas. Por lo que corresponde al estado y municipios una mejor

Actas Científicas

y más cerca de comprender mejor la realidad de las necesidades inherentes a la sociedad en relación con el deporte, la evaluación de las políticas ya existentes y para ser implementado y así definir mejor las líneas de guía para promover y fomentar el desarrollo del deporte de una manera integrada y eficiente.

Palabras clave: gestión de clubes deportivos, las políticas públicas, de financiación del deporte.

Referencias:

CORREIA, M.M. (2008). Projetos sociais em Educação Física, Esporte e Lazer: reflexões e considerações para uma gestão socialmente comprometida. Revista Eletrônica da Escola de Educação Física e Desporto – UFRJ, Rio de Janeiro, volume 4, número 1, janeiro/junho.

ROCHE, F. P. (2002). Gestão Esportiva – Planejamento estratégico nas organizações desportivas. 2. ed. (Tradução: Pedro Fossati Fritsch) Porto Alegre: Artmed.

SÃO PAULO (2007). Decreto 52.479 de 14/12/2007. Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. Institui o Sistema Integrado de Convênios do Estado de São Paulo, objetivando o acompanhamento e gestão de convênios; cria o Certificado de Regularidade do Município para celebrar Convênios - CRMC, a ser utilizado no âmbito da Administração direta e autárquica. Disponível em: < <http://www.al.sp.gov.br/norma/?id=74847>> Acesso em 13/08/2015.

_____. (2011). Decreto 56.637 de 01/01/2011. Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. Organiza a Secretaria de Esporte, Lazer e Juventude e dá providências correlatas. Disponível em: < <http://www.al.sp.gov.br/norma/?id=160804>>. Acesso em 13/08/2015.

_____. (2015). Governo do Estado de São Paulo. Secretaria de Planejamento e Gestão. Disponível em: <<http://www.planejamento.sp.gov.br>>. Acesso em 23/09/2015.

Creación de la Secretaría del Deporte de Arapongas-PR (Brasil): un informe a partir del análisis de las políticas públicas

Ricardo Gonçalves
UNIFIL
ricardo.arapongas@hotmail.com

Ricardo João Sonoda-Nunes
Universidade Federal do Paraná
(BRA)

El deporte se ha convertido en objeto de estudios en diversos campos, siendo reconocido como uno de los fenómenos socioculturales de la actualidad. En este sentido, vemos el movimiento político en diversos ámbitos, permitiendo que el deporte una gestión más autónoma y visibilidad, tales como la creación en Brasil del Ministerio del Deportes del país, la Secretaria de Estado para el Deporte y Turismo del Paraná (sur de Brasil) y la Secretaría de Deportes de Arapongas (ciudad en el norte del Paraná). Este último es el objeto de nuestro estudio, que tiene como objetivo identificar como se establecieron las relaciones políticas para la aplicación de esta Secretaría por la Ley Nº 4.181/13, de 11 de diciembre, que establece el organismo en la estructura de la ciudad de Arapongas, desvinculando-a de la Secretaría de Educación. Esta acción puede tener varias dimensiones y orientaciones política y de gestión. Así que vamos a utilizar los estudios de Frey (1999) sobre *"policy analysis"*. Esta referencia fue diseminada en Alemania y utilizada por Frey para el análisis de las políticas públicas de Brasil, cuya la dimensión material *"policy"* se refiere a los contenidos concretos. Es decir, la configuración de los programas políticos, problemas técnicos y el contenido material de las decisiones políticas. En la dimensión procesual *"politics"*, se tiene en vista el proceso político, que en general es conflictivo, con respecto a la imposición de objetivos, contenidos y decisiones de distribución. La dimensión institucional *"polity"* se refiere al orden del sistema político esbozado por el sistema jurídico y la estructura institucional del sistema político-administrativo (Frey, 1999). La metodología utilizada en este estudio fue la revisión de literatura. Sobre los resultados, se pudo observar la transición de las relaciones políticas dentro del campo de deportes en la ciudad de Arapongas. Y mismo que la investigación no se ha completado, podemos ver que la dirección del fenómeno no depende necesariamente de las necesidades de la sociedad, pero de los conflictos existentes y otras relaciones, tal vez ocultos entre los poderes políticos. Sobre las consideraciones finales, no se puede saber cuánto tiempo la Secretaría del Deporte estará en evidencia en la ciudad, ya que como se destaca Frey, la ruptura política puede suceder en un corto período de tiempo, lo que resulta en la no consolidación de la Secretaría. Pero, por el momento es posible afirmar que los poderes ejecutivo y legislativo proporcionan una autonomía política y administrativa a esta Secretaría. Todavía, "dirigen" el camino que el deporte debe seguir en el municipio.

Referencias:

ARAPONGAS-PR. Decreto-lei n. 1.273, de 13 de dezembro de 2013. Diretoria Executiva, Prefeitura Municipal de Arapongas-Pr.



CASTELLANI FILHO, L., Gestão Pública e Política de lazer: a formação de agentes sociais. Campinas-SP: Autores Associados, 2007.

FREY, K., Análise de Políticas Públicas: Algumas reflexões conceituais e suas implicações para a situação brasileira. Cadernos de Pesquisa nº 18. Universidade Federal de Santa Catarina, 1999.

SOUZA, Naici V. Exortação a Arapongas, Arapongas-PR: Aleluia, 2002.

STAREPRAVO. F. A. Políticas públicas de esporte e lazer no Brasil: aproximações, intersecções, rupturas e distanciamentos entre os subcampos político/burocrático e científico/acadêmico. Tese (Doutorado) – Curso de Educação Física, Departamento de Educação Física, UFPR, Curitiba, 2011.

EL DEPORTE Y EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES / SPORT AND SOCIAL MEDIA MARKETING

Comunicaciones Orales / Oral communications

The German Football Association marketing strategy for the 2014 World Cup

Luís Cabral
Sports Manager 101
sportsmanager101@gmail.com
(BRA)

Introduction: The FIFA World Cup in Brazil was planned and won by Germany, on and off the field, from marketing actions. According to Serafim and Valente (2006), the sport is no longer a form of leisure and entertainment, evolving into new forms of financial funding, which requires planning and management. Thus, we agree with Mullin, Hardy and Sutton (2004), to argue that a sporting event is characterized as a sports product. This study analyzes the results of the strategic planning of the German Football Association, and led his team to win the Brazilian fans during the World Cup, displaying results by analyzing a questionnaire using a qualitative approach. Case description: The presentation has the objective to disseminate how the DFB (Deutscher Football Bund or in English: German Football Association), proceeds after the fiasco in the 2000 European Championship, planned in association with the government to take the German football back to the favorite status in international competitions. Will show how and the results of the investment of a billion dollars in public gyms and training centers to teach football to 25,000 children and teenagers from 9 to 17 years old, where one thousand professionals developed their talents near their homes. The presenter will look at why DFB decided to build its own training center in Santa Cruz Cabrália, in southern Bahia, a historical site, and why designed a uniform very similar to the team with the most fans in Brazil. According to Leoncini and Silva (2005), sports strategic implementation is aimed at the market back to the fans. Also, the presenter will demonstrate how much the media tools such as Twitter, YouTube and Facebook influenced after athletes published photos and videos extolling Brazil and the Brazilians. Methodology: A questionnaire was applied to illustrate the work and establish the level of influence exercised by the marketing actions of the German Football Association, among people before, during and after the World Cup in Brazil. To collect data, we used the semi-structured interview tool, which is a technique based on qualitative analysis from goals and assumptions (Boyce & Neale, 2006). random people were interviewed from different layers of society, of different ages and gender. The questions were asked to give subsidies to research and provide data for interpretation. Results: The long-term planning, as described here, emphasizes the need for a management committed to the methodology and project success. We saw the improvements on the field, professionals well trained to perform the calculated strategies. The German actions was not by chance. It was the result of market studies, taking

Actas Científicas

into account a MIX of advertising, sales promotion, public relations, personal selling and marketing.

References:

BOYCE, NEALE. A Guide for Designing and Conducing In-Depth Interviews for Evaluation Input, Conducing In-Depth Interviews, Watertown, 2006.

LEONCINI M. P; SILVA, M. T. Entendendo o Futebol como um Negócio: Um Estudo Exploratório. Gestão e Produção, vol. 12. São Carlos, 2005.

MULLIN, Bernard; HARDY, Stephen; SUTTON, William. Marketing Esportivo, Ed. Bookmann, São Paulo, 2004.

SERAFIM, Maurício; VALENTE, Rafael. Gestão esportiva: Novos rumos para o futebol brasileiro. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v. 46, n. 3, p. 131-136, jul./set. 2006.

A conceptual framework for understanding experiential marketing through social networking sites in football context

Thiago Santos
Faculdade de Motricidade Humana
thiagosantos@fmh.ulisboa.pt

Abel Correia
Faculdade de Motricidade Humana

Gisele Schwartz
Universidade Estadual de São Paulo-UNESP
(BRA)

There is a growing interest in the marketing strategies to develop consumers' positive experiences through social networking sites (SNS) (Shobeiri, Mazaheri, & Laroche, 2014). Nevertheless, despite the concept of experiential marketing is well rooted in the literature, little has been studied about this concept in the online sport scenario. Based on interdisciplinary literature this study proposes a conceptual framework for understanding experiential marketing through SNS in football context. The development of strategies able to impact on consumer feelings, capture the attention and induce a positive experience represents a differential that should be explored in sports marketing context. From a marketing perspective, positive experience emerges as an outcome that something extremely significant and unforgettable for the consumer immersed into the experience (Chavanat & Bodet, 2014). Gentile, Spiller, and Noci (2007) consider that this experience is strictly personal and implies the customer's involvement at different levels (rational, emotional, sensorial, physical, and spiritual). In line with this idea, numerous perspectives were opened with the advent of SNS and that has impact on consumer experience. From the sport organizations' perspective, the SNS sophistication tends to favor the sport consumers interaction, and could lead to increase levels of positive experiences with organizations (Carlson & O'Cass, 2012). Therefore, increase the comprehension of how to involve the experiential marketing strategies through SNS applied to sport represent a way to contribute for more effective strategies in marketing context. With based on Luo, Chen, Ching and Liu, 2011 and Shobeiri et al. (2014), we propose the following components of experiential marketing through SNS in football context: playfulness (i.e., enjoyment of being engaged in pleasure activities through SNS), esthetics (i.e., perceptions about elements of visual appeal and entertainment through SNS), service excellence (i.e., the level to which a firm could serve as an ideal standard for quality through SNS), consumer ROI (i.e., the active investment of financial, temporal, behavioral and psychological resources that potentially yield a return through experience with organization online), community relationship (i.e., perceptions about the connections experiences between members of community, that have a common interest through SNS) and finally, interaction (i.e., interaction features of a SNS that aid to potentiate the consumers' experiences through SNS). It is expected that football fans' positive experiences in online context lead to repeated experiences with organizations and increased purchase of merchandise or services. However, it seems reasonable to expect that negative evaluations of these experiences could lead fans' to decrease their intentions to repeat experiences, as well as to reduce

Actas Científicas

the intentions to purchase merchandise. Despite the fact that several studies encourage organizations to prioritize positive experiences via SNS, there is still a lack of theory applied to football teams. Thus, the development of a conceptual framework including the components of experiential marketing through SNS represents an important asset to aid managers on planning their online marketing strategies. This conceptual framework represents an initial step for understanding how to measure experiential marketing through SNS in football context, and provides important clues for future empirical research.

References:

Carlson, J., & O'Cass, A. (2012). Optimizing the online channel in professional sport to create trusting and loyal consumers: The role of the professional sports team brand and service quality. *Journal of Sport Management*, 26(6), 463-478.

Chanavat, N., & Bodet, G. (2014) Experiential marketing in sport spectatorship services: A customer perspective. *European Sport Management Quarterly* (14) 4, (323–344).

Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25 (395–410).

Luo, M. M., Chen, J. S., Ching, R. K., & Liu, C. C. (2011). An examination of the effects of virtual experiential marketing on online customer intentions and loyalty. *The Service Industries Journal*, 31(13), 2163-2191.

Shobeiri, S., Mazaheri, E., & Laroche, M. (2014). Improving customer website involvement through experiential marketing. *The Service Industries Journal*, 34(11), 885-900.

LA INDUSTRIA DE LOS BIENES DEPORTIVOS / THE SPORTING GOODS INDUSTRY

Comunicaciones Orales / Oral communications

Global and Local in the Audience Profile of the Sport Pay TV Channels in Brazil

Ary José Rocco Júnior

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
aryrocco@usp.br

Pedro Lucas Leite Parolini

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

Eduardo de Oliveira Cruz Carlassara

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
(BRA)

Introduction and Objectives: The pay-TV market, in the sport segment, is growing every year. Several major international media groups already seen in the Brazilian Market, some investment opportunities. Brazil had, in 2015, 9 pay channels specialized in sport. The study of news, in a particular way, and programming, more broadly, is one of the ways for the analysis of economic and ideological motivations at work in this particular television segment. Our theoretical framework for this study was the concept of news value (Traquina, 2005; Charadeau, 2009). According to research conducted in seven different Latin American markets and published in early 2015 by IBOPE Media Network, only in Brazil and Chile the television stations by signing leaders in the sport segment belong to the local media groups, in these cases, respectively SporTV belonging to Globosat, a company of Globo Group and Canal del Fútbol, controlled by the Asociación Nacional de Fútbol Profesional de Chile (ANFP), which organizes the country's main soccer competition. In the other five surveyed markets (Argentina, Colombia, Peru, Central America and Mexico), specialized broadcasters in sports industry leaders in the paid system, belonged to large international media groups (Fox Sports – Argentina, Latin America and Mexico – ESPN + – Mexico – and Magic Cable Deportes – Peru). The objective of this work was to raise and analyze the reasons that SporTV (linked to a local company) is, in sports segment, the most watched sport channel in Brazil in 2015. Why did the audience prefer SporTV in detriment of other players in this market, belonging to international media conglomerates? It was our intention also to raise the audience's preferences with regard to programming and products offered by specialized cable channels in sport in Brazil. Methods: This research was qualitative, classified as an explanatory and descriptive research. The sample size was defined based on the methodology proposed by Anderson, Sweeney & Williams (2013). For a population of unknown size and the 95% confidence level, it was decided that the sample should reach the minimum number of 245 respondents. Based on this, 264 questionnaires were applied to university students in five regions of São Paulo (East Zone, West,

Actas Científicas

Central, South and East). The questionnaires took place between 01 and 20 September 2015. Results and Discussion: Depending on the results we can say that the SporTV, a Brazilian company, is actually the channel specialized in sports leader (50.76%) in its segment. The variety of sports that make up the channel's programming schedule and its product menu composed of Brazilian competitions are key factors for the leadership of SporTV in this segment. ESPN, second place (30.30%), on the other hand, has grounded products in North American sports and major soccer leagues in Europe. In short, SporTV, a Brazilian company, offers a variety of products, number of programs and sports and Brazilian competitions, closer to the Brazilian consumer. Already ESPN, global broadcaster, offers less variety of programs and international products, closer to individuals who see themselves globalized.

References:

Anderson, D. R.; Sweeney D. J.; Williams, T. A. (2013). Quantitative Methods for Business, 12th Edition Hardcover, New York: Cengage Learning.

Charadeau, P. (2009). Discurso das Mídias. São Paulo: Editora Contexto.

IBOPE. (2015). Ibope Media Network – Latin American Report, Brasil.

Traquina, N. (2005). Teorias do Jornalismo. Vol. II. A tribo jornalística- uma comunidade interpretativa transaccional. Florianópolis: Insular.

Propiedad intelectual en el deporte: innovación para el desarrollo deportivo

Dario Jose Espinal Ruiz

Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte

dariojosepin@gmail.com

(COL)

Este documento tiene como propósito abordar la propiedad intelectual como una oportunidad para el desarrollo deportivo, mediante una revisión de la literatura se buscó describir las relaciones entre la propiedad intelectual y la gestión de la innovación como los factores clave en la generación de valor para el desarrollo deportivo. La propiedad intelectual debe considerarse como una oportunidad para contribuir al desarrollo deportivo, el cumplimiento de los ordenamientos legales, el gestionar los riesgos, la creación de valor por medio de la innovación, la inversión y el conocimiento son los ejes sobre los cuales se debe orientar el desarrollo deportivo con responsabilidad social (Daher, 2011). La propiedad intelectual en el contexto del deporte tiene una amplia aplicación, las patentes fomentan los avances tecnológicos que a su vez tienen como resultado mejores equipos, materiales e innovaciones, las marcas y los diseños confieren una identidad distintiva a los eventos deportivos, equipos, deportistas y ropa deportiva, los derechos conexos al derecho de autor permiten generar los ingresos necesarios para que los medios de comunicación inviertan en la difusión de eventos deportivos, los derechos de propiedad intelectual son objeto de acuerdos de comercialización y concesión de licencias que a su vez generan ingresos que fomentan la industria del deporte (OMPI, 2012). El régimen tecnológico del deporte se caracteriza por la innovación en los productos, la explotación de las economías de escala, la creación simbólica de valor a través del diseño y las marcas, así como las estrategias comerciales de explotación de la hazaña deportiva a través del patrocinio de atletas, equipos y eventos, además de la gestión efectiva de cadenas de abasto y suministro para el movimiento global de insumos y mercancías (Bambauer, 2005). El alto valor comercial de las marcas y de las licencias que poseen las organizaciones deportivas han exigido la prevención de la explotación por parte de terceros, por lo tanto, los derechos de transmisión, las patentes, el licenciamiento y el merchandising, el patrocinio, las marcas registradas, los trade secrets, los derechos sobre la imagen de deportistas, los dominios de internet y el ambush marketing se han convertido en los principales espacios donde la propiedad intelectual interviene para regular la explotación legal de estos derechos (Kalamadi, 2012). Los resultados del análisis demuestran que la propiedad intelectual de las innovaciones en el contexto de la industria deportiva se ha focalizado en el deporte de élite, las patentes durante el año 2016 se concentran en la electrónica de las comunicaciones y los sistemas de cálculo y procesamiento de datos siendo Japón, Estados Unidos y Canadá los países más innovadores. La protección de marcas es considerada en el deporte profesional como la principal estrategia para agregarle valor a los productos y servicios de las organizaciones deportivas y como estrategia de manejo de relaciones públicas para deportistas, el patrocinio deportivo es la principal estrategia de explotación comercial. Las otras dimensiones del desarrollo deportivo se presentan como una oportunidad de utilizar la propiedad intelectual para agregarle valor a sus programas.



Referencias:

Bambauer, D. (2005). Legal responses to the challenges of sports patents. *Harvard Journal of Law & Technology*, 18(2), 401-431.

Daher, J. (2011). Responsabilidad social y propiedad intelectual. *Revista PYME AH*, 44-45.

Kalamadi, S. (2012). Intellectual property and the business of sport management. *Journal of intellectual property rights*, 17, 437-442.

Posters

Fitness wearable technology acceptance and usage among older adults

Yongjae Kim

Kutztown University of Pennsylvania
ykim@kutztown.edu

Soojin Kim

Kutztown University of Pennsylvania

Younghan Lee

Mississippi State University

Milyang Kim

Soonchunhyang University
(USA)

Aim of abstract: According to CCS Insight (2016), the global wearable technology market sale is predicted to increase to more than \$25 billion by 2019. Given this phenomenal growth of the wearable technology market, wearable activity trackers (WAT) have become one of the fast growing segments of the industry. Despite the popularity of using wearable technology among exercisers, little empirical research has been conducted to examine wearable technology adoption and usage among older adults. Accordingly, it is imperative to gain better insight as to the older adults' perceived benefits from using a WAT. The purpose of this study was to develop and test a conceptual model with determinants of consumer perception about using a WAT. For the purpose of this study, this study used the theoretical frameworks of Diffusion theory, Technology Acceptance Model, and consumer innovativeness to understand determinants of perceived benefits from the adoption and use of a WAT. Based on the literature review, this study developed the following hypotheses: H1: Consumer innovativeness will positively influence perceived trustworthiness (H1a); perceived usefulness (H1b); perceived ease of use (H1c); perceived enjoyment (H1d) of a WAT. H2: Perceived trustworthiness (H2a); perceived usefulness (H2b); perceived ease of use (H2c); perceived enjoyment (H2d) of a WAT will positively influence intention to use the technology respectively. H3: Intention to use a WAT will positively influence actual use of the WAT. Methodology: Using a snowball sampling technique, data was collected from a total of 203 older adults from a mid-size city in the United States. The majority of the participants were female (68%) and white (80.2%), with the average age of 62.6. All of the scales were adopted from previous research (Goldsmith & Foxall, 2003; Hur, Ko, & Clausen, 2011), with some modifications. To assess the psychometric properties of the scales, Confirmatory Factor Analyses was conducted. The instruments were also validated through an assessment of convergent, discriminant, and criterion validity. Structural Equation Modeling (SEM) was employed to test the research hypotheses. Results and Implications: The results of a series of SEM tests suggest that all hypotheses were supported. In the conceptual

Actas Científicas

model, consumer innovativeness remains as significant predictors of consumers' beliefs. The results also show the positive impact of the beliefs on intention to use a WAT. This study shows that consumer innovativeness has the strongest effect on perceived usefulness ($\beta = .30$, $p < .05$), followed by perceived ease of use ($\beta = .28$, $p < .05$), and perceived trustworthiness ($\beta = .26$, $p < .05$). Perceived usefulness and perceived easy of use have significant effects on intention to use a WAT, which lead to actual use. A major contribution of this study to existing literature lies in providing a fundamental base for understanding older adults' new fitness technology adoption behavior. The current study extends the line of research on wearable technology, focusing on a WAT. In addition, this study serves as a benchmark study that will spark future research in this growing area of fitness activity and technology.

References:

- CCS Insight (2016). Wearables Market to Be Worth \$25 Billion by 2019. Retrieved from <http://www.ccsinsight.com/press/company-news/2332-wearables-market-to-be-worth-25-billion-by-2019-reveals-ccs-insight>.
- Goldsmith, R. E., & Foxall, G. R. (2003). The measurement of Innovativeness. In L. V. Shavinina (Eds.), *The International Handbook on Innovation* (pp. 321–330). Kidlington, Oxford: Elsevier Science Ltd.
- Hur, Y., Ko, Y. J., & Claussen, C. (2011). Acceptance of sport-related websites: A conceptual model. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 12(3), 209-224.
- Shih, P.C., Han, K., Poole, E.S., Rosson, M.B., Carroll, J.M. (2015). Use and Adoption Challenges of Wearable Activity Trackers. In *iConference 2015 Proceedings*.

DEPORTE PARA TODOS Y SISTEMAS DE DEPORTE DE ÉLITE / PARTICIPATION: SPORT FOR ALL & ELITE SPORT SYSTEMS

Comunicaciones Orales / Oral communications

Analysis of the efficiency of the Hungarian sport funding system in the light of results from 2016

Tamás Sterbenz
University of Physical Education, Budapest
sterbenz.tamas@tf.hu

Erika Gulyás
University of Physical Education, Budapest

Kovács Eszter
University of Physical Education, Budapest
(HUN)

Introduction. The Hungarian government made a decision in 2010 to treat sport comprehensively as a strategic sector and to change its sport policy system fundamentally. As intended by the change, the deteriorating tendency of the past time since the regime change of 1989/90 is being successfully reversed in the fields of leisure, youth and elite competitive sport as well, and the Hungarian sport is being reinstated to its previously earned social and efficiency level. Literary background. Houlihan (2008) and his co-authors, and also a broad international research network worked based on the SPLISS methodology on the description and comparison of the sport management systems of different countries. Andreff, and among the Hungarian authors Dénes (2015) dealt with the specialties of the Central European transition and the transformation of the Hungarian funding. The analysis of the social background of Hungarian sport was included in the works of Földesiné (1993). The strategic and legal side of the administration was presented by Sárközy (2015). The international competitiveness of Hungarian sport was summarized by Gulyas (2016)'s research based on quantitative and qualitative methodology preparatory to the Rio Olympics of 2016. Methods. The Hungarian Olympic Committee settled its strategic directions in 2012 after the London Olympics and designated the range of highly subsidized sports. In order to achieve these objectives, the beneficiary sports federations (n=16) prepared their sport development concepts which were commented on the basis of MOB's mandate by the instructors, researchers of the University of Physical Education in 2014. As qualitative method, we performed source analysis and questionnaire surveys (n=103) among athletes, coaches and sport directors. In our research, we used the financial data of state financing of sport starting from 2012, and we compared it, using the Gracenote data base, with data showing sport branch efficiency. We analysed the results of the Rio Olympics 2016 in the light of the four-year Olympic cycle and the increased financial data, and drew conclusions of efficiency received on the level of sport branches.

Actas Científicas

We also analysed the results of youth world competitions, and with statistical methods, we examined that by what probability will the results predict the adult successes branch by branch. Conclusions. The sport financing system introduced by the Hungarian state intends to reverse a deteriorating tendency of decades, thus the analysis of the only Olympic cycle cannot ensure a stable foundation for scientific conclusions. Nonetheless, behind the aggregated results (the number of Olympic gold medals) of 2016, the processes according to which some sport branches spent the increased sources effectively while others did rather prodigally are showing. The analysis of the international tendencies, the study of well-functioning sport management methods and the adaptation of policies could help the Hungarian sport management in achieving efficiency not being due only to a small number of outstanding athletes of some sport branches but to well-grounded, broad elite sport development.

References:

Andreff, W. (1996). Economic Environment of Sport: A Comparison between Western Europe and Hungary European Journal for Sport Management, 2 (2), pp.23-38

De Bosscher, V., Shibli, S., Westerbeek, H., van Bottenburg M. (2015). Successful elite sport policies. An international comparison of the Sport Policy factors Leading to International Sporting Success (SPLISS 2.0) in 15 nations. *Meyer & Meyer Sports (UK)*, ISBN: 978-1-78255-076-1.

Dénes, F. (2015). Sportközgazdaságtan (en: Sport economics). <http://sportestudomány.unideb.hu/wpcontent/uploads/2015/12/Sportk%C3%B6zgazdas%C3%A1gtan.pdf>. Campus Kiadó, Debrecen

Földesiné Sz. Gy. (1993): The Transformation of Sport in Eastern Europe: The Hungarian Case. *Journal of Comparative Physical Education and Sport*, 15, 5-21.

Gulyás, E. (2016). Competitiveness of the Hungarian elite sport system (Final report submitted to the IOC Olympic Studies Centre in the framework of the PhD Students Research Grant Programme 2015) <http://doc.rero.ch/record/259377>

Gulyás, E., Sterbenz, T. (2015). Inefficiency of the Hungarian sport financing system: Neefektivnost systému financování sportu v Maďarsku. *STUDIA SPORTIVA* 9(1) pp. 163-171.

Houlihan, B.-Green, M. (2008). *Comparative Elite Sport Development: systems, structures and public policy* Elsevier, Burlington.

Sárközy, T. (2015). A magyar sport stratégiai kérdéseiről (en. Strategical questions about Hungarian sport) <http://nol.hu/velemenya-magyar-sport-strategiai-kerdeseirol-1-1582047>

Análisis sobre los ingresos en red de nivel alto deportes

Alexandre Conttato Colagrai

UNINOVE São Paulo

alexandre.conttato@esportes.rc.sp.gov.br

João Paulo Lara de Siqueira

UNINOVE São Paulo

(BRA)

El deporte se considera un importante fenómeno sociocultural, especialmente cuando se trata de un alto rendimiento. Se produce en Brasil a través de las organizaciones deportivas, tales como clubes, asociaciones, federaciones, confederaciones. Este estudio identificó la red inter-relación de San José Rugby Club desde la perspectiva de sus gerentes en base a los conceptos de las teorías de la red, comprobando su génesis y evolución. Los objetivos fueron verificar la percepción de los gestores de la red es un recurso estratégico para el club; identificar los aspectos que contribuyeron a la génesis y evolución de la red de acuerdo con los fundamentos adaptados Zaccarelli, Telles, Siqueira, Boaventura, Donaire (2008). Hemos llevado a cabo un estudio de caso a través de una investigación cualitativa mediante entrevista, cuestionario para el mapeo de la red, analizar la información de la página web del club, y visitar el centro de formación. Estos datos fueron verificados basan en el análisis de contenido y los resultados mostraron que el club tiene relaciones en red con varias organizaciones diferentes segmentos, que se produjo debido a la acción estratégica de la fundación del club, lo que hizo que la red un recurso estratégico para el desarrollo de este deporte. Sobre la base de los fundamentos de la evolución de la red, adaptada Zaccarelli et al. (2008), San José Rugby sirve seis de los siete motivos presentados a la realidad de las organizaciones deportivas.

Palabras clave: Red. Deporte. Deporte de Alto Rendimiento

Referencias:

No enviadas.

Research on 16 elite sports sport development status in Hungary

Bálint Dolnegó

University of Physical Education, Budapest

dolnego.balint@tf.hu

(HUN)

The Hungarian government enhances 16 elite sports according to success, number of athletes etc. in a sport development project for the competitive sport and mass sport as well. These are boxing, cycling, fencing, gymnastics, judo, kayak-canoeing, modern pentathlon, rowing, shooting, skating, swimming, table tennis, tennis, track and field, volleyball and wrestling. The national sport associations had to make a sport development strategy by the GO sport directions criteria in order to sport development. From the NGO side, the Hungarian Olympic Committee (HOC) is controlling the workflow. The Sport Management Department of the University of Physical Education and the HOC carried a non-financial audit to monitor the current state of these strategies. The research was designed in six topics (Organisation and Strategy, Development, Education, Support and communication, Medical and Facilities). This study has been made to visit the development topic. According to Hylton and Bramham's (2008) that modern sport management is an influencing process aimed to create social, cultural and educational policies in order to inspire more people to partake in regular physical activity. One part of the audit is a questionnaire, which is filled by the sports associations. This topic was divided in six theme (Promotion, Youth sport, Adult sport development plan, National team, Develop camps and Gender development programme). The obtainable points in the themes were 15. Only the Kayak Canoe achieved the maximum 15 points, the Swimming was the second with 14. The worst in sports in this case were Cycling (3 points) and fencing (4 points). From the view of themes, the National teams programme was the most developed with 75% result in the 16 sports, and the worst was Gender programme (46%). From this study is apparent, that the stabile financial status is not satisfactory, good governance and management processes is needed as well. This is important in case of the government aim what is to be a sport and sporting nation.

Key words: sport development, Hungary, GO and NGO

References:

Chaker, A-N. (2004). Good governance in sport. Council of Europe. Strasbourg, France.

Chaplin, L. (2006). Toward a Distinctive Sports Discipline, *Journal of Sports management* 20:1-21.

Géczi, G., Bartha, Cs., Gósi, Zs., Sipos-Onyestyák, N., Gulyás, E., Kassay, L. (2015). The results of the non-financial audit at 16 elite Hungarian sport federations. *Studia Sportiva*. 1:157-162.

Hylton, K. and Bramham, P. (2008). *Sports Development: Policy, Process and Practice*. London and New York: Routledge

Actas Científicas



MacLean, J. (2009). Auditing performance management practices: a comparison of Canadian sport organizations. *International Journal of Sport Management & Marketing*. Inderscience Enterprises. Buckinghamshire, United Kingdom.

Perrit, V. A. (1989). An audit of marketing activity within club leisure sport. Thesis. Loughborough University. Loughborough, United Kingdom.

The relative age effect in the Hungarian youth sport

Máté Nagy

University of Physical Education, Budapest
nagy.mate@tf.hu

Tamás Sterbenz

University of Physical Education, Budapest
(HUN)

Introduction. Most of the competition systems in Hungarian youth sport have age groups of a one or two-year interval. Young athletes can be twelve or twenty-four month older than each other regardless the effects of acceleration or retardation. This can be a very big difference in relative age, but they are forced to compete against each other during their youth career. This can be a huge disadvantage, especially in those sports where the conditional and coordination abilities play a major role very early (García-Álvarez and Salvadores, 2005). So, when the elite is selected, coaches favor the ones who are bigger, stronger and better coordinated. Many studies have shown that in youth national teams and in elite youth sports there are more athletes who were born in the first quarter of the year (January, February, March) or at the beginning of the age group (Sherar et al., 2007; Helsen et al., 2005; Delorme et al., 2010). This is called relative age effect (Barnsley et al., 1985). This is a selection trap, which does not show the real talent, but the good performance at the moment. But at the end it will be a self-fulfilling prophecy because these children will have better conditions, coaches and teammates to prepare, so they will be practically better athletes than the others from their age group. The aim of my study is to show that the relative age effect can be detected in the elite youth sport in Hungary. The RAE was already detected at young swimmers in Hungary (Nagy et al., 2015). Methods. In Hungary, there is a talent development program called Héráklész in order to support elite youth athletes of 20 sports (table tennis, track and field, wrestling, rowing, ice hockey, judo, kayak-canoe, handball, basketball, boxing, pentathlon, volleyball, shooting, weightlifting, tennis, gymnastics, triathlon, swimming, fencing, water polo). Basically, this is the youth national team of the 20 sports from more than the past 10 years (n=9420). The data were tested with Statistical for Windows. Discussion. Relative age effect can be detected in the sample, the difference between the quartiles is significant. (1.: 32,37%; 2.: 26,38%; 3.: 23,41%; 4.: 17,85%) As a conclusion it can be stated, that relative age has a big influence on the selection of elite youth athletes, and the long interval of the age groups (two years) makes an unfair competition between the children. The presence of this tendency makes further studies of this topic necessary. Deeper contexts of the aspects of selection and specifics of different sports must be revealed.

Key words: month of birth, selection, relative age, RAE

References:

García Álvarez, V.D., & Salvadores, J. (2005). El efecto relativo de la edad en el fútbol. *Training fútbol*, 115, 36-42.

Actas Científicas

Sherar, L.B., Baxter-Jones, A., Faulkner, R.A., & Russell, K.W. (2007). Do physical maturity and birth date predict talent in male youth ice hockey players? *Journal of Sports Sciences*, 25(8), 879-886.

Helsen, W.F., van Winckel, J., & Williams, A.M. (2005). The relative age effect in youth soccer across Europe. *Journal of Sports Sciences*, 23(6), 629-636.

Delorme, N., Boiché, J., & Raspaud, M. (2010). Relative age effect in elite sports: methodological bias or real discrimination? *European Journal of Sport Science*, 10(2), 91-96.

Barnsley, R.H., Thompson, A.H., & Barnsley, P.E. (1985). Hockey success and birthdate: the relative age effect. *CAHPER Journal*, 51(8), 23-28.

Nagy, N., Ökrös, Cs., Sós, Cs. (2015). Research on Relative Age in Hungarian Swimming. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 68, 5-13.

Deportes Universidad en Universidad Federal de Pernambuco: un análisis de Campus Recife

Esdras Henrique Rangel de Melo
Universidade Federal de Pernambuco
esdrashrm222@gmail.com

Vilde Gomes de Menezes
Universidade Federal de Pernambuco

Thaynah Leal Simas
Universidade Federal de Pernambuco

Jefferson Phellippe Wanderley Florêncio
Universidade Federal de Pernambuco
(BRA)

Los deportes de la Universidad de Brasil hasta 1940 fue manejado de manera autónoma y totalmente desconectado de cualquier tipo de regulación estatal. A partir de entonces, el proceso de institucionalización del deporte universitario se llevó a cabo con la creación de la Confederación Brasileña de Deportes de la Universidad, oficial realizada en septiembre de 1941 por el Decreto Ley Nº 3.617, disposición legal que también regula el funcionamiento de deporte universitario en Brasil. El estudio tiene como objetivo analizar el nivel de participación y la demanda por los alumnos de la Universidad Federal de Pernambuco para la práctica del deporte y la actividad física. La investigación se desarrolló a partir de dos líneas metodológicas: revisión de la literatura, para construir el Estado del Arte en la Universidad de Deporte y Actividad Física base de datos web de Ciencia y Scholar Google y el proceso de análisis de documentos (leyes y decretos nacionales sobre el deporte universidad); y un estudio exploratorio con un cuestionario de trece preguntas. La investigación identificó una prevalencia masculina en el escenario deportivo universitario (56%); la mayor parte se declaró entre 16 y 25 años; Se mostró que el 51,5% de los estudiantes practicar algo de ejercicio o actividad física; 38% calificó las instalaciones de la universidad como mala y el 48% como regular. Valoraciones: buena, regular y excelente show con 12%, 1,5% y 0,7%, respectivamente; estudiantes que practican algún deporte, el ejercicio o la actividad física lo hacen por las siguientes razones: rebasamiento, de salud, sociales, diversión, relajación, Éxito / Estado y otros; Ellos son recurrentes entre los estudiantes encuestados modalidades para fortalecer los músculos, de atletismo y fútbol. Se concluye que el desarrollo de la política deportiva universitaria y la actividad física concisa y eficaz debe estar vinculada a los aspectos multifacéticos que impregnan el deporte y la actividad física en general, incluidos los aspectos educativos, sociales y emocionales que existen en el universo de las prácticas corporales ser humano y sus aspectos bio-fisiológica.

Actas Científicas

Referencias:

Barbetta, P. A. (2008). Estatística aplicada às ciências sociais. Ed. UFSC.

Brasil. (1941). Decreto-Lei nº 3.617. Estabelece as bases de organização dos desportos universitários.

Bento, J.O. Novas motivações, modelos e concepções para a prática desportiva. In: O desporto no século XXI – Os novos desafios. Oeiras: Câmara Municipal de Oeiras.

Franca, C. D; Colares, V. (2008). Estudo comparativo de condutas de saúde entre universitários no início e no final do curso. Revista de Saúde Pública; 42(3): 420-7.

Hatzidakis, G. S. (2005). Esporte Universitário. In: Lamartine Pereira Da Costa. (Org.). Atlas do Esporte do Brasil. 1ed. Rio De Janeiro: Shape Editora, v. 1.

Posters

Support services to athletes: High Performance Athlete Program in Brazil

Rosiane Raduan Alexandrino

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
rosiane.alexandrino@usp.br

Flávia da Cunha Bastos

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
(BR)

Introduction: Sport has always been linked to the armed forces with the aim of developing the physical strength of the soldiers. The military sport was originally developed in an isolated way in each of the Singular Force (Navy, Army and Air Force), but the great interest of countries in becoming sports world powers led to the need for developing better training conditions for the athletes. In Brazil, the Military Sports Commission of Brazil (MSCB), body responsible for coordinating and promoting military sports, was responsible for preparing the Military World Games (MWG), Rio 2011, which included a joint effort between the Forces for the best development of the sport. In order to increase and qualify the Brazilian military team in high performance sporting events it was implemented, in partnership with the Sports Ministry, the High-Performance Athlete Program (HPAP) in 2008. The first developments of this program materialized in the results obtained by Brazil in these Games, as well as increasing the number of high-performance athletes in the military sport. These athletes classified the support of career with a good level of development, but there are no publications on the impact of this program in the Olympic sport of the country. The aim of this study was to identify and describe the actions of the Defense Ministry (DM), the Sports Ministry (SM) and the HPAP and compare the performance of athletes at the Olympic Games in London 2012 and Rio 2016. Methods: Descriptive and documental research was used with collection of secondary data in official documents available in the electronic addresses of the DM and the SM, and articles published in specialized sites of sport. Results: High Performance Athlete Program seeks to discover new talent and support athletes through a voluntary recruitment and selection process, analyzing the results obtained in competitions. After the selection, athletes have the benefits of a military career, so as access to military sports facilities and career support. Coaches and sports committees also have training courses for the best development of the sport. This integrated support for career development differs from Brazil Plan Medals and Athlete Scholarship Program, whose focus is exclusively financial support, being up to the athlete seek and manage the necessary support services. As for the athletes attended in the Program and the results obtained in London 2012, Brazil finished in 22th place in the medal table. Among the 259 ranked, 51 were militaries and won five medals. In the 2016, 145 athletes participating in the HPAP defended the nation, resulting in 13 medals among the 19 won in total, placing Brazil in 13th in the final frame. Conclusion: The analyzed program is characterized by integrated actions on the process for identifying and promoting talent and there was an increase in the number of classified athletes and the amount

Actas Científicas

of medals won compared the last two editions of the Olympic Games, showing the importance of management and supporting the athlete's career holistically, including support beyond the financial.

References:

Brasil, 2015. Access in 09/09/2016. Available in <http://jogosmilitares.defesa.gov.br/institucional/programa-atletas-de-alto-rendimento>.

Ministério da Defesa, 2014. Access in 09/09/2016. Available in <http://www.defesa.gov.br/esporte/projeto-atleta-de-alto-rendimento>.

Ministério da Defesa, 2016. Access in 09/09/2016. Available in <http://www.defesa.gov.br/noticias/22886-rio-2016-comite-olimpico-confirma-145-atletas-militares-no-time-brasil>.

Ministério do Esporte, 2013. Access in 07/09/2016. Available in <http://www2.esporte.gov.br/snear/bolsaAtletasobre.jsp>.

Nóbrega, L.F.M. Avaliação do modelo de gestão desportiva do Exército Brasileiro. In Esporte de Alto Rendimento: fatores críticos de sucesso – gestão – identificação de talentos/ organização Böhme, M.T.S., Bastos, F.C. – 1. ed. – São Paulo: Phorte, 2016. p. 201 – 318.

LOS FACTORES MEDIO AMBIENTALES EN LOS EVENTOS DEPORTIVOS / ENVIRONMENTAL FACTORS WITHIN SPORTS EVENTS

Comunicaciones Orales / Oral communications

Sustainability in Adventure Races

Carolina Bartoletti
Universidade de São Paulo
carolina.bartoletti@usp.br

Teresa Cristina Magro
Universidade de São Paulo
(BRA)

Adventure Races are an endurance multisport composed of several physical activities. Races may endure hours or days featuring outdoor expeditions (BITENCOURT; AMORIM, 2006). Protected areas opened to the general public, such as National and State Parks, are often venues for Adventure Races. Thus, the increasing flow of visitors (athletes and spectators) in protected areas and the stress they may impose on ecosystems due to recreational activities raise concerns that despite the positive effects on local micro economy brought by recreational use in protected areas, such use might also bring negative effects. Specifically, in the case of Adventure Races the long extension in time and space of events added to increasing popularity among participants and spectators demand evaluations regarding ecosystem impacts and management so that recreational use in this particular form might continue in a sustainable manner. This research aimed to analyze Adventure Races' rules as well as to interview race organizers and participants in search of trends in Adventure Races' organization in Brazil. It also sought whether or not and to which extent these organizers and adventure sports' consumers took into consideration environmental issues and not only logistical and financial factors when choosing the venue, date and rules for a race. Finally, national park managers were also questioned about their professional perceptions towards the positive and negative impacts that Adventure Races may cause in natural areas. Based on the information gathered from the three stakeholders the final goal was to aid the establishment of guidelines focused on developing Adventure Races so that they will better meet the demands in public use as well as the objectives of conservation in protected areas. This research was by nature an exploratory and descriptive socio-environmental work conducted as an online survey. It was able to interview 62 subjects among which 19 athletes, 8 race organizers and 35 park managers. Results were analyzed with non-parametric statistics – Friedman ($p < 0,05$) and Binomial ($p < 0,03$) tests – and run on SAS – Statistical Analysis System software (SILVA; CÂMARA, 2001). They revealed among the samples interviewed concerns about the potential impacts that Adventure Races may cause in natural areas, yet still a wide lack of knowledge about them – especially about the potential negative impacts such as soil compaction and erosion, vegetation trampling, and fauna disturbance (HAMMIT; COLE, 1998). Results specifically linked to the organization

Actas Científicas

of Adventure Races and preferences among athletes showed a greater liking for shorter events – those which lasted hours not days – and for certain sports to be practiced during races. The three main preferred sports disclosed by the sample of athletes were navigating through nature with the aid of maps and compass, hiking and mountain bike. The three least preferred were caving, horseback riding and stand up paddle. This sample of athletes also liked better race courses which provided a sentiment of isolation in nature instead of those wherein many encounters with other teams or athletes could happen (BARTOLETTI, 2016).

References:

BARTOLETTI, C.T. (2016) Uso público recreativo em Unidades de Conservação: Corridas de Aventura (Dissertação de Mestrado em Ecologia Aplicada). 118p. Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", Universidade de São Paulo, Piracicaba, Brasil.

BITENCOURT, V.; AMORIM, S. (2006) Corrida de Aventura. In: COSTA, L. da (Org.), Atlas do Esporte no Brasil: Atlas do Esporte, Educação Física e Atividades Físicas de Saúde e Lazer no Brasil, Rio de Janeiro: CONFEF. p.457-458.

HAMMIT, W.E.; COLE, D.N. (1998) Wildland Recreation: Ecology and Management. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons. 361p.

SILVA, O.; CÂMARA, F.G., da. (2001) Estatística Não-Paramétrica: Teste de Hipóteses e Medidas de Associação. Ponta Delgada: Universidade dos Açores. 121p. Available at <http://www.amendes.uac.pt/monograf/monograf01estatNparamt.pdf>. Retrieved on: May 3rd, 2016.

On the Track of IOC Sustainable Games

Carla Isabel Paula Rocha Araújo

Faculdade de Desporto da Universidade do Porto
carla_mpompilho@hotmail.com

Maria José Carvalho

Faculdade de Desporto da Universidade do Porto

Lamartine DaCosta

Universidade Estadual do Rio de Janeiro
(PT)

The aim of this work is to understand how the Olympic Movement, (OM) in particular the Olympic Games (OG) had incorporated the concept of Sustainable Development (SD) defined in the Triple Bottom Line, over the 120 years of Games. We determined four chronological predefined periods based on relevant historical events correlated with DS or OG. The first period goes from foundation of International Olympic Committee (1894) until the end of World War II (WWII). The second period initiates after WWII (1946) until the year before the Mexico OG. The third period begins in 1968 and goes until the year before the Rio-92. The last period goes from Rio-92 until the end of 2014. The research relies on documentary analysis (official and unofficial) and systematic review of the literature, based on pre-defined keywords and intensive and critique examination of data, as methodological approach. The study determined that in the 1st period there were quite sharp social concerns, little environmental prevention (nature was seen as a means of exploitation) and society lived a time of unparalleled economic growth (catapulted by the industrial revolution). The subsequent period is characterized by a focus on social and economic dimensions, with the environmental issues been relegated, ignored or included in urban revitalization; thereby, social issues were highlighted by spreading the Olympic spirit, promoting peace, the struggle for greater female participation and the increase of Olympic family; the OG were supported by public and private funds and they were used as a catalyst for urban revitalization and international promotion of the cities. On the 3rd period it seems clear that social (which included political and cultural aspect) and economic issues prevailed; effectively this was a time of great economic growth but also political and ideological disputes between two blocks (communist versus capitalist) who used the OG; although the focus was to take Olympism to 'all world', the truth is that the various boycotts and terrorist attacks have left negative marks and tarnished its social role; still the environmental isn't part OM priorities, despite some environmental concerns being found in Sapporo (1972), Lake Placid (1980) and Seoul (1988) OG. The environmental concerns have increasingly (specially to winter games) in the 4th period, thanks to Rio-92 and the negative environmental impacts of Albertville OG; on other side, there was some disregard with OG social role, but Vancouver 2010 and London 2012 OG try to bring it back; at economic level, it seems that this remains a priority in this last period, with the exception of Beijing 2008 and Sochi 2014 OG gigantism. In conclusion, it seems that the social aspects have always been a strong concern within the IOC, but they have been losing strength over time. Furthermore, the environment has become an important concern, and at economic level it seems that this is an important concern to the cities.

Actas Científicas

Consequently, we arise to 2016 with a new Olympic agenda (AGENDA 2020), that puts the DS at the center of Olympic decisions.

References:

Araujo, C. R. (2016). Os Jogos Olímpicos da Era Moderna sob o olhar do desenvolvimento sustentável: Análise centrada nas dimensões social, ambiental e económica. Porto: Carla Araujo.

International Olympic Committee. (2014). Olympic Agenda 2020 - 20+20 Recommendations (final version). Retrieved from http://www.olympic.org/Documents/Olympic_Agenda_2020/Olympic_Agenda_2020-20-20_Recommendations-ENG.pdf

Chappelet, J. L. (2011). Towards better Olympic accountability. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*, 14(3), 319-331.

Essex, S. J. (2011). The Winter Olympics: driving urban change, 1924-2014. In J. R. Gold & M. M. Gold (Eds.), *Olympic cities: city agendas, planning, and the world's games, 1896-2016* (2nd ed., pp. 56-79). Abingdon: Routledge.

Tavares, O. v., DaCosta, L., & Miranda, R. (2002). *Esporte, Olimpismo e Meio Ambiente: VISÕES INTERNACIONAIS*. Rio de Janeiro: Gama Filho.

LOS EVENTOS DEPORTIVOS: GRANDES Y PEQUEÑOS, GLOBALES Y LOCALES / SPORT EVENTS: MAJOR AND MINOR, GLOBAL AND LOCAL

Comunicaciones Orales / Oral communications

The FIFA 2014 World Cup Arenas and the Consumer Behavior: the FIFA quality standard and its impact on the Brazilian fans

Ary José Rocco Júnior

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
aryrocco@usp.br

Leandro Carlos Mazzei

Faculdades de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas

Pedro Lucas Leite Parolini

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

Eduardo de Oliveira Cruz Carlassara

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
(BRA)

Introduction and Objectives: Brazil built or remodeled twelve stadiums or arenas to host the FIFA World Cup 2014. The Brazilian government and FIFA took through the strategies established for the mega event that such buildings should follow certain standards for the accommodation of fans. Fans who now are treated as consumers and therefore require safety and comfort of these new spaces. The aim of this study was to analyze, through data collection carried out before, during and after the World Cup, the fans' perception about the items that affect their experience in constant stages of standards produced by FIFA. Our intention was to assess whether, in the consumer's perception, these new ballpark, built within strict standards set by the entity that runs the world football, effectively affect the perception that the fan has about the sporting event. From a theoretical point of view, our research is based on the concepts of Debord's spectacle society (2000) and McDonaldization and Disneyzation of society, respectively by Ritzer (2010) and Bryman (2004). These three authors relate the standardization of service in global facilities belong to the logic of spectacle society and increase the entertainment consumption. Methods: To investigate the perception of the fans the quality of services offered in the new sports facilities built in Brazil for the World Cup 2014, we applied the same research instrument, in the twelve host cities of the event, at three different times: a) in the first half of 2014, before the World Cup, in the "old" stages (not used for the FIFA event); b) during the World Cup race in 2014, in the new stadiums and arenas, built especially for the event and managed by FIFA; and c) in the second half of 2014, after the World Cup, in the new facility during local Brazilian competitions, managed by local sports organizations. For purposes of analysis, the data was obtained through

Actas Científicas

primary capture through the questionnaire Sport Spectator Identification Scale (SSIS) validated for Portuguese by Theodorakis et. al. (2010). The method adopted allowed a large explanation and description about the fans' perception about the new spaces of Brazilian football. Results and Discussion: In all of the three phases, 10.963 people were interviewed. Among the many results, it was revealed that the fans approved the new arenas, especially the possibilities that these spaces provide linked to entertainment. During the World Cup, Phase 2, for example, 85.95% of respondents said they had interest in returning to new arenas in other opportunity. The lived experience (87.40%) and beauty (82.80%) of the facilities were the two elements most mentioned as the main factor of interest in returning to the stadium. We realize, too, that these new spaces of Brazilian soccer act as promotion element of the cities where they are based. The new sports facilities contribute as a product of sport oriented by entertainment and promotion of cities for consumption.

References:

Bryman A. (2004). *The Disneyization of Society*. London: SAGE Publications.

Debord. G. (2000). *Society of the Spetacle*. London: Black & Red. FIFA (2007). *Football Stadiums – Technical recommendations and requirements*. http://www.fifa.com/mm/document/tournament/competition/football_stadiums_technical_recommendations_and_requirements_en_8211.pdf

Ritzer. G. (2010). *The McDonaldization of Society: the reader*. London: SAGE Publications.

Theodorakis, N. D.; Wann, D. L.; Carvalho, M. D.; Sarmento, J. P. S. D. R. L (2010). Translation and Initial Validation of the Portuguese Version of the Sport Spectator Identification Scale. *North American Journal of Psychology*, v. 12, n. 1, p. 67–80.

Medición y análisis de conciencia de marca en acciones de activación realizadas por los patrocinadores globales COI en evento de prueba para los Juegos Olímpicos RÍO 2016

Eduardo de Oliveira Cruz Carlassara

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

eduardo.carlassara@usp.br

Pedro Lucas Leite Parolini

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

Ary José Rocco Júnior

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

(BRA)

Introducción y Objetivos: El patrocinio deportivo es herramienta esencial para empresas que se establecen en la conciencia de sus consumidores y les favorezcan en aspectos positivos asignados a los valores del deporte a través, por ejemplo, de grandes eventos (Machado, 2004). En este contexto, eventos deportivos como los Juegos Olímpicos se han convertido en piezas clave para que empresas desarrollen sus activaciones y alcancen a su público blanco. La creencia en el patrocinio como inversión, especialmente en los Juegos Olímpicos, se refleja en el aumento de las cantidades invertidas en los últimos años, dando lugar a la preocupación por el impacto de esas activaciones en el conocimiento de la marca de los consumidores en esos mega eventos. El objetivo de la investigación era medir y analizar el grado de conocimiento de la marca de los consumidores en relación con las activaciones de patrocinio de acciones de empresas globales, durante evento de prueba para los Juegos Olímpicos Río 2016. Método: Para efecto de análisis, utilizaron datos obtenidos por medio de cuestionario predefinido, estandarizado y compuesto por cuestiones abiertas y cerradas. Se eligió a 52 individuos de forma aleatoria los cuales estaban presentes en el evento de prueba de gimnasia artística, el 16 y 17 de abril en Río de Janeiro. Resultados y Conclusiones: Cuando les preguntaron acerca de lo conocimiento de una marca patrocinadora global del evento, el 56% de las personas dijeron que recordaban de al menos una marca. Este número llama la atención, ya que en menos de cuatro meses de los Juegos Olímpicos casi la mitad de los encuestados no sabían indicar ningún patrocinador global del evento, lo que evidencia que la mayoría de las empresas todavía no ha activado sus marcas al punto de ser recordada por los consumidores. A continuación, les indagaron a los consumidores si se acordaban de las empresas como patrocinadores globales del evento. La primera marca destacada fue Coca-Cola por el 46% de los encuestados, seguido por Visa con el 17% de las respuestas. Otras 4 empresas fueron recordadas por el 7% de los sujetos. Por último, el 3% de los individuos identificaron 3 empresas. El caso de Coca-Cola y Visa llama la atención, las dos son antiguos socios de COI, o sea, tienen sus imágenes relacionadas con los Juegos Olímpicos y sus pruebas de Eventos desde hace muchos años, creando lo que Aaker (2014) llama de conciencia de marca. La conciencia es la capacidad que tiene un potencial comprador de reconocer o recordar una marca como parte de una categoría de productos (Aaker, 1998). Al fin y al cabo, los resultados de esta investigación muestran claramente que las empresas que mantienen una relación mayor con el deporte son las más recordadas por los consumidores. Una razón para ello puede ser el hecho de que estas empresas ya

Actas Científicas

tienen estrategias para el deporte diseñadas a largo plazo y por lo tanto tienen un mayor éxito en la creación de conciencia de sus marcas en la gama de opciones que los consumidores consideran.

Referencias:

Aaker, D. A. (1998). Marcas: Brand Equity – Gerenciando o Valor da Marca, 13. ed. São Paulo: Elsevier.

Aaker, D. A. (2014). On Branding. Porto Alegre: Bookman.

Machado, J. (2004). Marketing Esportivo: Um estudo sobre o crescimento das instituições de ensino na prática do patrocínio esportivo. SEMEAD. p.1-11.

Olympic and Paralympic Games Sochi 2014 influence for region development: two years after event

Victor Timchenko
Herzen State Pedagogical University of Russia
victor.timchenko@mail.ru

Vladimir Timchenko
Herzen State Pedagogical University of Russia
(RUS)

Methodology. There are approaches for the evaluation of the Olympic and Paralympic Games' influence for the region and country development, direct and indirect as well. Existing models allow take into account different limitations to achieve the desired results and the required precision of the estimates. It is particularly difficult to analyze the impact of political factors and force majeure. It is also difficult to assess the long-term consequences of the influence. In addition, primary data collection requires for special care and cleanliness within available resources for the study. Problems can also arise due to a conflict of interest of stakeholders of the research such as regional authorities and the organizing committee of the competition. It could be rights for the primary information and ownership for the results. Thus, it is anticipated that studies of an independent academic research groups to be more reliable. The research results can be used to make decisions about the priorities of the region and the country's development. Some theoretical models are based on the opinion of the audience, first of all spectators (Douglas M. Turco et. al., 2010; Ahonen Aila & Risto Rasku et. Al., 2012). Other researchers suggest marketing and economic methods (Pedersen P. M., 2013; Galkin, 2015; Belousov, 2016). Research methods and data collection. The first stage of the study was conducted at the Olympic and Paralympic Games in Sochi 2014. It was survey of 120 respondents, including representatives of the organizers (22 pers.), spectators (80 pers.) and local inhabitants (18 pers.). They were from 29 cities and 10 countries. The research allowed to construct a profile of the audience and assess their attitude towards the event (Timchenko et. al., 2014). At the second stage, we analyzed the results of Olympic and Paralympic Games in Sochi 2014 and data of the socio-economic development of the region, published in the official documents, statistical yearbooks and other sources [1, 2, 3, 4]. Sochi 2014 Organizing Committee has reported on the achievement of planned financial indicators and the International Olympic Committee has confirmed that [2]. In connection with the mega sport event the special federal program for region of city Sochi and Krasnodarsky Krai development has realized and private investors' money funded. In 2012, the city of Sochi was named the best city for business in Russia, according to Forbes. But, the most important result of the Olympic project is formation in the region all season tourism and sport cluster with modern infrastructure, innovative business content and social results. For two years after the Olympic Games in Sochi would include the active use of sports and tourist facilities. The regional economy showed annual growth for 10-15%, tourists flow grew for 38%, passenger traffic by train increased by 50% and by air transport for 100%. Results. In the third stage of the study online survey of 100 Sochi inhabitants was conducted in early 2016 which's shown such the most remarkable social results of

Actas Científicas

the Games for them: labor market enlargement, local transport renovation, development of quality and culture of services, new attractive

References:

Official report of the Sochi 2014 // Bryantsev A. // Moscow, Organizational Committee of the XXII Olympic Winter Games and XI Paralympic Winter Games in Sochi 2014, 2015. Information on the achievement of targeted of Sochi socio-economic development programs in the indicators 2013-2017 (electronic recourse <http://www.sochiadm.ru/09.09.2016>)

Steps to success PwC and the Sochi 2014 Organizing Committee. PwC, 2014. (www.pwc.ru/sochi2014 Электронный ресурс. Дата обращения 21.07.2015)

The Olympic Games impacts: summary report. Organising Committee for the Olympic and Paralympic Winter Games in Sochi in 2014. – Moscow: Organizing Committee of XXII Olympic Winter Games and XI Paralympic Winter Games of 2014 in Sochi, 2013.

Timchenko V., Kaisheva K., Timchenko VI. Investigation of the effect of sports event on the basis of the opinions of spectators // Management of the XXI century: actual trends in education and business. International conference manuscripts. Saint-Petersburg, Asterion, 2014. – p. 166-168.

Stakeholders mapping in sporting events projects: a case study with a running event

Cacilda Mendes dos Santos Amaral

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
cacilda.amaral@gmail.com

Flávia da Cunha Bastos

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
(BRA)

Marathons and half marathons has become popular worldwide among individuals of different age groups. The organization of sporting events, including running events, have approached the tools used in project management. For an organizing committee, can get the resources needed to organize an effective event, it is essential that this committee to interact and establish relationships with different entities, a network of stakeholders. Given the gap in stakeholder management literature on the sports scene in the Brazilian context, the aim of this study was to examine how managers identify, ranks and prioritize stakeholders of a sport event. For this purpose, was conducted an exploratory and field study through a case study with the running event “Volta da USP” in his 52nd edition. Data were collected through semi-structured interviews (script based on literature) with three managers of organizing committee from different levels of the project and with five stakeholders. The content analysis was conducted to verify the attributes power, legitimacy and urgency granted to stakeholders, classifying them into 7 types of stakeholder. It was possible to verify that there is a difference in identifying the stakeholders depending on the organizational level that the manager belongs to. The most common attribute among the stakeholders was to legitimacy. As for the types found, we identified stakeholders with permanently dependent, dominant, discretionary and inactive. Prioritization of stakeholders by managers occurs to yield a higher level of importance to those who have two or more attributes over those that have only one attribute.

References:

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70 – Brasil, 2006.

FRIEDMAN, M. T.; PARENT, M. M.; MASON, D. S. Building a framework for issues management in sport through stakeholder theory. *European Sport Management Quarterly*, v. 4, n. 3, p. 170–190, 2004.

MITCHELL, R. K.; AGLE, B. R.; WOOD, D. J. Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, v. 22, n. 4, p. 853–886, 1997.

PARENT, M. M.; DEEPHOUSE, D. L. A Case Study of Stakeholder Identification and Prioritization by Managers. *Journal of Business Ethics*, v. 75, n. 1, p. 1–23, 2007.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2010.

El papel de los Juegos Olímpicos Escolares en la formación de los atletas brasileños

André Almeida Cunha Arantes UCB
Universidade Católica de Brasília
andre.arantes13@hotmail.com

Gislane Melo
Universidade Católica de Brasília

Francisco Martins
Universidade Federal da Paraíba

José Pedro Sarmento
Faculdade de Desporto da Universidade do Porto
(BRA)

Bloom (1985), Balyi y Hamilton (2004), sugieren que los procesos que implican la formación y el desarrollo de los atletas de alto rendimiento han sido objeto de interés de muchos investigadores. En Brasil, Böhme (2011) señala que el potencial de desarrollo de talentos depende de formación, competencia y apoyo (familia, escuela, club, gobierno, etc.). De acuerdo con Peres y Lovisolo (2006), la introducción de los atletas de deportes en el Brasil es fomentado tradicionalmente en la escuela y los buenos resultados en las competiciones son algunos de los factores iniciales que consolidan el atleta en la etapa de especialización. El objetivo de este estudio fue analizar el papel de los Juegos Olímpicos Escolares (JOE) en el proceso de descubrimiento y desarrollo del talento deportivo en la escena deportiva nacional. La muestra se compone de los tres mejores atletas de la escuela de ambos sexos, en nueve deportes, de entre 12 a 14 años entre 2005 y 2010. Fue creado indicadores de resultados que permitan la medición del nivel técnico de la muestra. Fueron contactados formalmente a los coordinadores de las modalidades de JOE y técnicos de las Confederaciones deportivas de Brasil con el fin de determinar el éxito de indicadores para cada deporte. Se llevó a cabo el análisis de datos considerando la frecuencia de los atletas escolares elegidos en cada caso, de acuerdo con ciertos criterios: (1) ranking nacional para natación; (2) la presencia en la selección de estado para el baloncesto y balonmano; (3) la participación en campeonatos nacionales de judo, ajedrez y tenis de mesa. La comparación de los atletas de la escuela seleccionados como muestra e identificados como dotados, establecimos una frecuencia de identificación de los atletas de la escuela de talento. Frente a la muestra con los indicadores propuestos, llegamos a la identificación de un 46,3% atletas de la escuela de talento durante el período de estudio. La encuesta encontró que 2005 a 2010 hubo un aumento significativo de 53,7% en la tasa de identificación de los atletas de la escuela de talento, y en 2010 esta tasa fue de 61,9%. Sin embargo, si tenemos en cuenta sólo los resultados de 2010, se observa que la identificación del talento (61,9%) fue muy similar a la composición de la delegación brasileña en los Juegos Olímpicos de la Juventud (JOJ), celebrada en el año 2010 Singapur, que tenía 61% de atletas escolares, de acuerdo con el Comité Olímpico Brasileño (2012). Los resultados permiten afirmar que, en la categoría estudiada, de 12 a 14 años, el nivel técnico de los juegos va en aumento y que el nivel técnico de las mujeres es mayor que los hombres. Sin embargo, hay una tendencia de la equivalencia técnica en la representación por género. Debido a la creciente identificación de talento, se puede

Actas Científicas

concluir que los Juegos Olímpicos Escolares ha desempeñado un papel importante en el descubrimiento y desarrollo de talentos deportivos en Brasil.

Referencias:

Balyi, I. & Hamilton, A. (2004). *Long-term athlete development: trainability in childhood and adolescence. Windows of opportunity. Optimal trainability*. Victoria: National Coaching Institute British Columbia & Advanced training and Performance Ltda.

Bloom, B. S. (1985). *Developing talent in young people*. New York: Ballantine.

Bohme, M. T. S. (2011). *Esporte infante juvenil: Treinamento em longo prazo. Detecção, seleção e promoção de talentos esportivos*. São Paulo: Editora Phorte.

Peres, L. & Lovisolo, H. (2006). Formação esportiva: teoria e visões do atleta de elite no Brasil. *Revista de Educação Física da UEM*, 17(2), 211-218.

El aporte del ceremonial deportivo al éxito de la gestión

Mirta Elena Gomez
Universidad Nacional de Avellaneda
mirtaelenagomez@yahoo.com.ar

José Nicolás Carluccio
Universidad Nacional de Avellaneda
(ARG)

Dice Fernández Vazquez que “existe hoy una conciencia clara de la necesidad del protocolo en las organizaciones deportivas, dada la trascendencia de éstas en la vida social a través de los medios de comunicación, las grandes complejidades que las rodean y las positivas aportaciones que un buen protocolo puede aportar al éxito. Tanto es así que hoy no puede concebirse una buena organización deportiva sin contar con un adecuado Departamento de Ceremonial y Protocolo”. Existe una gran laguna en cuanto a la reglamentación o la normativa protocolaria que regula las precedencias en los eventos deportivos y lo que genera, en la mayoría de las veces, confusiones y problemas de mucha importancia en las inauguraciones, clausuras, premiaciones, ordenación de palcos, tribunas, mesas presidenciales, etc., tanto de autoridades públicas, deportivas, VIP... Objetivos: El objetivo del Proyecto es despejar los elementos que definen al ceremonial y al protocolo deportivo, realizar el reconocimiento de rituales y ceremonias propias de cada disciplina, analizar cómo son realizadas las ceremonias de premiación, los premios, copas y reconocimientos que son entregados en cada deporte. METODOLOGIA: Análisis documental: Lectura y análisis de los reglamentos de los deportes federados, prioritariamente los olímpicos, para reconocer las normas de protocolo incluidas formalmente. Entrevistas: con Autoridades de las diferentes Federaciones, Asociaciones y/o Confederaciones y con actores fundamentales (deportistas, entrenadores, jueces, otros). Análisis documental: Análisis de los torneos de los deportes considerados. Análisis de los fixtures diseñados para cada torneo. Observación Directa: Presencia de por lo menos un juego/match de cada uno de los deportes analizados. Observación Participativa: En eventos específicos, participación en el desarrollo. RESULTADOS Y CONCLUSIONES: El cuidado por el ceremonial deportivo jerarquiza cualquier tipo de organización. El respeto por las presentaciones, por la forma de entregar y recibir los premios, el cuidado del tipo y calidad de las preseas, la elegancia y estética de los escenarios, la capacitación de los auxiliares de los eventos, la planificación minuciosa y detallada de cada ceremonia, la participación de autoridades redundará en la satisfacción de los participantes, de los espectadores y desde luego impactará sobre la fidelización de todos los públicos. Hemos entrevistados a cientos de atletas y protagonistas de deporte durante estos dos años de investigación. Todos, desde los amateurs hasta los varias veces olímpicos coincidieron que cuando suben al podio, cuando oyen su himno sonar, todo, absolutamente todo el esfuerzo está pagado. Uno de los grandes errores es pensar que, porque es un torneo amateur, interno o local, los deportistas no esperan una ceremonia o un trofeo. Todos los deportistas, considerando desde los más eventuales hasta los más profesionales, valoran, necesitan el momento de la premiación y sienten que ha realizado el máximo esfuerzo y merece ser reconocido públicamente. Ahí queremos llegar, a la certeza de que todas las instituciones reconocer la necesidad de tener

Actas Científicas

profesionales en esas dos áreas tan claves para el éxito y difusión de la disciplina que defienden: la organización profesional de eventos deportivos y el manejo del ceremonial.

Palabras clave: Evento deportivo, ceremonial deportivo; evento deportivo; presea; etiqueta

Referencias:

FERNANDEZ VAZQUEZ, J. (2005) Vademécum de Protocolo y Ceremonial Deportivo: organización de los distintos eventos deportivos. Barcelona: Paidotribo.

Climbing in Olympics Games Tokyo 2020 and Brazil: are we prepared?

Alessandra Mendes
Instituto Federal de Brasília
alessandra.mendes@ifb.edu.br
(BRA)

In 2016, the International Olympic Committee approved the inclusion of five new modalities in the next edition of the Olympic Games in Tokyo. Among those are the named “adventure sports” such as: skateboarding, surfing and climbing. This article focuses on one of these sports, climbing. Rock climbing is part of the mountaineering, that is, sports which are practiced in mountain environment. The mountaineering movement emerged in the Cordillera of the Alps, the first climbing ascent rock in one of its peaks, was the Mount Aiguille, in France, by Antoine de Ville in 1492. This caused great excitement at the time, because it was believed that monsters and other fantastic creatures inhabited the mountains. So, intense was this fear that the following important alpine achievements only came out in 1744 (Mont Titlis), 1770 (Mont Buet) and 1779 (Mont Velan). In Brazil, the activity began in Rio de Janeiro around 1817. The aim of this theoretical essay presented here was to make a diagnosis and start a discussion on the level of preparedness of Brazil in relation to this sport, in terms of sports organization and scientific research in the area, as the country must be prepared to send representatives in the next edition of the Tokyo Olympics in 2020. For that end, it made a documentary survey and a literature review of: (1) the organization of sport in Brazil the federal level (how many associations, clubs, federations and confederations exist); (2) information about the practitioners of this sport (number of practitioners, their regional location, climbing practice, participation in competitions and associations / clubs / sports federations); (3) and of the scientific literature in Brazil (comprising the bio-psycho-social aspects of sport, that is, research that range from sports training in climbing and sports injuries arising or not, as psychological and sociability aspects). These data are compared as far as possible with what is available internationally related at sports organization and number of practitioners of this sport. Similarly, the data on the Brazilian scientific literature are compared to relevant data in the international literature. Finally, we discussed at the conclusion the results obtained and confront the challenges presented to Brazil as to their level of preparation, organizational and technical, to deal with their national representation in this sport at the Tokyo Olympics in 2020. But not only that, it is also questioned the climbing sport and its potential insertion in Brazil. As a result, we found this sport has an incipient organization in Brazil and still no financial support from the state due to legal issues; the number of participants is considerable and has increased in recent years despite national limitations for specific equipment; the scientific literature in Brazil is scanty and short

Actas Científicas

compared with the international literature, there are a lot more to do in discussions about the social, environmental, psychological e physiological aspects involved on this.

References:

BERTUZZI, Rômulo Cássio de Moraes et al. Fatores determinantes do desempenho na escalada esportiva: umas das contribuições da professora Maria Augusta Kiss para o desenvolvimento das ciências do esporte no Brasil. Revista Brasileira de Medicina do Esporte, v. 17, n. 2, p. 84-87, 2011.

HUMBERSTONE, Barbara; PRINCE, Heather; HENDERSON, Karla A. (Ed.). Routledge International Handbook of Outdoor Studies. Routledge, 2015.

MAROUN, Kalyla; VIEIRA, Valdo. Impactos ambientais positivos são possíveis nos esportes praticados em ambientes naturais?. Lecturas: Educación física y deportes, n. 108, p. 17, 2007.

RAMALHO, Rafael Tuler; LUCCA, Lula Lamounier. Análise do perfil de praticantes de atividades físicas em academias de ginástica com interesse por escalada esportiva indoor. Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte, v. 13, n. 2, 2014.

SEIFERT, Ludovic; WOLF, Peter; SCHWEIZER, Andreas (Ed.). The Science of Climbing and Mountaineering. Routledge, 2016.

Motivation and "No media" Sports: a study of Olympic Sports in Rio 2016

Pedro Lucas Leite Parolini

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
pedro-parolini@usp.br

Ary José Rocco Júnior

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

Eduardo de Oliveira Cruz Carlassara

Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

Marcelo de Castro Teixeira

Universidade Federal de Lavras

Alexander Calacio Caldas

Universidade Federal de Lavras

(BRA)

Introduction: In the year 2016, Brazil hosted the biggest sporting event in the world, the Olympic Games, which featured 42 sports. Among the sports included in this edition are the traditional soccer, volleyball and swimming for example. These sports, as advocated in the world, received thousands of spectators during the games and filled the big arenas of Rio 2016. However, given this range of Olympic Sports, some are still unknown by the Brazilian population. Still, these modalities which call here "no media" sports received public during the games. In this sense, understanding consumers of the sport and their behavior (Funk, 2009) is a challenge in the current environment of sports marketing (Mullin et al., 2004). Objective: Thus, the aim of this study was to identify the motivation of the public to attend the competition venues to watch the "no media" sports and understand what factors motivate the consumer in the decision to buy the tickets of these modalities in the Rio 2016. Methodology: For this, we designed a questionnaire which was applied to a sample of 64 spectators in the modalities Hockey and Weightlifting. The questionnaire had statements about the motivations for attending sporting events and at the time of purchase of the ticket. These assertions were exposed so that the individual responded in a Likert scale from 1 to 5 the degree of agreement with each statement. Regarding the motivation to attend the games, five areas were covered: Socialization, Performance, Esteem, Excitement and Distraction. Regarding the purchase of tickets factors like Event Type, Location and Modalities were the domains studied. Results: It was found that all five areas mentioned are indeed motivated to attend these "no media" sports events, therefore, the results point to a higher average than 3 in all of them. But the socialization domain showed higher average 4.32. The Performance domain appears less average, 3.13. In relation to the factors that motivate viewers to purchase the ticket, only the Event Type factor (average 3.88) was considered motivating factor when buying the ticket. The statement "I bought the ticket because it was the Olympic Games", belonging to this factor, achieving higher average, 4.01. Conclusions: It is clear that the Olympics by being configured as a spectacle event attracts individuals seeking a unique experience in these events, such as socializing

Actas Científicas

with others. For being a mega event that takes place every four years, consumers are encouraged to attend, regardless of which sport will attend. Just the fact of being in the Olympics is already a sufficient motivation to attract new viewers. A fact that could be exploited by these sports confederations "no media" in order to present these forms to the audience and attract new consumers. Research like this provide important information to managers of these sports on consumer behavior, which results in a more professional decision making, and planning a possible mode of action.

References:

Mullin, B. J.; Hardy, S.; Sutton, W. A. (2004). Marketing Esportivo. 2. ed. Porto Alegre: Bookman/Artemd.

Funk, D; Filo, K; Beaton, A, A; Pritchard, M. (2009). Measuring the motives of sport event attendance: bridging the academic-practitioner divide to understand behavior. Sport Marketing Quartely, 18. 126-138.

GESTIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS / SPORT FACILITIES

Comunicaciones Orales / Oral communications

The UEFA Euro 2016 in France: challenges, strategies, results

Michel Raspaud
Université Grenoble Alpes
michel.raspaud@univ-grenoble-alpes.fr
(FRA)

In 2008, was born in France the project to organize the UEFA Euro 2016. This, only eight years after the 1998 World Cup, and less than a quarter-century after the UEFA Euro 1984. The purpose of the communication is to understand the reasons and logic of such a project, and to explain its mechanism. The idea comes from the LFP (Professional Football League) and Mr. Frederic Thiriez in the campaign framework for his re-election to the presidency of the institution. Having acknowledged the weakness of French professional clubs (finance, spectators, sport results in European competitions), it is by this consensual project in the world of football, but also at the highest political level (Presidency of the Republic, Prime Minister), to ensure that the major national clubs are being equipped stadiums to compete with their European competitors (seats capacity, comfort, revenue). To do this, the LFP supported by the FFF (French Football Federation) commits a lobbying campaign among political staff, and numerous reports concerning France as a destination and its attractiveness (major events, tourism...) occurred between 2008 and 2010. On 28 May 2010, France is chosen (by 7 votes against 6 to Turkey) as the host of the competition. Several previous projects stadium construction are then: already underway (stadium of Lille), accelerated (stadium of Nice), or facilitated (stadium of Lyon), for this award. Another one is then initiated (Bordeaux), and works and / or expansions are made in other stadiums (Lens, Marseille, Saint-Etienne, and Toulouse). What was the real benefit of the competition for the clubs of the cities involved in the organization of UEFA Euro 2016? The new stadiums have they led to larger crowds of spectators? Are the national and international sporting results better? Does France have progressed in the European ranking (assigning places in European competitions between clubs)? What was the model of financing these stadiums? Are the clubs owners of these stadiums? Can we make a comparison with the FIFA 2014 World Cup and Brazil? It is these questions that communication provides answers.

References:

Chaix P. (org.), Les grands stades. Au coeur des enjeux économiques et sociaux entre collectivités publiques et clubs professionnels. Paris: L'Harmattan, 2011.

Gaffney C.T., Temples of the Earthbound Gods. Stadiums in the Cultural Landscapes of Rio de Janeiro and Buenos Aires. Austin: University of Texas Press, 2008.

Actas Científicas



Huber N., Stades suisses. Des origines à l'Euro 2008. Genebra: Slatkine, 2008.

Raspaud M., Le sport au Brésil. Paris: Chandeigne, 2016.

Seguin P., Valentin J.-L., Rapport de la Commission Grands Stades Euro 2016. Paris: Premier Ministre, 2008.

Actividades del Gestor Deportivo Municipal

Isela Guadalupe Ramos Carranza
Universidad de Colima
iramos5@uclm.mx

Rosa Elena Medina Rodriguez
Universidad Autónoma de Nuevo León

Javier Almazán del Pozo
Universidad Autónoma de Nuevo León
(MEX)

Introducción: La gestión deportiva ha sufrido un gran proceso evolución desde la antigüedad, basándose en las teorías científicas de la administración del siglo XIX y XX produciéndose cambios influenciados por ámbitos económicos-sociales estableciéndose como disciplina científica y profesional (Ratten, 2011). Objetivo: El objetivo de esta investigación fundamentar la necesidad la necesidad de diseñar un modelo de gestión en instalaciones públicas deportivas, así como describir las tareas proactivas que realiza el gestor deportivo en la comunidad Colimense. Método: Este trabajo es de carácter descriptivo pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables. La población de esta investigación fueron los gestores deportivos del estado de Colima, México (34 sujetos). La muestra ha sido intencionada, el tipo de muestreo fue no probabilístico, el método principal fue por conveniencia (Polit & Hungler, 2000). Resultados: De acuerdo a los resultados que se obtuvieron de esta búsqueda se concluye que las personas dedicadas a la gestión deportiva pública, necesitan cubrir un perfil más amplio de profesionalismo, poseer conocimientos de finanzas, recursos humanos, así como actividades deportivas, recordando que se debe llegar a la optimización de la instalación. Conclusión: podemos destacar que, para mejor rendimiento de la gestión pública, esta debe estar en relación constante con otros sistemas, el estado de Colima, es un pequeño en dimensión y población, se identifica que deben existir una mejor organización en cada uno de los municipios, sin embargo, carece de un modelo administrativo que permita brindar a la población de Colima un mejor servicio deportivo.

Referencias:

Polit, D., & Hungler, B. (2000). Diseños de muestreo. En investigación científica en ciencias de la salud (267-275). McGraw-Hill/ Interamericana de México.

Ratten, V. (2011). Sport management: Current Trends and Future. Thunderbird International Business Review , 53(6), 679-685.

El uso de prototipos para la construcción de espacios deportivos: ¿eficiencia o deficiencia? Una evaluación de la experiencia empírica

Camila Forcellini
Universidad Ibirapuera – Unib
cforcellini@gmail.com
(BRA)

Brasil está pasando por un momento que nunca antes había experimentado en su historia deportiva: la Copa Mundial de Fútbol de 2014 y los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2016 en Río de Janeiro mostró, aunque tardíamente, la inminente necesidad de crear espacios destinados a los deportes. En un intento de llenar esta "brecha" de forma rápida, el Ministerio de Deportes ha lanzado recientemente los Centros de Iniciación del Deporte (CIE), cuyo objetivo es ofrecer básicamente un diseño arquitectónico "estándar" a algunos deportes olímpicos y paralímpicos; la idea es que estos centros son situados en municipios seleccionados previamente que carecen de tales instalaciones. De acuerdo con la agencia de gobierno, los municipios fueron escogidos mediante la recopilación de algunos requisitos previos esenciales, entre los que podemos destacar la disponibilidad de tierra que tiene y las características topográficas y geotécnicas "adecuadas" para la construcción. Recurrir a proyectos estándar en los deportes no es una característica nueva: en los años 60 y 70, muchos centros deportivos estándar se construyeron en la ciudad de Sao Paulo, como parte de una política social para animar a la gente para practicar actividades físicas y recreativas. Dichos espacios, existentes en la capital del estado hasta nuestros días, se puede ver que estos "modelos" ya no son eficaces en el largo plazo, ya que el proyecto propuesto puede retrasarse, no suministrar más (y tal vez no suministrado) a las necesidades de los usuarios y los graves problemas que se presenten en los elementos constructivos, gestión y mantenimiento de las instalaciones. Esta situación, junto con la nueva propuesta del Ministerio de Deportes, proporcionó el momento de hacer una investigación sobre la eficacia de los proyectos modelo, sobre todo después de su aplicación. Este artículo tiene como objetivo presentar una experiencia empírica de la aplicación de estos modelos federales, mientras que señala indicadores básicos que pueden permitir a un proyecto de este tipo. Estos indicadores fueron contruidos a medida que cada paso necesario para el diseño y construcción de instalaciones deportivas en cuestión se alcanzó, en los parámetros esenciales, como el aumento de los datos sociales y geográficas de la zona en cuestión, demográficos, análisis de proyectos, análisis urbanístico, las condiciones actuales de arquitectura para la administración, operación y mantenimiento de espacios y equipamiento deportivo, y el factor humano. El objetivo de este experimento es presentar indicadores que ayudan a validar la implementación y construcción de instalaciones deportivas públicas, para su plena utilización y capacidad de renovación por un largo período de tiempo.

Palabras clave: áreas deportivas, indicadores, implementación.

Referencias:

FORCELLINI, Camila D. S. & CASTRO, Luiz Guilherme R. de (2009). A Cidade e o Esporte: Análise comparativa de 3 Centros Desportivos Municipais e suas articulações com a cidade. In: 6º Fórum de

Actas Científicas



Pesquisa FAU-Mackenzie, 2010, São Paulo. Anais (Pesquisa em Arquitetura e Design: Interloquções e Perspectivas). Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo.

RIBEIRO, Fernando Telles. (2011). Novos espaços para esporte e lazer: planejamento e gestão de instalações para esportes, educação física, atividades físicas e lazer. São Paulo: Ed. Ícone.

Posters

Las emociones en centros de fitness low-cost. Diferencias según el perfil del consumidor

Jerónimo García-Fernández
Universidad de Sevilla
jeronimo@us.es

Pablo Gálvez-Ruíz
Universidad Internacional de La Rioja

Luiza Vélez-Colon
Universidad Interamericana de Puerto Rico

Manel Valcarce
Universidad de Lleida
(ESP)

Introducción. Han, Back y Barrett (2009) afirman que las emociones podrían ser respuestas afectivas producidas a partir de experiencias de consumo. Su importancia radica en que las emociones podrían tener un efecto positivo sobre el comportamiento del cliente y por tanto sobre la satisfacción e intención futura de comportamiento (Ries y Sevillano, 2011). Precisamente las emociones positivas facilitarían la intención de práctica deportiva y habría una mayor predisposición a aumentar la frecuencia y la duración de esa actividad. En particular, la mayoría de estudios en el sector deportivo han analizado las emociones en eventos y turismo deportivo, existiendo un déficit en centros de fitness. Este trabajo tenía por objetivo analizar las emociones en clientes de centros de fitness low-cost y examinar si existían diferencias significativas según características del consumidor. Método. Se contactó con 100 directores de centros de fitness low-cost españoles participando finalmente 54. La muestra fue de 15820 (8462 mujeres y 7358 hombres) clientes. Se utilizó un cuestionario on-line, donde las emociones positivas se midieron con la escala propuesta por Pedragosa, Biscaia y Correia (2015) con un total de 9 ítems (Likert de 5 puntos; 1 = de ningún modo, 5 = extremadamente). También se solicitó información de edad, permanencia y número contactos con el personal. Se realizaron análisis de fiabilidad, descriptivos y de diferencias mediante el análisis de la varianza (Anova) con SPSS. Resultados. Los resultados indicaron un alfa de Cronbach de .945 para las emociones positivas. Existieron diferencias significativas en cuanto al género donde las mujeres obtuvieron puntuaciones más positivas ($M = 3.2$; $p < .001$); en la edad, obteniendo mejores puntuaciones los clientes entre 21 y 30 años ($M = 3.2$; $p < .001$); en permanencia, donde los de menos de 3 meses tenían puntuaciones más positivas ($M = 3.2$; $p < .001$), y el número de contactos, siendo los clientes que tenían más de tres contactos personales con los recursos humanos, aquellos que tenían mejores puntuaciones ($M = 3.5$; $p < .001$). Conclusiones. Los hallazgos encontrados indican que las emociones desencadenadas en los servicios deportivos en centros de fitness difieren según características de los clientes. Sin embargo, no se analizaron las emociones negativas por lo que se insta a examinarlas en futuros trabajos. Los resultados obtenidos en este trabajo podrían ser de interés para los gestores debiendo potenciar las

Actas Científicas

emociones en todos los clientes, ya que podría repercutir positivamente en el comportamiento de los mismos.

Referencias:

Han, H., Back, K., y Barrett, B. (2009). Influencing factors on restaurant customers revisit intention: the roles of emotions and switching barriers. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 563-572.

Pedragosa, V., Biscaia, R., y Correia, A. (2015). The role of emotions on consumers' satisfaction within the fitness context. *Motriz*, 21(2), 116-124.

Ries, F., y Sevillano, J. M. (2011). Relación de las emociones y la actividad física dentro de la teoría de la conducta planificada. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 7(24), 158-173.

Características psicométricas iniciales de la adaptación del Cuestionario de Evaluación de la Calidad Percibida en Servicios Deportivos a la población colombiana

Elena Conde Pascual
Universidad Católica San Antonio
econde@ucam.edu

Pablo Gálvez-Ruíz
Universidad Internacional de La Rioja

Ángela Jasmin Gómez Hincapié
Universidad Tecnológica de Pereira

Rita Pilar Romero Galisteo
Universidad de Málaga

Jerónimo García Fernández
Universidad de Málaga
(COL)

Introducción. La importancia del estudio de la calidad percibida de los servicios sigue siendo un aspecto necesario para las organizaciones deportivas. Conocer la percepción de los usuarios, así como sus necesidades, se convierten en objetivos fundamentales de cara a la adecuada toma de decisiones pues como sugiere Gutek (1995), permite establecer cambios en el tratamiento del servicio, además de la orientación de determinados aspectos del servicio tanto a las características como a las necesidades de los usuarios (Lin, Chiu y Hsieh, 2001). El interés en la evaluación de la calidad sigue siendo relevante en la literatura científica, además de suponer un punto de inicio a la hora de analizar las relaciones con otros constructos como la satisfacción, el valor y las intenciones futuras (García, Gálvez, Fernández y Vélez, 2016; Theodorakis, Howat, Ko y Avourdiadou, 2014). Este trabajo tiene por objetivo analizar las propiedades psicométricas iniciales de la adaptación del CECASDEP en una muestra de usuarios de servicios deportivos colombianos, a partir de la versión inicial utilizada en el contexto español (Gálvez, 2011), analizando su estructura factorial y las propiedades psicométricas iniciales. Material y método Se utilizó el Cuestionario de Evaluación de la Calidad en Servicios Deportivos (CECASDEP), propuesto por Gálvez (2011) con 48 ítems distribuidos en las dimensiones instalación deportiva, espacios de actividad, vestuarios, programas deportivos y técnico deportivo con un formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos (1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo). Resultados y conclusión Los prerequisites de la adecuación muestral ($KMO = .86$) y el test de esfericidad de Bartlett [$\chi^2(1128) = 13849,81$; $p < ,01$] fueron satisfactorios. El análisis de componentes principales mostró una estructura que explicaba el 79,12% de la varianza. La fiabilidad de las escalas fueron superiores a ,70 y la escala global obtuvo una fiabilidad de ,90. Los resultados muestran una pertinencia adecuada. No obstante, se considera necesario profundizar con el objetivo de proporcionar una herramienta de sencilla aplicación que facilite la mejora de la calidad en la gestión de organizaciones deportivas.

Palabras clave: calidad de servicio, calidad percibida, servicios deportivos, gestión de la calidad



Referencias:

Gálvez, P. (2011). Cuestionario para evaluar la calidad de servicios deportivos: estudio inicial de las propiedades psicométricas. Málaga: SPICUM.

García, J., Gálvez, P., Fernández, J. y Vélez, L. (2016). A loyalty model according to membership longevity of low-cost fitness center: quality, value, satisfaction, and behavioral intention. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(Suppl. 1), 107-110.

Gutek, B. A. (1995). *The dynamics of service: Reflections on the changing nature of customer-provider interactions*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Lin, N. P., Chiu, H. D. y Hsieh, Y. C. (2001). Investigating the relationship between service providers' personality and customers' perceptions of service quality across gender. *Total Quality Management*, 12(1), 57-67.

Correlación entre calidad percibida y satisfacción general de espectadores en un evento deportivo universitario

Nancy Ponce Carbajal

Universidad Autónoma de Nuevo León
nancyponcec@yahoo.com.mx

Mireya Medina Villanueva

Universidad Autónoma de Nuevo León

Luis Alberto Dueñas Dorado

Universidad Autónoma de Nuevo León

Oscar Franco Ávila

Universidad Autónoma de Nuevo León

Alma Rosa Lidia Lozano González

Universidad Autónoma de Nuevo León
(MEX)

Introducción y Objetivo: Determinar la correlación existente entre la calidad percibida global y la satisfacción del cliente. En la sociedad científica hay interés por estudios en eventos deportivos en áreas de gestión de la calidad en la búsqueda de los aspectos que puedan potencializar el rendimiento de los recursos, por medio de la identificación de la calidad en el servicio y la satisfacción del cliente (Calabuig, Mundina, y Crespo 2010). Por lo tanto, han surgido cuestionarios que evalúan la calidad percibida (Calabuig, Mundina, y Crespo 2010) y la satisfacción general (Hightower, Brady, y Baker, 2002). Metodología: Los participantes fueron 329 espectadores (129 mujeres y 200 hombres), de la Universiada Nacional 2015 en Monterrey Nuevo León, México. Los espectadores tenían entre 15 y los 79 (M = 32.2; DT = 15.1) años. El diseño de la investigación es de tipo transversal correlacional. El análisis de datos se realizó utilizando SPSS versión 21, los análisis de la fiabilidad y las correlaciones de Spearman. Los instrumentos utilizados son: Tangible (7 ítems): limpieza, audición, visión, diseño de la instalación y las sensaciones que le provocan. Personal (4 ítems): personal de la organización que presta sus servicios en el estadio, amabilidad, formación, capacidad y cantidad de personal a disposición. Servicios complementarios (4 ítems): efectividad, limpieza y adecuación a las necesidades de los espectadores de los aseos, servicios de cafetería y venta de productos. Accesibilidad (5 ítems): facilidad para circular por la instalación. También se integró el cuestionario de satisfacción general (5 ítems). Procedimiento: la recolección de datos fue en las instalaciones de los eventos de la Universiada Nacional 2015, con previo consentimiento informado se le solicito su participación anónima y voluntaria a los espectadores, se le informo que tardaría máximo 10 minutos. Resultados: para la fiabilidad se usó el alfa de Cronbach para ambos cuestionarios mostrando resultados adecuados (calidad percibida fue de .90 y para satisfacción general .86). Los análisis estadísticos realizados mostraron diferencias significativas y positivas en ambos cuestionarios, con valores de correlación moderados ($r = .54$ $p < .01$). Discusión: La calidad percibida y la satisfacción del cliente en este estudio están relacionadas positivamente, si aumenta la calidad, la satisfacción al parecer aumentará. Sin embargo, para un grupo de investigadores en eventos náuticos esto no sucede, el espectador no

Actas Científicas

percibe una calidad y satisfacción convincente ya que no participa en la misma instalación en varios eventos para valorar calidad y servicio (Calabuig, Quintanilla, y Mundina, 2008). En línea con Vergara, Quesada y Blanco (2012) la calidad del servicio y satisfacción del cliente son elementos que impactan en la decisión de repetir la experiencia. Y por ende se reconoce la importancia de estos conceptos en el ámbito comercial (García, Cepeda y Martín, 2012) Concluimos que la relación existente parece ser importante ya que si se integran los aspectos de sensación de comodidad y expectativas esperadas por el espectador entonces también se incrementa la percepción de satisfacción general del espectador por lo que entonces le ha valido la pena asistir al evento deportivo.

Referencias:

Calabuig, F., Mundina, J., y Crespo, J. (2010). Eventqual: una medida de la calidad percibida por los espectadores de eventos deportivos. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 18(2), 66-70.

Calabuig, F., Quintanilla, I., y Mundina, J. (2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 4(10), 25-43.

García J., Cepeda, G., y Martín, D. (2012). La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centro de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT1. *Revista de Psicología del Deporte*, 21(2), 0309-319.

Hightower, R., Brady, M.K. y Baker, T.L. (2002). Investigating the role of the physical environment in hedonic service consumption: An exploratory study of sporting events. *Journal of Business Research*, 55(9), 697-707.

Vergara, J. C., Quesada, V., y Blanco, I. (2012). Factores clave para la valoración de la calidad del servicio y satisfacción del cliente: modelos causales, desarrollo y evolución. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 1(35), 380-400.

PRACTICA PROFESIONAL / PROFESSIONAL PRACTICE

Comunicaciones Orales / Oral communications

LA EDUCACIÓN EN GESTIÓN DEPORTIVA Y SU IMPORTANCIA PARA LA INDUSTRIA DEL DEPORTE

Adaptación de propuestas de formación en Gestión Deportiva a modalidad e-learning: enfoque en el alumno

Javier Villarreal Doldán

Centro de Estudios Olímpicos UNL-COA – Universidad Nacional del Litoral
jevillar@unl.edu.ar

(ARG)

1. Objetivo del resumen. Contribuir a la formación de primer nivel en áreas de gestión deportiva (primera instancia) y a su adaptación en la modalidad de enseñanza virtual producto de las experiencias llevadas a cabo en el contexto de la Universidad Nacional del Litoral en la Ciudad de Santa Fe (Argentina). 2. Descripción práctica. En el año 2011, la creación de la carrera de Técnico Universitario en Gestión Deportiva, en la Universidad Nacional del Litoral, buscó cubrir, tal como se señalará en trabajos precedentes (Villarreal Doldán, 2015), un área de vacancia en la formación de profesionales técnicos que se desempeñan en la industria del deporte. En el año 2015, esta iniciativa se adaptó a la realidad de los potenciales graduados. En su gran mayoría, eran tanto personas que ya se encontraban trabajando en cargos de gestión en organizaciones deportivas, pero sin el conocimiento formal, como deportistas que buscaban capacitarse con vistas a su futuro fuera de la práctica deportiva activa de alta competencia. En consecuencia, se procedió a rediseñar la carrera para implementarla en entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje. 3. Contexto descriptivo, actores implicados. La adaptación a la modalidad virtual de la carrera de Técnico Universitario en Gestión Deportiva requirió de la colaboración de las Facultades de Bioquímica y Ciencias Biológicas, Ciencias Económicas, Ciencias Jurídicas y Sociales, la Dirección de Deportes y el Centro Multimedial de Educación a Distancia de la Universidad Nacional del Litoral. El manejo de los contenidos referentes a las materias que se dictan se adaptó a los recursos y actividades realizables a través de la plataforma virtual que la Universidad Nacional del Litoral utiliza, a partir del constructivismo social como filosofía de aprendizaje (Sánchez Rojo, 2009). De este modo se buscó fomentar la construcción del conocimiento en forma colaborativa por parte de un grupo social que interactúa en un entorno virtual de enseñanza y aprendizaje, sincrónica y diacrónicamente. 4. Implicaciones y aprendizaje. La adaptación a esta modalidad benefició la propuesta, lo que se tradujo en una mayor cantidad de preinscriptos en comparación de la modalidad presencial, a la vez que requirió de un mayor compromiso por parte de otras áreas de la Universidad y la articulación de las mismas para adecuar exitosamente la carrera; desde la interdisciplinariedad (académica, tecnológica, contable, legal, social y deportiva, principalmente). Apoyarse en estrategias constructivistas sociales para tratar los contenidos favorecerá la utilización de recursos informáticos y herramientas tecnológicas que no sólo

Actas Científicas

enriquecen la propuesta, sino que se ajustan a la forma en que se da el aprendizaje en la sociedad actual; ejemplo de ello son los estudios de casos, simulaciones, ligas de fantasía, entre otras (Villarreal Doldán, 2013). Así se colaborará en reafirmar que el uso crítico y pedagógico de las tecnologías en información y comunicación favorecen el aprendizaje significativo de los futuros profesionales técnicos de la industria del deporte.

Referencias:

Sánchez Rojo, I (2009). Plataforma educativa Moodle: administración y gestión. Madrid: RA-MA S.A. Editorial y publicaciones.

Villarreal Doldán, J. (2013). "Juegos de video por computadora como apoyo de propuestas de capacitación en gestión deportiva". Actas del Seminario RUEDA. Universidad Nacional de Cuyo. Extraído el 10 de octubre de 2016 desde http://www.uncu.edu.ar/seminario_rueda/upload/t18.pdf.

Villarreal Doldán, J. (2015) Gestión deportiva. Una primera aproximación. Santa Fe: Ed. Universidad Nacional del Litoral.

Pertinencia del currículum del pregrado Administración Deportiva de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en relación con las exigencias que demanda el sector

Danny Julián Mendoza Ferreira
Universidad Distrital Francisco José de Caldas
dannymf77@hotmail.com

Sorayda Martínez Monrroy
Universidad Distrital Francisco José de Caldas
(COL)

El sector del deporte, la recreación y la actividad física crece en todo el mundo de una manera exponencial, es por eso está catalogado como una industria global y muy mediática. Además del rompimiento constante de récords, marcas de clubes y equipos con ingresos que figuran en la revista Forbes, súper-atletas seguidos en todo el mundo y mega eventos transmitidos en cada rincón del planeta; existe un andamiaje administrativo, económico y de mercadeo tras bambalinas haciendo que el deporte se vea perfecto. (Molina, 2012) En Bogotá, Colombia, la Universidad Distrital Francisco José de Caldas ofrece a sus habitantes, una carrera de pregrado diseñada para suplir demandas administrativas del sector, Administración Deportiva; creada en 1994 (Universidad Distrital Francisco José de Caldas, 2016); es pionera en el ejercicio gerencial del deporte en todo el país. En esta industria tan voluble, así como en cada aspecto de la vida; es necesario estar en constante actualización y reinención. Por ello el presente trabajo pretende no solo saber qué habilidades y fortalezas demanda el sector en la actualidad, sino, además; conocer la cercanía de dichas exigencias con el currículum del programa universitario de Administración Deportiva, analizar así si sus contenidos curriculares, líneas de investigación y programas de extensión se orientan mancomunadamente hacia la realidad laboral que depara a sus estudiantes. En ese orden de ideas, el personal idóneo para determinar las habilidades necesarias con las que debe contar quien ostente o aspire a un cargo de índole administrativo o gerencial en una organización deportiva es sin duda quien labora dentro del gremio y vive día a día los retos que habitualmente en él subyacen. Dichos actores contribuyeron enormemente para el desarrollo del presente trabajo; expresando sus puntos de vista, planteando los conocimientos principales que debe poseer de un administrador deportivo, proporcionando opiniones respecto a los egresados del pregrado en cuestión e indicando la mejor manera de evaluar en la práctica los conocimientos adquiridos en el claustro educativo. Todos los criterios, comentarios, juicios de valor, sugerencias y planteamientos que se recogieron en la ruta del presente trabajo, arrojan conclusiones valerosas con miras a potenciar el profesional en Administración Deportiva, propiciando una construcción de conocimiento práctico y que aporte al desarrollo del deporte y la actividad física en el país. Dejando en claro por ejemplo, que habilidades técnicas y matemáticas no son en esencia imprescindibles a la hora de dirigir una organización (Velásquez, 2016), que los procesos de calidad y producción son temas que quien lidera una entidad del sector no necesariamente debe conocerlos estrictamente, que habilidades gerenciales, comunicacionales, de liderazgo y mercadeo son puntos clave a la hora de lograr la consecución de metas y objetivos de cualquier organización deportiva, y más resultados que espero, poder compartir más adelante con ustedes. Son muchos los retos y

Actas Científicas

cambios divisados en la industria deportiva, la propuesta es hacer los cambios necesarios en el currículo a fin de estar a la vanguardia y conseguir egresados cada vez mejor posicionados.

Referencias:

Molina, G. (2012). Sociología del Fenómeno Deportivo. Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz, S.L.

Universidad Distrital Francisco José de Caldas. (10 de 9 de 2016). Obtenido de Universidad Distrital Francisco José de Caldas: <https://www.udistrital.edu.co/dependencias/tipica.php?id=46>

Velásquez, T. (20 de 10 de 2016). Exigencias del mercado laboral sector Deporte. (D. Mendoza, Entrevistador).

Two Dollar Team

Gil Fried
University of New Haven
gfried@newhaven.edu
(GBR)

In many business programs students undertake a comprehensive business simulation as a capstone project. These games allow students to experience in real time what might happen to a business based on financial strategies undertaken by the students. While there is one business simulation involving a tennis shoe company, there is no simulation used for a professional sport team that takes into account the real issues associated with running a team. This presentation will walk the attendees through a game developed at the University of New Haven and available to all attendees that explores a fictitious team and the decisions that will be made by students over the course of one year (12 months to fit into a 12-week class schedule). Each team starts with 200 pennies (or any other small currency- but it makes the giving of money a real experience). They have various expenses they have to pay for and the timing of payments is consistent with that of a real team where money needs to be spent in certain months while revenue might not arrive until other months based on ticket sales and other revenue sources. Players need to make financial decisions every week representing what they will undertake that month, what costs they might try to minimize or where they might spend more and if they might need to borrow from the bank as part of their cash management strategy. As they say, the best laid plans of men.... During the course of a season things might go very wrong from a major injury to a key player to a broken HVAC system. Each will cost the team money and force the team to respond. Similarly, each team might go on a win streak or might land a new major sponsor. The reality is that some of these occurrences would be based on the decisions made by the team and some luck-or lack thereof. Every week students will be forced to develop their strategy and spending based on the actual money they have or need to borrow/pay back with interest. At the end of 12-weeks the fiscal year ends and the group of students (i.e. team) with the most amount of money wins. The game is a fun way to get students involved in various finance topics at the same time putting the pieces together so they understand how various finance issues affect strategy. The various financial issues covered by the game include: assets/liabilities, revenue/expenses, budgeting, cash management, borrowing, Excel tracking and financial strategies. The attendees will be given a printed copy of the game and will be given electronic versions as well so they can play the game with their students.

References:

Not sent.

TENDENCIAS, OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS PARA LA GESTIÓN DEPORTIVA

The numbers scare me!

Gil Fried
University of New Haven
gfried@newhaven.edu
(GBR)

Many students enter the field of sport management studies expecting to distance themselves as far as possible away from STEM fields. This is especially acute when it comes to math and the dreaded course- statistics. However, the days are numbered for those who wish to avoid math and statistics while working in the sport field. Those who teach sport management need to make sure students are ready for the reality of working in the sport field and that is to embrace analytic. While many sport related programs have examined athlete analytics (movement trackers, force plates, cameras, BMI, etc....) and some sport marketing classes examine Customer Relationship Management (CRM) systems- that have left many students unprepared for the extent to which numbers are used throughout the sport industry. The presenter has just finished writing a book (published by Routledge in November 2016) that examine sport analytics from a functional area analysis and encourages all sport management programs to develop an analytics centric approach to teaching sport management. Analytics can be covered from various approaches, but the easiest way to show students is through actual data sets and examples from the industry. Through using a sample data exercise with the attendees and sharing very specific industry examples (such as tracking game stewards at a soccer game in England to developing a budget for a marketing firm working an account activation at the 2014 World Cup) this presentation will explore how easy it is to add analytics to sport related classes and give students the edge they will need when working in the current sport environment. Special emphasis will be devoted to exploring areas such as human resources, manufacturing, production, legal, marketing, social media, finance, event management, facility management, and other functional areas without which a sport organization cannot operate- and through analytics these functional areas can run more effectively and either generate more income or reduce their cost.

References:

Fried, G. and Mumcu, C. (2016). Sport Analytics: A data-driven approach to sport business and management. Routledge Books.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN DEPORTE

La formación deportiva en las cajas de compensación familiar: su accesibilidad con calidad para los hijos de los trabajadores en Colombia

José Hernán Echeverri Giraldo
Caja de Compensación Familiar de Caldas
josehernan.echeverri@confa.co

Julián Andrés Barahona Vinasco
Caja de Compensación Familiar de Caldas
(COL)

Conocer la manera de operación de la Formación Deportiva de la Caja de Compensación Familiar de Caldas, demostrando que a bajos costos se puede acceder a un aprendizaje motriz de calidad. Descripción Práctica: En Colombia las empresas o unidades productivas con empleados vinculados mediante algún contrato de trabajo deben hacer un aporte equivalente al 9% de la nómina por concepto de los llamados aportes parafiscales, distribuidos en un 4% para el subsidio familiar (Cajas de Compensación Familiar), 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y 2% para el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). El subsidio familiar es una prestación social pagada en dinero, especie y servicio a los trabajadores de mediano y menores ingresos, en proporción al número de personas a cargo, y su objetivo fundamental consiste en el alivio de las cargas económicas que representa el sostenimiento de la familia, como núcleo básico de la sociedad. Los trabajadores afiliados a una caja de compensación familiar, dependiendo de sus ingresos se encuentran categorizados de menor a mayor en A, B, C y D, de modo que aquellos que tienen menores ingresos tendrán mayores aportes de la Caja para los servicios solicitados. En este sentido, se apoyan a afiliados y beneficiarios en el mejoramiento de su calidad de vida y realización de sus sueños de bienestar. Contexto Descriptivo, Actores Implicados: La Caja De Compensación familiar de Caldas cuenta con cerca de 3500 afiliados distribuidos en los 27 municipios del departamento. Dentro de las diferentes áreas de la organización se encuentra la de Recreación y allí el servicio de Deportes; en su portafolio se ofrece un componente denominado Formación Deportiva, en el cual los hijos de los trabajadores, en especial menores de edad cuentan con la posibilidad de inscribirse semestralmente en el aprendizaje motriz de cinco disciplinas deportivas: natación, karate, fútbol, patinaje y tenis de campo. Estos cursos se ofertan en los mejores escenarios deportivos de la ciudad y algunos municipios del departamento con docentes profesionales en Educación Física, Deporte y afines a muy bajos costos, dado que se subsidia en gran proporción el valor real del servicio. Teniendo en cuenta estos bajos costos, las inscripciones al inicio de cada semestre se agotan en casi tres horas; así, en el último semestre de 2016 se inscribieron 1529 personas; distribuidos en 137 grupos de natación (1044), 12 en karate (180), 8 en fútbol (220), 3 en patinaje (60) y 2 en tenis de campo (25). El valor semestral a pagar en promedio por una persona no afiliada en un curso deportivo en la ciudad de Manizales Colombia está en 300.000 pesos colombianos, es decir 101 dólares, mientras los afiliados que acceden a estos cursos sólo pagan un 25% y la Caja de Compensación Familiar subsidia el 75%. Implicaciones y Aprendizaje: Pese a los costos bajos por los aportes de la Caja de Compensación familiar, es posible tener una formación

Actas Científicas



deportiva de calidad y los trabajadores del sector productivo colombiano reconocen el papel que desempeña esta entidad para tal propósito.

Referencias:

No enviadas.

Posters

GESTIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS

El rol de la comisión en la administración del programa de actividades acuáticas en el SESC CONSOLACAO (Sao Paulo / Brasil)

Cristiane Godoy Trombini
Sesc Consolação
cris@consolacao.sescsp.org.br

Carlos Augusto de Freitas
Sesc Consolação

Joice Mayumi Nozaki
Sesc Consolação

Michelle Pereira de Carvalho Sales Silva
Sesc Consolação

Tatiana Maria Capuzzo Tiziano
Sesc Consolação
(BR)

El Sesc (Servicio Social del Comercio) es una institución que desarrolla acciones en la educación informal y permanente con la finalidad de beneficiar a las personas mediante el fomento de la autonomía personal y la interacción, por medio del contacto entre diferentes maneras y expresiones de pensar y de actuar (SESC, 2016a). En el Estado de São Paulo están ubicadas 36 unidades del SESC, que en su mayoría son centros culturales y deportivos, siendo una de estas unidades el SESC Consolação. El Programa de Actividades Acuáticas de esta institución tiene como objetivo desarrollar habilidades que posibiliten la seguridad del practicante en el medio líquido, el aprendizaje de los estilos de natación, el acondicionamiento físico, la recreación y el bienestar (SESC, 2016). Este programa está dividido en Recreación Acuática, Hidrogimnasia y Prácticas Acuáticas. En la unidad Consolação, la gestión se lleva a cabo por un comité formado por un monitor de deportes y por cinco instructores de actividades físicas del Núcleo Físico Deportivo. El proceso administrativo de división por comisiones, que se corresponde con el acercamiento de nuestro trabajo, está relacionado con la teoría de la administración, porque se encuadra en el abordaje y en la estructura matricial, en la cual la organización mantiene la estructura funcional para las funciones internas y también añade la estructura divisional de los servicios a realizar (Chiavenato, 2004). Este relato tiene como objetivo evaluar el trabajo realizado por el Comité del Programa de Actividades Acuáticas del SESC Consolação en 2016. Esta Comisión centraliza las informaciones sobre el programa en un grupo de personas y, de esta forma, facilita la gestión. Además, tiene como propósito realizar el plan anual de todos los cursos y clases, organizar y evaluar los hechos y llevar a cabo el listado de los materiales y de las necesidades de contratación. En 2016, la Comisión realizó reuniones con los siguientes objetivos: elaboración de la planificación anual, organización y evaluación de los eventos. A partir de los relatos de los miembros

Actas Científicas

de la Comisión, se señalan los siguientes puntos positivos: se observó una mejoría en la comunicación y una mayor aproximación entre las personas que compartían los mismos objetivos y preferencias, el fortalecimiento del trabajo en equipo, la organización de eventos de calidad, la expansión y enriquecimiento de las acciones. Todo ello ha llevado a un mayor interés y participación del público (estudiantes). Se señalan también los siguientes puntos negativos: el tiempo utilizado para las reuniones aumenta la carga de trabajo de los miembros de la Comisión, la falta de comunicación y de ideas alineadas con los instructores que trabajan en el programa pero no forman parte de la Comisión, la ausencia de una evaluación que permita valorar la planificación y de las clases de acuerdo con el propósito y enfoque del Programa y la no inclusión la Hidrogimnasia y de la Recreación Acuática en detrimento de un total enfoque al curso de Prácticas Acuáticas. Esta evaluación servirá como base para desarrollo del trabajo de la Comisión para el año de 2017.

Referencias:

Chiavenato, I. (2004). *Administração nos novos tempos*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Sesc (2016b). *Programação: Programa de Atividades Aquáticas*. Recuperado em 24 out 2016, de http://www.sescsp.org.br/programacao/52898_PROGRAMA+DE+ATIVIDADES+AQUATICAS#/content=cursos

Sesc (2016a). *Sobre o Sesc: quem somos*. Recuperado em 24 out 2016, de <http://www.sescsp.org.br/pt/sobre-o-sesc/quem-somos/>

COMUNICACIONES LIBRES / FREE COMMUNICATIONS

LA EDUCACIÓN EN GESTIÓN DEPORTIVA Y SU IMPORTANCIA PARA LA INDUSTRIA DEL DEPORTE

La Gestión Educativa de la Gestión Deportiva

Daniel Di Donato
Universidad Blas Pascal
danieldidonato@yahoo.es

Julian Maad
Universidad Blas Pascal
(ARG)

La demanda de las actividades deportivas, el aumento constante de participantes con la intención de mejorar la calidad de vida, la competencia y la necesidad de innovar de manera permanente en la prestación de los servicios ofrecidos, requiere el uso de herramientas de gestión adecuadas para brindar distintas posibilidades a los destinatarios, de acuerdo a la actual complejidad del mundo deportivo. En la actualidad, para brindar un servicio deportivo de calidad, es necesario ser eficientes en la gestión del deporte. Es imperioso contar con dirigentes que sean capaces de proponer y articular distintos objetivos, definir estrategias e implementar una planificación orientada a mejorar la gestión y administración deportiva en conjunto con los sectores privados, tales como empresas y organizaciones deportivas y el sector público (municipios, provincias y nación). Muchas de las acciones que la UBP ha venido realizando en este campo del saber han puesto en juego tareas vinculantes con los sectores mencionados, sería esperable que la institución capacitara con un programa específico a personas idóneas con perfil para continuar en esta senda de oportunidades amplias. La UBP cuenta con una trayectoria importante en la enseñanza de la administración de organizaciones, en la titulación de grado en Educación Física (1997 en adelante) y más recientemente en la Gestión Deportiva, a través de una Diplomatura en Gestión Deportiva a distancia (desde 2009, con 13 ediciones cumplidas). Esta Diplomatura es un programa con herramientas variadas, entre ellas del campo del management. Se trata de una concepción multidisciplinaria de la gestión, atendiendo al conjunto de funciones que se vinculan con el planeamiento, organización, dirección y evaluación de planes estratégicos aplicables al ámbito deportivo. El futuro gestor de organizaciones e instituciones deportivas deberá combinar habilidades administrativas con un alto grado de compromiso social, buen juicio, imaginación, experiencia e idoneidad para definir objetivos, establecer prioridades, planificar estrategias, desarrollar capacidad de decisión y de conducción imponiendo un alto grado de desempeño tanto en sí mismo como en sus colaboradores.

Referencias:

No enviadas.

LOS EVENTOS DEPORTIVOS: GRANDES Y PEQUEÑOS, GLOBALES Y LOCALES

La importancia de la organización de eventos para las divisiones inferiores de las organizaciones deportivas

Ana Paula Lickiewicz
Club Atlético Unión de Santa Fe (Argentina)
anapaula1989sf@gmail.com
(ARG)

Las organizaciones deportivas multidisciplinarias como la mía propia, el Club Atlético Unión de Santa Fe, tienen como misión de cultivar y difundir las prácticas deportivas, aunque a veces existen prioridades por una disciplina en particular, profesionalizándola y convirtiéndola en la elite del deporte local, dejando a las divisiones inferiores en un segundo plano. Por ello, para los deportes que no conforman la prioridad de la institución y del contexto sociocultural (como el Fútbol en Argentina) es muy difícil destacar y tener una gran llegada al público y los potenciales participantes. Sin embargo, existen herramientas que estas disciplinas pueden utilizar para desarrollarse y construir una base fuerte para el futuro cercano. Las exhibiciones y las competencias son una oportunidad para difundir la actividad, para elevar el nivel del deporte y diversificar la cartera de ofertas que posee una organización. Se requiere contar con dirigentes capaces de conformar un Comité Organizador de eventos deportivos que opere con conocimiento de gestión para ser eficaz al diseñar, desarrollar, aplicar y disolver los proyectos. La mayoría de las veces, las divisiones inferiores de una organización están asociadas a Federaciones Nacionales que las habilitan a realizar encuentros de proyección nacional e internacional, presentando una oportunidad de fortalecimiento de la imagen de la institución madre y la importancia que una disciplina en particular puede obtener dentro de ella. Sin embargo, el fortalecimiento del deporte no pasa únicamente por la posición institucional sino por el desarrollo de la actividad que se practica: la cantidad de miembros, la permanencia, el nivel de performance de los deportistas, la participación del equipo en los eventos, la capacidad de la dirigencia, el semillero de deportistas, entre otros. De poco serviría que la Sub Comisión Directiva de una división inferior se postule para organizar un torneo nacional, si no posee un grupo de deportistas motivados y de buen desempeño que le de vida a los eventos planificados. Probablemente se llegue a contar con un buen equipo organizador, pero se verá mermado por el desarrollo netamente deportivo y eso no es una buena imagen para su institución. Por ello, a veces es necesario organizar eventos que no apunten tanto a la élite de las Federaciones, sino a la población llena de potenciales deportistas, a la juventud, a la detección de talentos, a la inserción de una actividad en la conciencia de la sociedad para que tenga aceptación y difusión. La gestión de los eventos deportivos y la búsqueda de la elevación del nivel de una actividad en particular pueden combinarse exitosamente para el desarrollo de las divisiones inferiores de una organización. El hecho de no pertenecer a un deporte de preferencia sociocultural o institucional no es motivo para quitarle importancia o dedicarle menos recursos. Por el contrario: el objetivo es cultivar y mejorar las prácticas deportivas para elevar su posición dentro de la organización y en la sociedad local, y por ende se debe apuntar a ejecutar estas actividades como a los deportes más profesionales.

Actas Científicas



Referencias:

Gestión de las Organizaciones Olímpicas Deportivas (MOSO – Solidaridad Olímpica).

Subcomisión de Arquería del Club Atlético Unión, Santa Fe, Argentina.

LA EVOLUCIÓN DEL DEPORTE A NIVEL MUNDIAL

Desarrollo del Deporte Olímpico Argentino

Daniel de la Cueva
Universidad Blas Pascal
danieldelacueva@yahoo.com.ar
(ARG)

El desarrollo histórico de la participación y resultados en Juegos Olímpicos en la Argentina ha tenido muchas particularidades que se entienden como propias y a la vez notorias. Se presentan una sucesión de hechos y circunstancias históricas que permiten caracterizar su evolución desde 1896, hasta nuestros días. Presente en los Orígenes del Movimiento Olímpico, en el Congreso de París 1894, a través del destacado docente Dr. José Benjamín de Zubiaur represento a la República Argentina, y fue el único representante de sudamericano en ocasión del Congreso Atlético de La Sorbona. A pesar de ser uno de los pocos países fundadores de COI, Argentina no participó en los Primeros Juegos Olímpicos Modernos de Atenas 1896, ni fundo un Comité Olímpico Nacional para los siguientes cinco juegos, sino que recién se creó Comité Olímpico Argentino para los Juegos de París 1924. Los primeros Miembros COI para Argentina fueron incapaces de lograr la participación olímpica de Argentina, por fracaso de gestiones, o movidos por otras prioridades deportivas, lo que causó sus remociones como Miembros de Comité Olímpico Internacional. Probablemente la tendencia de la “educación físico deportiva” no estaba aún instalada como paradigma en el país, y por eso no fue prioritaria la participación Argentina en Juegos Olímpicos Modernos, hasta los de VIII Olimpiada Moderna en París de 1924. Se elige el logro de las Medallas Olímpicas porque representa eventos mutuamente comparables, estándar del deporte universal, realizado a intervalos de tiempo regulares y a la vez permite confrontar el posicionamiento del Deporte Argentino, con el de otros países del mundo y del continente. Argentina estuvo presente de manera positiva en el medallero desde su primera participación en París 1924. El análisis de cada éxito muestra la importancia social y política de parte del Estado en el desarrollo del deporte competitivo, y la pertinencia de la Educación Física Escolar. Las medallas olímpicas argentinas desde 1924 hasta 2012, confirma claramente la existencia de distintos periodos histórico-deportivos. Existen por menos tres periodos en los que se evidencia la influencia política y social, y demuestran que los mejores desempeños deportivos, se produjeron durante los gobiernos democráticos. Estos tiempos político-deportivos, son evidencia de manera inequívoca la influencia negativa que tuvo en el deporte argentino, los gobiernos de facto que se produjeron durante distintas dictaduras militares. Puede relacionarse en particular las 30.000 personas conocidos como desaparecidos, entre 1976 y 1982 en el que los deportistas argentinos no lograron ninguna medalla olímpica. En los inicios del Movimiento Olímpico Argentino hubo razones institucionales y políticas que retrasaron la participación del CON de Argentina a los Juegos de las primeras seis Olimpiadas. En contra de lo que ocurrió con otros gobiernos totalitarios, en Argentina fue muy negativo para el Deporte Olímpico. Y entre 1955 y 1982, la frecuente supresión de los derechos individuales y constitucionales, produjo la exclusión de muchos jóvenes al desarrollo del deporte de Alto Rendimiento y una destrucción de los valores del Olimpismo.

Actas Científicas



Referencias:

No enviadas.

LOS ASPECTOS LEGALES Y POLÍTICAS DE GOBIERNO EN EL DEPORTE

FIFA V. U.S Supreme Court: The Need of Changes in FIFA's Behavior Against Local Courts

Ammar Alrefaei
King Abdulaziz University
asalrefaei@kau.edu.sa
(SAU)

FIFA (the Fédération Internationale de Football Association) is the international governing body for the sport of soccer; FIFA has also the power to oversee the action of local federations. As a part of the FIFA Statutes, FIFA adopted a law that prohibited the use of courts of law to solve any dispute related to the soccer. Local federations and FIFA judicial committees have the jurisdiction over such disputes, and any appeal should be submitted exclusively to the Court of Arbitration for Sport (CAS). Failure to obey this rule will cause sanctions from FIFA against violators and their local federations, FIFA sanctions for violations vary from warning to the expulsion from the game of soccer internationally. Articles number 57 and 62 of the FIFA Statutes prohibits taking legal action against FIFA or local soccer authorities, league, players, agents, etc..... to the local courts of law, parties can only use FIFA committees or CAS and if parties did not follow this article FIFA can impose sanctions against violators and their local federations. This paper will discuss the potential outcomes of one current, and one potential lawsuit brought to U.S Courts. First, three U.S youth teams sued MLS and three U.S national teams players (Clint Dempsey, Michael Bradley, De Andre Yedlin) over training and solidarity fees. The U.S. Soccer Federation prohibits U.S. youth teams from collecting such fees and have instructed domestic leagues including MLS and NASL to follow its guidelines, not the ones mandated by FIFA regulations. Second, the North American Soccer League (U.S second tier league) Claims that Major League of Soccer (U.S first tier league) and the US Soccer Federation have violated U.S Antitrust Law when the US Soccer Federation changes the rule. NASL has accused US Soccer and MLS of conspiring to assure that MLS have no competitors for top flight football in the United States, a violation of American antitrust law. Among the proposed changes to US Soccer's requirements for a league to qualify as Division I are increasing the minimum number of clubs from 12 to 16, and requiring all 16 clubs to play in stadia with a capacity of 15,000 or more. In this paper, I will study the rules of FIFA and how FIFA handled similar situations in past, for example: the case of F.C Sion. Also, how U.S Courts decided comparable claims previously, for example: (Los Angeles Memorial Coliseum Commission v. NFL, 726 F. 2d 1381), (Charles O. Finley & Co., Inc. v. Kuhn, 569 F. 2d 527), (American Needle, Inc. v. National Football League, 130 S. Ct. 2201), (US Football League v. National Football League, 644 F. Supp. 1040). This paper will conclude with a proposal to resolve this issue.

References:

Not sent.

DEPORTE PARA TODOS Y SISTEMAS DE DEPORTE DE ÉLITE

Marketing Olímpico

Daniel de la Cueva
Universidad Blas Pascal
danieldelacueva@yahoo.com.ar
(ARG)

El trabajo presente muestra como los Juegos Olímpicos Modernos, son concebidos desde la óptica del marketing tradicional, y se constituyen en un elemento del mercado del entretenimiento Global. Es importante analizar el desarrollo de este proceso de financiación del Movimiento Olímpico, y describir cronológicamente su importancia y evolución. El origen y distribución de los fondos para el Movimiento Olímpico, muestran la existencia de un complejo sistema interdependiente de procesos de marketing en el mencionado Movimiento. Los Juegos de Rio de Janeiro 2016, han demostrado aciertos y también recibieron demandas, pero en general demuestran crecimiento y evolución. Finalmente se presenta una interpretación de su justificación e importancia en el Movimiento Olímpico.

Referencias:

No enviadas.