

## NORMAS DE PUBLICACIÓN

### ENTIDAD EDITORIA

Asociación Madrileña de  
Derecho y Gestión del Deporte

Avda. Filipinas, 16  
28003-MADRID  
revista@amdeged.es

### DIRECTOR

Antonio J. Monroy Antón  
Univ. Autónoma de Madrid

### CONSEJO DE REDACCIÓN

Guillermo Rocafort Pérez  
Univ. Carlos III

José Manuel Almudí Cid  
Univ. Complutense de Madrid

Antonio J. Monroy Antón  
Univ. Autónoma de Madrid

Carmen Domínguez Sánchez  
AEOED

Jorge Otero Rodríguez  
Univ. Autónoma de Madrid

Julián Campo Trapero  
Univ. Complutense de Madrid

Xavier de Montille  
Univ. de París

Alistair Maclay  
Univ. de Oxford

NÚMERO 8  
OCTUBRE-DICIEMBRE 2009

ISSN: 1989-256X

1. La Revista Internacional de Derecho y Gestión del Deporte publica trabajos de carácter científico que estén realizados con rigor metodológico y que supongan una contribución al progreso en el ámbito del Derecho Deportivo y la Gestión del Deporte. Se recogen trabajos de naturaleza teórica, experimental, empírica y profesional con preferencia para aquellos que presenten cuestiones actuales y de relevancia científica y discutan planteamientos polémicos. Por lo demás, la interdisciplinariedad en el campo de la actividad física y deportiva es un objetivo de la Revista, por lo que existirá una sección para trabajos de cualquier otro área distinta a las dos mencionadas.
2. Los trabajos habrán de ser inéditos, no admitiéndose aquéllos que hayan sido publicados total o parcialmente, ni los que estén en proceso de publicación o hayan sido presentados a otra revista para su valoración. Se asume que todas las personas que figuran como autores han dado su conformidad, y que cualquier persona citada como fuente de comunicación personal consiente tal citación.
3. Los artículos deberán prepararse según las normas ISO 690-1987 y su equivalente UNE 50-104-94. Estas normas se pueden consultar en el enlace [http://www.uc3m.es/portal/page/portal/biblioteca/aprende\\_usar/como\\_citar\\_bibliografia](http://www.uc3m.es/portal/page/portal/biblioteca/aprende_usar/como_citar_bibliografia). Los manuscritos que no se atengan a dichas normas no serán considerados para su publicación. Los manuscritos deberán ser en letra Times New Roman 12, a un espacio y medio y con una extensión de entre 5 y 20 páginas, con márgenes de 3 centímetros y con las páginas numeradas. Los originales podrán estar escritos tanto en tanto en idioma castellano como en inglés.

La primera página del manuscrito incluirá únicamente el Título pero no los autores, para garantizar el anonimato en la revisión.

La 2ª página incluirá:

- a. Título del artículo.
  - b. Nombre de cada autor completo, y de sus instituciones, ciudad y país.
  - c. Un resumen en castellano y otro en inglés de entre 100 y 150 palabras.
  - d. El título en inglés.
  - e. Entre 4 y 8 palabras clave en castellano e inglés, al pie de cada resumen.
  - f. Información suficiente para el contacto con el autor (dirección postal completa, teléfonos y correos electrónicos).
  - g. Se deberán indicar —si es el caso— las fuentes de financiación de la investigación, así como el hecho de haberse presentado (de forma previa o preliminar) en algún congreso, simposio o similar. Se podrán incluir notas a pie de página.
- Las tablas, gráficos y figuras deberán estar una en cada hoja, indicándose en el texto su ubicación.

Biografías. Para cada autor se debe indicar la actual afiliación y el máximo grado académico obtenido (campo, año de obtención, institución). Se deberán adjuntar como una hoja separada al final del texto.

4. Los trabajos serán enviados o bien por correo electrónico a la dirección [revista@amdeged.es](mailto:revista@amdeged.es), o a la dirección de correo:

#### Asociación Madrileña de Derecho y Gestión del Deporte

Av. Filipinas, 16 Bajo - B  
28003 - Madrid (España)

5. Los trabajos remitidos serán revisados anónimamente por al menos dos revisores externos antes de la evaluación del Consejo de Redacción. La recepción se comunicará de inmediato, y se han de esperar por lo general entre 1 y 3 meses para recibir las revisiones. Los artículos aceptados (dependiendo de la rapidez en las revisiones y en la realización de las revisiones posteriores) pueden esperar ser publicados alrededor de 4 meses después de su remisión. En caso de no ser aceptado, el original se devolverá a petición del autor.
6. Si se acepta un trabajo para su publicación, los derechos de impresión y de reproducción por cualquier forma y medio serán propiedad de la Revista. La Revista de AMDEGED no rechazará ninguna petición razonable por parte del autor para obtener el permiso de reproducción de sus contribuciones. Asimismo, se entiende que las opiniones expresadas en los artículos son de responsabilidad exclusiva de los autores y no comprometen la opinión y política científica de la Revista. Igualmente, las actividades descritas en los trabajos publicados estarán de acuerdo con los criterios y normativa vigente, tanto por lo que se refiere a experimentación como en todo lo relativo a la deontología profesional. La Revista podrá solicitar a los autores copias de los datos en bruto, manuales de procedimiento, puntuaciones, y, en general, material experimental relevante.

## SUMARIO

### ***- Derecho y Gestión del Deporte***

**LA PERCEPCIÓN DE DIRECTORES-COORDINADORES, SOBRE EL  
ACONDICIONAMIENTO DE CENTROS FITNESS PARA EL USUARIO  
MAYOR**

**Jerónimo García Fernández, Borja Sañudo Corrales..... 3**

**CONTABILIDAD, NORMAS Y PRÁCTICAS DE BUENA GESTIÓN EN  
LAS FEDERACIONES DEPORTIVAS DE LA REGIÓN DE MURCIA**

**Ángel Rodríguez López..... 21**

**A CLOSER LOOK AT PERCEIVED SERVICE QUALITY OF BASKETBALL  
SPECTATORS: DIFFERENCES AMONG GROUPS OF SPECTATORS  
AND PREDICTION OF OVERALL SERVICE QUALITY.**

**Dr. Ferrán Calabuig Moreno, Dr. Douglas Michele Turco, Dra. Ana  
Gómez Tafalla, Josep Crespo Hervás..... 30**

**EL REPARTO DE LAS COMPETENCIAS PÚBLICAS EN EL DEPORTE**

**Dr. Eur. Antonio J. Monroy Antón..... 41**

### ***- Otros***

**ESTUDIO DE LAS RELACIONES DEL COEFICIENTE DE INTELIGENCIA  
CON OTRAS VARIABLES Y SU INFLUENCIA EN EL DEPORTE**

**Gema Sáez Rodríguez..... 49**

**LA PERCEPCIÓN DE DIRECTORES-COORDINADORES, SOBRE EL  
ACONDICIONAMIENTO DE CENTROS FITNESS PARA EL USUARIO MAYOR**

**Jerónimo García Fernández**  
Universidad de Sevilla

**Borja Sañudo Corrales**  
Universidad de Sevilla

**RESUMEN**

En el presente estudio se evalúa la apreciación de los directores – coordinadores de centros de fitness privados, sobre la adecuación de sus instalaciones para el usuario mayor de 60 años. La muestra estaba compuesta por 37 centros de fitness privados del municipio de Sevilla, que fueron evaluados por medio de un cuestionario específico. Las principales conclusiones que se desprenden de esta investigación son: 1) El personal tiene habilidades sociales y formación suficiente para trabajar con personas mayores; 2) Las instalaciones y las condiciones ambientales son adecuadas para el usuario mayor; 3) El usuario mayor realiza más actividades cardiovasculares que de tonificación muscular; 4) No existe relación entre la imagen del centro de fitness y un determinado grupo de población.

**ABSTRACT**

The aim of the current study is to evaluate whether or not fitness centers are suitable for users over 60 years, asking managers or center's coordinator. Thirty seven private fitness centers in Seville were assessed by using an specific questionnaire. The main findings from this research are: 1) staff and social skills training is sufficient to work with the elderly, 2) The facilities and environmental conditions are more suitable for users, 3) Users perform not just cardiovascular activities but also strengthening, 4) There is no relationship between the image of fitness centers and specific population groups.

**PALABRAS CLAVE:** Centro de fitness, mayores, recursos humanos, servicios deportivos, imagen de la organización, instalaciones.

**KEY WORDS:** Fitness centers, elderly, human resources, sport services, image of the organization, facilities.

## INTRODUCCIÓN

La cultura actual está muy concienciada con el deporte y la mejora de la calidad de vida (CDV), determinando en parte los movimientos culturales y los estilos de vida. España podría ser un claro ejemplo de esta afirmación, pudiéndose apreciar un incremento del interés deportivo en los últimos años, propiciado por la diversificación de las redes sociales, personalización de los servicios deportivos y por el aumento de practicantes de diferente sexo y edad<sup>1</sup>. De la misma manera, la continua evolución del sector público y privado, han jugado con la oferta y la demanda de sus productos, impulsando el cambio del concepto deporte como competitividad y orientación a logro<sup>2</sup>, a uno vinculado con la salud y el ocio.

Como se recoge en el estudio realizado por García Ferrando<sup>3</sup>, el éxito de la industria del deporte está asegurado, observándose a lo largo de las últimas décadas una evolución ascendente en los practicantes activos y pasivos, lo que podría hacernos pensar en una mayor concienciación por el deporte y una mejora en la CDV. Este estudio recoge que en España existen diferencias en la práctica deportiva, ocupando Andalucía el décimo cuarto lugar con un 33% en cuanto a la práctica deportiva. Aún así, es la comunidad que más ha incrementado en los últimos años la práctica, teniendo como objetivo para el 2016 aumentar a un 50%<sup>4</sup>.

Estos aspectos, por un lado el aumento de la práctica y por otro el incremento de centros deportivos, podría sugerirnos una tendencia de la práctica del ejercicio físico hacia un nuevo sector en alza. De hecho, encontramos en la década de los 90, un aumento de

---

<sup>1</sup> GARCÍA FERRANDO, M. “Veinticinco años de análisis del comportamiento deportivo de la población española (1980-2005)”. *Revista Internacional de Sociología*. 2006a, núm. 44, p. 15-38.

<sup>2</sup> CAMPOS, C. *Dirección y marketing de servicios deportivos*. Barcelona: Gestió i promoció, 2004.

<sup>3</sup> GARCÍA FERRANDO, M. *Posmodernidad y Deporte: Entre la individualización y la masificación*. Madrid: CSD – CIS, 2006b.

<sup>4</sup> CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE. *Los Objetivos Generales del Deporte Andaluz 2008-2012*. Sevilla: Junta de Andalucía, 2008 [ref. 10 de Agosto de 2008]. Disponible en Web: <http://www.pegeda.com/2008/PresentacionManuelJimenezBarrios.pdf>

centros de fitness (CF), propiciado por la mejora económica de la sociedad, y la búsqueda de hábitos saludables<sup>5</sup>, convirtiéndose comercialmente en nuevos servicios deportivos, demandados por una sociedad cada vez más preocupada por la estética y la salud.

Todo ello hace que actualmente en España existan 13.000 CF, dando lugar a 75.000 empleados en todo el sector, y ocupando en Europa el segundo lugar en facturación en millones de euros de la industria del fitness, llegando a 3.600 millones de euros de los 22.758 millones que se ha facturado en 2008<sup>6</sup>, encontrando<sup>7</sup> que la mayoría tienen superficies que oscilan entre los 400 m<sup>2</sup> y los 600 m<sup>2</sup>.

En ellos, las actividades y servicios que se realizan, son cada vez más diversificados, comenzando a dar mucha importancia a la calidad de los servicios como creadores de ventaja competitiva<sup>8</sup>, y repercutiendo la satisfacción del cliente en la situación económica y competitiva del mercado<sup>9</sup>. Es de este modo, que factores como el personal (formación técnica, motivación laboral, etc.), la evidencia física (instalaciones, maquinaria, etc.), las condiciones ambientales o la imagen del CF, sean primordiales para la rentabilidad del mismo<sup>10</sup>.

---

<sup>5</sup> REVERTER, J.; BARBANY, J. R. "Del gimnasio al ocio-salud. Centros de fitness, Fitness Center, Fitness & Wellness, Spa, Balnearios, Centros de Talasoterapia, Curhotel". *Apunts: Educación Física y Deportes*. 2007, núm. 90, p. 59-68.

<sup>6</sup> SERRANILLOS, M.; VALLE, S.; RIAÑO, P. "El gimnasio, el mejor lugar para sudar la crisis". *Expansión*. 2009, p. 10-11.

<sup>7</sup> Los gimnasios, un mercado en expansión. *Instalaciones Deportivas XXI*, 2007, núm. 148, p. 60-61.

<sup>8</sup> HU, H-H.; KANDAMPULLY, J.; JUWAHEER, T. D. "Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image: an empirical study". *The Service Industrie Journal*. 2009, núm. 29 (2), p. 111-125.

<sup>9</sup> NARVER, J. C.; SLATER, S. F.; MACLACHLAN, D. L. "Responsive and proactive market orientation and new product success". *Journal of Product Innovation Management*. 2004, núm. 21 (5), p. 334-347.

<sup>10</sup> PAPADIMITRIOU, D. A.; KARTEROLIOTIS, K. "The service expectations in private sport and fitness centers: A reexamination of the factor structure". *Sport Marketing Quarterly*. 2000, núm. 9, p. 157-164.

No cabe duda que el auge de este tipo de negocios se basa en una clientela motivada fundamentalmente en primer lugar, “por realizar ejercicio”, seguido de la “necesidad personal de hacer deporte”, y finalmente por la “evasión de problemas” y el “deporte como ocio”<sup>11</sup>, y es precisamente en esa línea hacia donde deben orientarse los servicios. A su vez, encontramos que del año 1987 al 2002 ha existido un aumento de cerca de veinte millones<sup>12</sup>, cuyo perfil tipo suele ser menor de 35 años<sup>13,3,14,6,15,16</sup>, y de sexo masculino<sup>13,6,15,16</sup>, aunque también encontramos lo contrario<sup>14</sup>, siendo en estas ocasiones CF orientados solo y exclusivamente al sexo femenino. Aún así, el mayor incremento de nuevo socio corresponde al mayor de 50 años<sup>17</sup>, teniendo en cuenta que en la actualidad la población española tiene un 16,6% con más de 64 años, y con pronósticos de seguir aumentando en los próximos años<sup>18</sup>.

Por todo ello, este incremento de población les convierte en potenciales usuarios de este tipo de centros, aunque es interesante indagar qué se ofrece y cómo están preparadas estas instalaciones para el nuevo cliente.

De este modo, si bien las percepciones y necesidades de los adultos son bien conocidos, no lo están tanto las percepciones de los administradores en cuanto al acomodamiento

---

<sup>11</sup> LUNA-AROCAS, R. “El papel de las promociones, las relaciones públicas y el marketing directo en los servicios deportivos”. *Lecturas: Educación física y deportes*. 2001, núm. 34.

<sup>12</sup> IHRSA. *Industry research and statistics*. Boston: International Health, Racquet & Sportsclub Association, 2007 [ref. 17 de Febrero de 2008]. Disponible en Web: <http://cms.ihrsa.org/IHRSA/viewPage.cfm?pageId=153>

<sup>13</sup> COLADO, J. C. *Fitness en las salas de musculación*. Barcelona: INDE, 1996.

<sup>14</sup> PINILLOS, J. “Winning the retention battle: Librando la batalla por la retención”. *Investigación y Marketing*, 2004, núm. 83, p. 39-42.

<sup>15</sup> TRIADÓ, X.; APARICIO, P. “El tipo de cuota como variable de fidelización de usuarios en Entidades Deportivas: Un reto actual de consecuencias futuras”. *Investigación y Marketing*. 2004, núm. 83, p. 31-38.

<sup>16</sup> VLACHOPOULOS, S.; THEODORAKIS, N.; KYLE, G. (2008). “Assessing exercise involvement among participants in health and fitness centres”. *European Sport Management Quarterly*. 2008, núm. 8 (3), p. 289-304.

<sup>17</sup> “Health club directions: how can clubs retain members and inspire new exercises?”. *IDEA Health & Fitness Source*. 2003, núm. 7, p. 93-95.

<sup>18</sup> INE. *Proyección de la población de España a corto plazo (2008-2018)*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística, 2008 [ref. 10 de agosto de 2009]. Disponible en Web: [http://www.ine.es/metodologia/t20/t20269\\_m2008.pdf](http://www.ine.es/metodologia/t20/t20269_m2008.pdf)

de sus instalaciones al mayor, por tanto, el objetivo del presente estudio es conocer la percepción de los directores o coordinadores (DC) de CF, en lo que se refiere a adecuación para el mayor de 60 años en las instalaciones, el personal, los servicios deportivos, y la imagen del CF.

## **MATERIAL Y MÉTODOS**

Esta investigación ha seguido una metodología cuantitativa de corte descriptivo. Además, ha sido de corte transversal ya que la obtención de la información se ha desarrollado en un único periodo de tiempo.

El estudio se llevó a cabo con la participación anónima y voluntaria de 37 DC de CF privados del municipio de Sevilla, considerando como CF privado aquel que según el Consejo Superior de Deportes es de “gestión privada”, con tipo de instalación “salas”, y la actividad deportiva es “otras actividades físicas deportivas - musculación”, existiendo en el municipio de Sevilla un total de 77 instalaciones de este tipo<sup>19</sup>

De los 37 DC, el 21,62% eran coordinadores y el 78,38% eran directores, de los cuales el 13,51% eran mujeres y el 86,49% hombres. Referente a las instalaciones, el 72,97% tenían hasta 500 socios, el 8,11% correspondía a CF privados de 501 a 1000 socios, el 2,70% de 1001 a 1500 socios, y el 16,22% a más de 1501 socios. Destacar que la instalación más común en estos CF privados, es la que tiene entre 101 y 300 socios con menos de 500 m<sup>2</sup>, siguiéndole la que tiene de 301 a 500 socios con unas dimensiones entre 501 y 1000 m<sup>2</sup> (tabla 1).

---

<sup>19</sup> CSD. *Censo Nacional de Instalaciones Deportivas*. Madrid: Consejo Superior de Deportes, 2005 [ref. 5 de mayo de 2009]. Disponible en Web: <http://escorpio.csd.gob.es/BusquedaPublicaMapa/Pages/Publica.aspx?idioma=1>

		M <sup>2</sup> DEL CF PRIVADO				
		menos 500 m <sup>2</sup>	501-1000 m <sup>2</sup>	1001-1500 m <sup>2</sup>	1501-2000 m <sup>2</sup>	más 2001 m <sup>2</sup>
Nº DE SOCIOS	100	5,41%	2,70%	-	-	
	101-300	27,03%	5,41%	-	-	2,70%
	301-500	10,81%	13,51%	2,70%	-	2,70%
	501-700	-	2,70%	-	2,70%	-
	701-1000	-	2,70%	-	-	-
	1001-1500	-	-	-	2,70%	-
	1501-2500	-	-	2,70%	2,70%	-
	2501-4000	-	-	-	-	2,70%
	más 4001	-	-	-	-	8,11%

Tabla 1. CF privado según número de socios y metros cuadrados de la instalación.

Para realizar el estudio se contó con el consentimiento de los directores de los CF privados, a los que se administró un cuestionario. La recogida de datos se llevó a cabo entre mayo y julio de 2009.

El cuestionario empleado, estaba apoyado en la “escala de percepción de organizaciones deportivas”, denominado EPOD<sup>20</sup>, y basado este último en el modelo de evaluación de la calidad SERVQUAL<sup>21</sup>, demostrando ser herramientas válidas y fiables en la evaluación de la calidad. Se escogieron estas escalas porque miden la calidad percibida de los servicios (SERVQUAL), y la calidad percibida de los CF (EPOD). Por ello, antes de analizar la percepción del cliente, dependiente de la gestión y orientación de los DC, se debe conocer la percepción de estos últimos.

El cuestionario constaba de dos partes, una primera en la que se hacía referencia a la instalación en sí, y una segunda en la que se pedía la opinión del DC, sobre la

<sup>20</sup> NUVALA, A.; TAMAYO, J. A.; IRANZO, J.; FALCÓN, D. “Creación, diseño, validación y puesta en práctica de un instrumento de medición de la satisfacción de usuarios de organizaciones que prestan servicios deportivos”. *Retos, Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*. 2008, núm. 14, p. 10-16.

<sup>21</sup> PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.; BERRY, L. L. “SERVQUAL: a multiple-item scale for assessing consumer perceptions of service quality”. *Journal of Retailing*. 1988, núm. 64 (1), p. 12-35.



adecuación de su instalación hacia el usuario mayor de 60 años, midiendo el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto al personal (7 ítems), instalaciones y material (10 ítems), servicios y actividades (19 ítems), e imagen de la organización (5 ítems); la evaluación de cada ítem era estimada por una escala tipo Likert con 5 opciones de respuesta, en la que 1 = muy en desacuerdo (MD), 2 = en desacuerdo (ED), 3 = de acuerdo (DA), 4 = bastante de acuerdo (BA) y 5 = muy de acuerdo (MA).

La información recogida fue registrada, preparada y tratada para el análisis de la misma, mediante el paquete estadístico SPSS 15.0 para Windows.

## **RESULTADOS**

Tras evaluar la fiabilidad del cuestionario, se obtuvo un valor de 0,896 utilizando el Alfa de Cronbach, resultando el instrumento bueno en la homogeneidad de los ítems<sup>22</sup>, no habiéndose eliminado ningún ítem por la reducción de la fiabilidad general del mismo.

Referente al apartado sobre el grado de acuerdo o desacuerdo de los DC, atenderemos a los resultados más destacados, estando ED con la juventud del empleado que trabaje con mayores (40,5%), además, un 40,5% estaba MA que el empleado que trabajara con este grupo de población tuviera una formación específica, conociendo la mayoría de los DC dónde encontrar cursos de formación específica en personas mayores (DA=40,5%). A su vez, la generalidad de los DC opinan que el personal que trabaja en sus salas de fitness tienen las habilidades sociales y formativas suficientes para trabajar con mayores (MA=45,9% y MA=40,5% respectivamente), teniendo también estas habilidades el personal que imparte actividades dirigidas (MA=37,8%).

---

<sup>22</sup> GEORGE, D.; MALLERY, P. *SPSS/PC + Step by: A simple guide and reference*. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1995.

	Media	N/C	MD	ED	DA	BA	MA
EL PERSONAL QUE TRABAJE CON PERSONAS MAYORES EN UN CENTRO DE FITNESS DEBE SER JOVEN	2,11	-	27,0%	40,5%	27,0%	5,4%	-
EL PERSONAL QUE TRABAJE CON PERSONAS MAYORES EN UN CENTRO DE FITNESS DEBE TENER UNA FORMACIÓN ESPECÍFICA EN EL GRUPO DE POBLACIÓN MAYOR (MÁS DE 60 AÑOS)	3,81	-	5,4%	8,1%	27,0%	18,9%	40,5%
CONOZCO DONDE ENCONTRAR CURSOS, SEMINARIOS Y TALLERES ESPECÍFICOS EN PERSONAS MAYORES, PARA MEJORAR LA FORMACIÓN DE MI PERSONAL	3,46	-	8,1%	5,4%	40,5%	24,3%	21,6%
EL PERSONAL DE MI SALA DE FITNESS, TIENE LAS HABILIDADES SOCIALES SUFICIENTES PARA ATENDER A LOS MAYORES	4,08	-	2,7%	-	29,7%	21,6%	45,9%
EL PERSONAL DE MI SALA DE FITNESS, TIENE LAS HABILIDADES FORMATIVAS SUFICIENTES PARA ATENDER A LOS MAYORES	4,05	-	2,7%	-	27,0%	29,7%	40,5%
EL PERSONAL DE ACTIVIDADES DIRIGIDAS, TIENE LAS HABILIDADES FORMATIVAS SUFICIENTES PARA ATENDER A LOS MAYORES	3,89	2,7%	2,7%	-	29,7%	27,0%	37,8%

Tabla 2. Grado de concordancia del personal y su adecuación para el usuario mayor de 60 años

En relación a las instalaciones y al material (tabla 3), la mayoría de los DC de los CF estudiados, están DA (43,2%) y MA (40,5%) con la adecuación de la sala de fitness para los mayores. Además el 45,9% opina que está DA con la facilidad de utilización de la sala de fitness por parte de los mayores. Los vestuarios también están preparados para este grupo de población (DA=40,5% y MA=37,8%). La mayoría de los DC están DA con la temperatura y la humedad del ambiente del CF (temperatura: DA=29,7%, BA=21,6% y MA=35,1%; humedad: DA=29,7%, BA=27% y MA=27%), opinando en general que sus instalaciones están adecuadas al usuario mayor (DA=35,1% y MA=35,1%). Asimismo, las máquinas cardiovasculares son de fácil comprensión (MA=43,2%), al igual que las de fortalecimiento muscular (DA=32,4% y MA=37,8%), existiendo suficiente peso libre en la sala de fitness (MA=43,2%), y material específico para las clases dirigidas (MA=48,6%).

	Media	N/C	MD	ED	DA	BA	MA
LA SALA DE FITNESS ESTÁ ADECUADA A LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS MAYORES	3,84	-	2,7%	2,7%	43,2%	10,8%	40,5%
LA UTILIZACIÓN DE LA SALA DE FITNESS ES DE CLARA COMPRESIÓN PARA LAS PERSONAS MAYORES	3,41	2,7%	2,7%	10,8%	45,9%	10,8%	27,0%
LOS VESTUARIOS DE MI CENTRO DE FITNESS ESTÁN ACOMODADOS PARA LAS PERSONAS MAYORES	3,73	-	2,7%	8,1%	40,5%	10,8%	37,8%
LA TEMPERATURA EN LA SALA DE FITNESS DE MI CENTRO ES ADECUADA PARA LAS PERSONAS MAYORES	3,68	2,7%	5,4%	5,4%	29,7%	21,6%	35,1%
LA HUMEDAD EN LA SALA DE FITNESS ES ADECUADA PARA LAS PERSONAS MAYORES	3,57	2,7%	2,7%	10,8%	29,7%	27%	27,0%
LOS ESPACIOS EN GENERAL DE MI CENTRO DE FITNESS ESTÁN ADECUADOS A LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS MAYORES	3,76	2,7%	2,7%	2,7%	35,1%	21,6%	35,1%
LAS MÁQUINAS CARDIOVASCULARES DE MI CENTRO DE FITNESS SON DE FÁCIL COMPRESIÓN PARA LAS PERSONAS MAYORES	3,78	2,7%	2,7%	10,8%	24,3%	16,2%	43,2%
LAS MÁQUINAS DE FUERZA DE MI CENTRO DE FITNESS SON DE FÁCIL COMPRESIÓN PARA LAS PERSONAS MAYORES	3,84	-	5,4%	2,7%	32,4%	21,6%	37,8%
LA SALA DE FITNESS DISPONE DE SUFICIENTE PESO LIBRE, EN NÚMERO Y EN PESO, ACORDE CON LA UTILIZACIÓN DE LAS PERSONAS MAYORES	3,78	2,7%	5,4%	8,1%	21,6%	18,9%	43,2%
LAS SALAS DE ACTIVIDADES DIRIGIDAS DISPONEN DE MATERIAL ESPECÍFICO PARA LAS CLASES DIRIGIDAS PARA PERSONAS MAYORES	3,57	5,4%	8,1%	13,5%	18,9%	5,4%	48,6%

Tabla 3. Grado de concordancia de las instalaciones y la adecuación para el usuario mayor de 60 años

En relación a los servicios y actividades (tabla 4), los DC estaban MA (59,5%) con la adecuación de los horarios de apertura del CF y las necesidades del usuario mayor, sin embargo encontramos una controversia de opiniones en cuanto a la concordancia de tener cuotas específicas para mayores, existiendo un 27,0% que estaba MD y un 27,0% decantado hacia MA. Es interesante destacar que el 37,8% de las respuestas referentes a entrenamientos específicos en la sala de fitness eran MA, existiendo menos

concordancia en relación con actividades dirigidas específicas para el usuario mayor (MA=29,7%). A su vez, las clases dirigidas son encaminadas para personas mayores sanas e independientes (DA=21,6% y MA=27%) y no hacia frágiles y dependientes (MD=21,6%). La orientación del ejercicio por parte de los empleados es hacia ejercicio cardiovascular (DA=43,2%), y no tanto hacia ejercicios de fortalecimiento muscular (MD=35,1% y ED=35,1%). También se comprobó que la mayoría de los servicios y actividades no estaban orientados hacia el usuario mayor (MD=32,4% y ED=40,5%), y sí para el usuario joven (BA=32,4%). Si se hace referencia a actividades específicas cuyas modalidades no estaban ofertadas por todos los centros, el yoga no era considerado como actividad apropiada para los mayores (MD=21,6%), y el taichí y el pilates sí (DA=21,6% y DA=24,3% respectivamente). En el caso del ciclismo indoor, tampoco es una actividad apropiada para el mayor (MD=37,8%), existiendo poca afluencia de esta población, a las clases que se imparten en los CF (MD=40,5%). Otras como el aerobio, step o body pump, tampoco eran muy realizadas por los mayores (MD=45,9). En la sala de fitness los usuarios mayores suelen realizar más ejercicios cardiovasculares (BA=35,1%) y de estiramientos (DA=35,1% y BA=32,4%), que de fortalecimiento muscular (ED=40,5%).

	Media	N/C	MD	ED	DA	BA	MA
LA OFERTA DEL HORARIO DE APERTURA DE MI CENTRO DE FITNESS, SE ACOMODA A LA DEMANDA DE LAS PERSONAS MAYORES	4,19	-	2,7%	2,7%	27,0%	8,1%	59,5%
EL CENTRO DEBERÍA TENER UNA CUOTA ESPECÍFICA PARA EL GRUPO DE MAYORES DE 60 AÑOS	3,08	-	27,0%	10,8%	16,2%	18,9%	27,0%
MI CENTRO DE FITNESS TIENE UN PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO ESPECÍFICO EN SALA DE FITNESS, PARA LAS PERSONAS MAYORES	3,49	-	10,8%	16,2%	24,3%	10,8%	37,8%
MI CENTRO DE FITNESS TIENE ACTIVIDADES DIRIGIDAS ESPECÍFICAS PARA LAS PERSONAS MAYORES	3,08	2,7%	16,2%	21,6%	18,9%	10,8%	29,7%
(SI EXISTEN ACT. DIRIGIDAS PARA PERSONAS MAYORES), SON ORIENTADAS A PERSONAS MAYORES DEPENDIENTES Y FRÁGILES	2,38	16,2%	21,6%	16,2%	16,2%	13,5%	16,2%

(SI EXISTEN ACT. DIRIGIDAS PARA PERSONAS MAYORES), SON ORIENTADAS PARA AQUELLAS QUE SON SANAS E INDEPENDIENTES	3,11	13,5%	2,7%	16,2%	21,6%	18,9%	27,0%
DESDE LA DIRECCIÓN TÉCNICA DEPORTIVA, SE ORIENTA AL GRUPO DE POBLACIÓN MAYOR (MÁS DE 60 AÑOS), A LA REALIZACIÓN DE MÁS EJERCICIO CARDIOVASCULAR QUE DE FUERZA	3,38	2,7%	5,4%	8,1%	43,2%	16,2%	24,3%
DESDE LA DIRECCIÓN TÉCNICA DEPORTIVA, SE ORIENTA AL GRUPO DE POBLACIÓN MAYOR (MÁS DE 60 AÑOS), A LA REALIZACIÓN DE MÁS EJERCICIO DE FUERZA QUE CARDIOVASCULAR	1,89	5,4%	35,1%	35,1%	16,2%	5,4%	2,7%
LA MAYORÍA DE LOS SERVICIOS Y ACTIVIDADES QUE SE OFERTAN EN MI CENTRO DE FITNESS SON PARA PERSONAS MAYORES	1,97	2,7%	32,4%	40,5%	16,2%	5,4%	2,7%
LA MAYORÍA DE LOS SERVICIOS Y ACTIVIDADES QUE SE OFERTAN EN MI CENTRO DE FITNESS SON PARA PERSONAS JÓVENES	3,03	2,7%	16,2%	16,2%	18,9%	32,4%	13,5%
EL YOGA SE CONSIDERA EN MI CENTRO COMO ACTIVIDAD APROPIADA PARA PERSONAS MAYORES	1,62	35,1%	21,6%	16,2%	10,8%	5,4%	10,8%
EL TAICHI SE CONSIDERA EN MI CENTRO COMO ACTIVIDAD APROPIADA PARA PERSONAS MAYORES	1,62	35,1%	18,9%	10,8%	21,6%	10,8%	2,7%
EL PILATES SE CONSIDERA EN MI CENTRO COMO ACTIVIDAD APROPIADA PARA PERSONAS MAYORES	2,65	16,2%	13,5%	13,5%	24,3%	10,8%	21,6%
EL CICLISMO INDOOR (SPINNING) SE CONSIDERA EN MI CENTRO COMO ACTIVIDAD APROPIADA PARA PERSONAS MAYORES	1,81	16,2%	37,8%	16,2%	16,2%	5,4%	8,1%
EN GENERAL LOS MAYORES DE MI CENTRO REALIZAN CLASES DE CICLISMO INDOOR	1,84	10,8%	40,5%	21,6%	16,2%	2,7%	8,1%
LOS EJERCICIOS CARDIOVASCULARES, SON LOS EJERCICIOS QUE MÁS REALIZAN LOS MAYORES DE MI CENTRO	3,49	2,7%	5,4%	10,8%	24,3%	35,1%	21,6%
LOS EJERCICIOS DE FUERZA, SON LOS EJERCICIOS QUE MÁS REALIZAN LOS MAYORES DE MI CENTRO	2,03	2,7%	29,7%	40,5%	18,9%	5,4%	2,7%
LOS EJERCICIOS DE ESTIRAMIENTO, SON LOS EJERCICIOS QUE MÁS REALIZAN LOS MAYORES DE MI CENTRO	3,49	2,7%	2,7%	8,1%	35,1%	32,4%	18,9%
LOS MAYORES DE MI CENTRO REALIZAN OTROS TIPOS DE ACTIVIDADES DIRIGIDAS AÚN TENIENDO UN ALTO IMPACTO (BODY PUMP, AEROBIC, STEP)	1,73	10,8%	45,9%	21,6%	10,8%	2,7%	8,1%

Tabla 4. Grado de concordancia de los servicios y actividades, y la adecuación para el usuario mayor de 60 años.

En relación a la imagen de la organización (tabla 5), la mayoría de los mayores de cada zona conocen el CF de su barrio (BA=27%, MA=32,4%), existiendo una opinión repartida referente a la imagen del CF con el mayor o el joven, aunque parece ser que están más en concordancia con los jóvenes (ED=21,6%, DA=27% y BA=24,3%), que con los mayores (MD=24,3%, ED=29,7% y DA=27%).

	Media	N/C	MD	ED	DA	BA	MA
<b>LOS MAYORES DE MI BARRIO CONOCEN LA EXISTENCIA DE MI CENTRO DE FITNESS</b>	3,62	-	5,4%	18,9%	16,2%	27,0%	32,4%
<b>LA IMAGEN DEL CENTRO SE RELACIONA CON PERSONAS JÓVENES</b>	2,81	-	18,9%	21,6%	27,0%	24,3%	8,1%
<b>LA IMAGEN DEL CENTRO SE RELACIONA CON EL GRUPO DE POBLACIÓN MAYOR</b>	2,51	-	24,3%	29,7%	27,0%	8,1%	10,8%

**Tabla 5. Grado de concordancia de la imagen de la organización y el usuario mayor de 60 años**

## DISCUSIÓN

El objetivo de este estudio fue conocer la opinión de los DC de los CF privados del municipio de Sevilla, en relación a la preparación de sus centros para el usuario mayor. Se comprobó como el empleado de los CF que trabaje con el usuario mayor, no tiene que ser joven, pero sí con una formación específica en este grupo de población. En este sentido, la formación universitaria suele ser escasa<sup>23</sup>, aunque los DC conocen dónde encontrar entidades que impartan formación específica relacionada con la actividad física en mayores. Asimismo, el personal de la sala de fitness y de las actividades dirigidas de los centros estudiados, mostraban habilidades sociales y formativas adecuadas al mayor, habiéndose demostrado que este tipo de habilidades revierten positivamente en la satisfacción del cliente<sup>24,25</sup>.

Del mismo modo, las instalaciones y el material ofrecen en general un buen acondicionamiento físico y ambiental, estando adecuadas para el mayor la sala de

<sup>23</sup> SÁEZ RODRÍGUEZ, G. “El profesional de la actividad físico-deportiva en los centros deportivos: una atención especial a la tercera edad”. *Revista Internacional de derecho y Gestión del Deporte*. 2009, núm. 5, p. 16-24.

<sup>24</sup> COUTO, L. “Marketing deportivo: el cliente, esa gran fuente de ingresos”. *Instalaciones Deportivas XXI*. 2005, núm. 139, p. 50-54.

<sup>25</sup> SANZ, I.; REDONDO, J. C.; GUTIÉRREZ, P.; CUADRADO, G. “La satisfacción en los practicantes de spinning: elaboración de una escala para su medición”. *European Journal of Human Movement*. 2005, núm. 13, p. 17-36.

fitness y los vestuarios. A su vez, la maquinaria cardiovascular y de tonificación muscular de la sala de fitness, ofrece mecanismos de fácil comprensión, existiendo para la utilización del nuevo usuario una cantidad razonable de peso libre (mancuernas, barras y discos), y de material específico para las actividades dirigidas. Esto sugiere que las empresas distribuidoras de maquinaria de fitness están adaptándose al futuro, siendo de vital importancia por el desembolso que supone la compra de estos materiales. Estos resultados corroboran la versatilidad y adaptabilidad de las mismas, por el riesgo que puede conllevar su mala utilización para la salud<sup>13</sup>.

En cuanto a las cuotas ofrecidas por los CF, el horario de apertura se acoge a las necesidades de los mayores, aunque no existe consenso en ofertar cuotas específicas para este grupo de población. Por ello, incluir cuotas especiales para el usuario mayor, puede ofrecer cierta diferencia estratégica en la competencia de CF.

Por otra parte, destacamos la importancia que le conceden a los programas específicos en sala de fitness y a las actividades dirigidas, siendo estas últimas orientadas a personas mayores independientes y sanas, aunque la mayoría son para jóvenes. De estas actividades y ejercicios, y a pesar de las numerosas evidencias que demuestran como el ejercicio de fortalecimiento, conlleva innumerables beneficios para este colectivo<sup>26</sup>, los trabajadores orientan especialmente la realización de ejercicios cardiovasculares más que de fuerza, existiendo por lo tanto un mayor porcentaje de realización de ejercicios cardiovasculares y de flexibilidad que de tonificación muscular. De igual forma, los DC no se decantan por el yoga como servicio orientado para las personas mayores, aunque existen estudios que afirman su práctica habitual en las mujeres mayores<sup>27</sup>. Sin embargo el pilates y el taichí sí parece que es más adecuado, siendo el ciclismo indoor, y al

---

<sup>26</sup> LIU, C. J.; LATHAM, N. K. "Progressive resistance strength training for improving physical function in older adults". *Cochrane Database of Systematic Reviews*. 2009, núm. 8 (3): CD002759.

<sup>27</sup> GARCÍA, M.; HERNÁNDEZ, A.; OÑA, A.; GODOY, J. F.; REBOLLO, S. "La práctica física de tiempo libre en la mujer". *Revista Motricidad*. 2001, núm. 7, p. 145-186.

contrario de lo que opinan<sup>28</sup>, no adecuado para este grupo de población, existiendo baja participación en esta actividad y en otras como el aerobio o el step.

Asimismo, parece existir cierta confusión sobre a quién va orientada la imagen del CF, aunque por la oferta que brinda, estimamos su orientación para el usuario joven. Aún así, según los DC de los CF, los mayores de los barrios del municipio de Sevilla conocen la existencia de los mismos.

En consecuencia, los datos que se han mostrado ponen de manifiesto que tanto el perfil de los técnicos, las instalaciones y el material, son adecuados para el mayor, sin embargo no parece estar muy claro la adecuación de algunas actividades dirigidas y la orientación del ejercicio a este colectivo, no existiendo un consenso entre los DC en la oferta de cuotas determinadas y una imagen de marca específica.

De este modo, con objeto de adecuar la futura e incipiente demanda a las exigencias de un usuario en alza como es el mayor, son necesarios nuevos estudios que comparen estos datos con la propia visión del cliente, ya que conocer esta perspectiva, nos dará una visión más completa de la realidad.

## **BIBLIOGRAFÍA**

CAMPOS, C. *Dirección y marketing de servicios deportivos*. Barcelona: Gestió i promoció, 2004.

COLADO, J. C. *Fitness en las salas de musculación*. Barcelona: INDE, 1996.

---

<sup>28</sup> GÓMEZ, M.; RUÍZ, P. “La práctica del ciclismo indoor en los mayores. Implicaciones metodológicas”. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*. 2007, núm. 26, p. 128-143.



CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE. *Los Objetivos Generales del Deporte Andaluz 2008-2012*. Sevilla: Junta de Andalucía, 2008 [ref. 10 de Agosto de 2008]. Disponible en Web: <http://www.pegeda.com/2008/PresentacionManuelJimenezBarrios.pdf>

COUTO, L. “Marketing deportivo: el cliente, esa gran fuente de ingresos”. *Instalaciones Deportivas XXI*. 2005, núm. 139, p. 50-54.

CSD. *Censo Nacional de Instalaciones Deportivas*. Madrid: Consejo Superior de Deportes, 2005 [ref. 5 de mayo de 2009]. Disponible en Web: <http://escorpio.csd.gob.es/BusquedaPublicaMapa/Pages/Publica.aspx?idioma=1>

GARCÍA FERRANDO, M. “Veinticinco años de análisis del comportamiento deportivo de la población española (1980-2005)”. *Revista Internacional de Sociología*. 2006a, núm. 44, p. 15-38.

GARCÍA FERRANDO, M. *Posmodernidad y Deporte: Entre la individualización y la masificación*. Madrid: CSD – CIS, 2006b.

GARCÍA, M.; HERNÁNDEZ, A.; OÑA, A.; GODOY, J. F.; REBOLLO, S. “La práctica física de tiempo libre en la mujer”. *Revista Motricidad*. 2001, núm. 7, p. 145-186.

GEORGE, D.; MALLERY, P. *SPSS/PC + Step by: A simple guide and reference*. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1995.

GÓMEZ, M.; RUÍZ, P. “La práctica del ciclismo indoor en los mayores. Implicaciones metodológicas”. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*. 2007, núm. 26, p. 128-143.

Health club directions: how can clubs retain members and inspire new exercises?. *IDEA Health & Fitness Source*. 2003, núm. 7, p. 93-95.

HU, H-H.; KANDAMPULLY, J.; JUWAHEER, T. D. “Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image: an empirical study”. *The Service Industries Journal*. 2009, núm. 29 (2), p. 111-125.

IHRSA. *Industry research and statistics*. Boston: International Health, Racquet & Sportsclub Association, 2007 [ref. 17 de Febrero de 2008]. Disponible en Web: <http://cms.ihrsa.org/IHRSA/viewPage.cfm?pageId=153>

INE. *Proyección de la población de España a corto plazo (2008-2018)*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística, 2008 [ref. 10 de agosto de 2009]. Disponible en Web: [http://www.ine.es/metodologia/t20/t20269\\_m2008.pdf](http://www.ine.es/metodologia/t20/t20269_m2008.pdf)

LIU, C. J.; LATHAM, N. K. “Progressive resistance strength training for improving physical function in older adults”. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 2009, núm. 8 (3): CD002759.

LUNA-AROCAS, R. “El papel de las promociones, las relaciones públicas y el marketing directo en los servicios deportivos”. *Lecturas: Educación física y deportes*. 2001, núm. 34.

NARVER, J. C.; SLATER, S. F.; MACLACHLAN, D. L. “Responsive and proactive market orientation and new product success”. *Journal of Product Innovation Management*. 2004, núm. 21 (5), p. 334-347.

NUVIALA, A.; TAMAYO, J. A.; IRANZO, J.; FALCÓN, D. “Creación, diseño, validación y puesta en práctica de un instrumento de medición de la satisfacción de

usuarios de organizaciones que prestan servicios deportivos”. *Retos, Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*. 2008, núm. 14, p. 10-16.

PAPADIMITRIOU, D. A.; KARTEROLIOTIS, K. “The service expectations in private sport and fitness centers: A reexamination of the factor structure”. *Sport Marketing Quarterly*. 2000, núm. 9, p. 157-164.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.; BERRY, L. L. “SERVQUAL: a multiple-item scale for assessing consumer perceptions of service quality”. *Journal of Retailing*. 1988, núm. 64 (1), p. 12-35.

PINILLOS, J. “Winning the retention battle: Librando la batalla por la retención”. *Investigación y Marketing*. 2004, núm. 83, p. 39-42.

REVERTER, J.; BARBANY, J. R. “Del gimnasio al ocio-salud. Centros de fitness, Fitness Center, Fitness & Wellness, Spa, Balnearios, Centros de Talasoterapia, Curhotel”. *Apunts: Educación Física y Deportes*. 2007, núm. 90, p. 59-68.

ROSA MÁÑEZ, D. Los gimnasios, un mercado en expansión. *Instalaciones Deportivas XXI*. 2007, núm. 148, p. 60-61.

SÁEZ RODRÍGUEZ, G. “El profesional de la actividad físico-deportiva en los centros deportivos: una atención especial a la tercera edad”. *Revista Internacional de Derecho y Gestión del Deporte*. 2009, núm. 5, p. 16-24.

SANZ, I.; REDONDO, J. C.; GUTIÉRREZ, P.; CUADRADO, G. “La satisfacción en los practicantes de spinning: elaboración de una escala para su medición”. *European Journal of Human Movement*. 2005, núm. 13, p. 17-36.

SERRANILLOS, M.; VALLE, S.; RIAÑO, P. (2009). El gimnasio, el mejor lugar para sudar la crisis. *Expansión*. 10-11.

TRIADÓ, X.; APARICIO, P. “El tipo de cuota como variable de fidelización de usuarios en Entidades Deportivas: Un reto actual de consecuencias futuras”. *Investigación y Marketing*. 2004, núm. 83, p. 31-38.

VLACHOPOULOS, S.; THEODORAKIS, N.; KYLE, G. (2008). “Assessing exercise involvement among participants in health and fitness centres”. *European Sport Management Quarterly*. 2008, núm. 8 (3), p. 289-304.

## **CONTABILIDAD, NORMAS Y PRÁCTICAS DE BUENA GESTIÓN EN LAS FEDERACIONES DEPORTIVAS DE LA REGIÓN DE MURCIA**

**Dr. Ángel Rodríguez López**

Universidad Complutense de Madrid

### **RESUMEN**

El presente artículo pretende realizar un análisis exhaustivo de las normas éticas de buena gestión de las Federaciones deportivas de la región de Murcia con el objetivo de establecer si dichas normas suponen un estímulo relevante para alcanzar una mayor integración de la organización federativa en la sociedad, aumentando la transparencia sobre su actuación en el ámbito económico-financiero y, en particular, sobre la gestión del dinero público que reciben. Estas normas formulan sugerencias y recomendaciones que pretenden sintetizar medidas o prácticas de buena gestión y que afectan a la asignación, gestión y control de las transacciones económicas (gastos, ingresos, inversiones, etc..) efectuadas por nuestro sujeto contable particular, independientemente de que éste reciba o no financiación procedente de fondos públicos.

### **ABSTRACT**

This article tries to make a deep analysis of the ethic rules of good management of the Sport Federations of the Murcia region, in order to determine whether those rules stimulate a better integration of the federative organization in the society, increasing the transparency of its economic performance and specially of the management of the public money the Federations receive. These rules make suggestions and recommendations regarding good management practices, and affect the management and control of the economic transactions (expenses, income, investments, etc.) made by this particular accounting entity, no matter what they get or not public finance.

**PALABRAS CLAVE:** Responsabilidad social corporativa, control económico-financiero, Federaciones deportivas murcianas, normas de buena gestión.

**KEY WORDS:** corporation social liability, economic control, Murcia sport federations, good management rules.

## **PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS**

El objetivo fundamental de este artículo consiste en realizar una revisión y análisis crítico de la situación actual de las normas y prácticas de buena gestión de las Federaciones Deportivas radicadas en la región de Murcia, teniendo en cuenta su consideración como entidades no lucrativas (ENL) y la importancia que adquiere en el momento presente todos los asuntos relacionados con la responsabilidad social corporativa, ya sea de entidades lucrativas o no, y el control económico-financiero que se deriva de las actividades económicas y financieras desarrolladas por las mismas.

Asimismo, conviene señalar, en un primer momento, que las *Federaciones deportivas en España*<sup>1</sup> son entidades privadas, con personalidad jurídica propia, cuyo ámbito de actuación se extiende al conjunto del territorio del Estado, en el desarrollo de las competencias que le son propias. Dichas entidades privadas están integradas por Federaciones deportivas de ámbito autonómico, clubes deportivos, deportistas, técnicos, jueces y árbitros, Ligas profesionales, si las hubiese, y otros colectivos interesados que promueven, practican o contribuyen al fomento y desarrollo del deporte en nuestro país. Igualmente, las Federaciones deportivas españolas, además de sus propias atribuciones, ejercen, por delegación, funciones públicas de carácter administrativo, actuando, de esta forma, como agentes colaboradores de la Administración Pública.

Por otra parte, en segundo lugar, la Ley 2/2000 de 12 de julio, del Deporte de la Región de Murcia<sup>2</sup>, reconoce la indudable relevancia sociológica, política y económica que el fenómeno deportivo adquiere en la sociedad actual y la importancia de la práctica deportiva en el desarrollo armónico e integral de las personas en sí mismas y en su dimensión social, en la mejora de la calidad de vida y en la sana utilización del ocio y el tiempo libre de los ciudadanos, además de revelarse como un eficaz instrumento de solidaridad y hermanamiento entre los pueblos.

---

<sup>1</sup> A este respecto, puede consultarse la Ley del Deporte en España, Título III, Capítulo III, arts. 30 y ss.

<sup>2</sup> Vid. Ley 2/2000 de 12 de julio, del Deporte de la Región de Murcia.

Además, las Federaciones Deportivas de la Región de Murcia son definidas<sup>3</sup> en la Ley del Deporte de la Región de Murcia como entidades privadas, sin ánimo de lucro, con personalidad jurídica y patrimonio propio, plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines, que, inscritas como tales en el Registro de Entidades Deportivas de la Región de Murcia, promueven, practican o contribuyen al desarrollo de una modalidad deportiva dentro del ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y ejercen por delegación funciones públicas de carácter administrativo, actuando en este caso como agentes colaboradores de la Administración.

También hay que tener en cuenta que las Federaciones Deportivas tienen como misión fundamental la promoción y desarrollo de las correspondientes modalidades deportivas y que ejercen funciones públicas delegadas. A este respecto, la legislación<sup>4</sup> competente en la materia en la Región de Murcia prevé la posibilidad de realizar convenios y conceder ayudas o subvenciones a las federaciones deportivas de la Región de Murcia para el cumplimiento de sus fines específicos.

De esta forma, considerando, por una parte, la importancia que adquiere actualmente el fenómeno deportivo en la sociedad actual, y, por otra, la relevancia que supone la actuación de las Federaciones Deportivas de la Región de Murcia en el desarrollo y práctica del deporte en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma, así como que éstas se financian esencialmente con fondos de naturaleza pública, es conveniente que se disponga de unas *normas de buena gestión* que ayuden a alcanzar una mayor integración de la organización federativa en la sociedad, y, así contribuyan a aumentar la transparencia sobre su actuación y, en particular, sobre la gestión del dinero recibido procedente del erario público.

A su vez, se ofrece a la consideración de las propias federaciones deportivas murcianas un catálogo de medidas que en uso de su libre autonomía y de sus facultades de

---

<sup>3</sup> *Ibidem*, artículo 38.

<sup>4</sup> *Ibidem*, artículo 47.

autorregulación pueden adoptar en sus estatutos o reglas de funcionamiento orgánico interno.

### **NORMAS DE BUENA GESTIÓN: ÁMBITO SUBJETIVO Y OBJETIVO**

En relación al ámbito subjetivo<sup>5</sup> de este tipo de normas, podemos afirmar que serán de aplicación a las Federaciones Deportivas de la Región de Murcia y podrán ser adoptadas y adaptadas a cualquier entidad deportiva que perciba subvenciones procedentes de los Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Por otro lado, el ámbito objetivo de dichas normas se concreta en la formulación de sugerencias, recomendaciones y apreciaciones que sintetizan prácticas de buena gestión en las federaciones deportivas y que, en consecuencia, afecta a la gestión y control de todas las transacciones económicas y financieras (gastos, ingresos, inversiones, etcétera) que efectúen, independientemente de que éstas estén financiadas o no con subvención pública. De esta manera, la medida del cumplimiento o no de dichas normas, constituye un importante baremo a efectos de concretar el importe de la subvención que la Consejería de Presidencia concede a través de los correspondientes Convenios suscritos con cada una de las Federaciones Deportivas.

### **NORMAS DE BUENA GESTIÓN EN RELACIÓN A LA JUNTA DIRECTIVA**

En este ámbito, las citadas normas de buena gestión especifican<sup>6</sup> que los miembros pertenecientes a la Junta Directiva de la Federación deportiva correspondiente, tienen el deber de actuar con lealtad respecto a la Federación de la que forman parte, lo cual supone el cumplimiento de las siguientes obligaciones:

---

<sup>5</sup> En este sentido, puede consultarse la Resolución de 22 de julio de 2005, de la Dirección General de Deportes, por la que se aprueban las “Normas de Buena Gestión” de las Federaciones Deportivas de la Región de Murcia, BORM, de 6 de Agosto de 2005.

<sup>6</sup> *Ibidem*, pp. 3-4.



- 1) Mantener en secreto cuantos datos o informaciones reciban en el desempeño de su cargo, no pudiendo utilizarlos en beneficio propio, ni facilitarlos a terceros.
- 2) Abstenerse de intervenir en deliberaciones y votaciones de cualquier cuestión en la que pudieran tener un interés particular.
- 3) No hacer uso indebido del patrimonio federativo, ni valerse de su posición para obtener ventajas patrimoniales.
- 4) No aprovecharse de las oportunidades de negocio que conozcan en su condición de miembros de la Junta Directiva.
- 5) Participar activamente en las reuniones de la Junta Directiva y en las tareas que le sean asignadas.
- 6) Oponerse a los acuerdos contrarios a la Ley, los estatutos o al interés federativo.

## **NORMAS DE BUENA GESTIÓN EN RELACIÓN A LA ORGANIZACIÓN CONTABLE**

En este aspecto particular, y en virtud de la correcta participación de los diversos estamentos que forman las Federaciones, la Junta Directiva, debe remitir obligatoriamente a los miembros de la Asamblea, al menos una semana antes de su celebración, fotocopia completa del Dictamen de Auditoría, Cuenta Anuales, Memoria y Carta de Recomendaciones.

Asimismo, debe estar a disposición de los miembros de la Asamblea, en el mismo plazo de una semana antes, los apuntes contables correspondientes que soporten dichas transacciones y, en cualquier caso, siempre que sea requerido por el conducto reglamentario establecido.

Además, el Tesorero o, en el caso de no estar previsto, quien ejerza sus funciones, debe encargarse de evaluar el sistema de *organización contable* de la Federación deportiva correspondiente y, en el supuesto de que dicha Federación sea auditada, tiene la obligación de garantizar la independencia del auditor externo encargado de desarrollar la auditoría de nuestro sujeto contable particular, a saber, la Federación deportiva.

### **NORMAS DE BUENA GESTIÓN EN RELACIÓN A LAS RETRIBUCIONES**

A este respecto, podemos sintetizar las siguientes normas<sup>7</sup> de buena gestión:

- prohibición de realizar contratos blindados, con indemnizaciones por encima de la vigente legislación, con personal tanto administrativo como técnico de la Federación.
- no se realizarán actuaciones que supongan abonar contra el presupuesto federativo gastos de desplazamiento a personas que no tengan relación con la Federación.
- obligación de que en la *memoria económica* que han de presentar las Federaciones, como entidades de utilidad pública, se dé información de las retribuciones dinerarias o en especie satisfechas a los miembros del órgano de gobierno de la Federación, tanto en concepto de reembolso por los gastos que se le hayan ocasionado en el desempeño de sus funciones, como en concepto de remuneraciones por los servicios prestados a la entidad, bien sea vía relación laboral o relación mercantil, tanto inherentes como distinto de los propios de su función.

---

<sup>7</sup> *Ibidem*, pp. 4-5.

## **NORMAS DE BUENA GESTIÓN EN RELACIÓN AL CONTROL Y GESTIÓN ORDINARIA**

En este ámbito específico, podemos destacar la necesidad de:

- establecer un sistema de autorización de operaciones donde se fije quien o quienes deben autorizar con su firma, en función de su cuantía, cada una de las operaciones que realice la Federación.
- regular un sistema de segregación de funciones en el que ninguna persona pueda intervenir en todas las fases de una transacción.
- establecer un riguroso sistema presupuestario y de gestión.
- articular un sistema de supervisión interna que asegure el cumplimiento de los procedimientos de control y gestión ordinaria establecidos en los puntos anteriores.

## **NORMAS DE BUENA GESTIÓN EN TORNO A LAS RELACIONES CON TERCEROS**

En este sentido, nos referimos<sup>8</sup> a que:

- los directivos y cargos federativos deben suministrar información relativa a la existencia de relaciones de índole contractual, comercial o familiar con proveedores o entidades que tengan vínculos comerciales o profesionales con la Federación de la que forman parte.
- deben informar periódicamente sobre el volumen de transacciones económicas que la Federación mantenga con sus miembros o terceros vinculados a ellos.

---

<sup>8</sup> *Ibidem*, p. 4.

- deben informar públicamente sobre los cargos directivos que desempeñen los responsables federativos en su actividad privada o en otras sociedades o empresas.
- en último lugar, deben establecer como criterio de actuación la solicitud de un mínimo de tres ofertas en la adquisición de inversiones, suministro de bienes o prestación de servicios por empresas de consultoría o asistencia técnica, cuya contratación supere los 12.000 euros.

## **NORMAS DE BUENA GESTIÓN EN RELACIÓN A ASPECTOS TÉCNICOS Y ÉTICOS DEPORTIVOS**

Finalmente, en relación a aspectos técnicos y éticos deportivos<sup>9</sup>, hay que destacar:

- en colaboración con la Dirección General de Deportes deben fijarse los criterios de distribución de las becas y/o ayudas por resultados deportivos.
- para la organización de competiciones de ámbito regional debe obtenerse autorización previa.
- en último término, se debe cumplir el *Código de ética deportiva*<sup>10</sup> aprobado por el Consejo de Europa el 24-09-1992.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Estatuto de Autonomía de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

---

<sup>9</sup> *Ibidem*, p. 5.

<sup>10</sup> Recomendación nº r (92), del Comité de Ministros de la Unión Europea, a los estados miembros sobre el código de ética deportiva, adoptada por el Comité de Ministros el 24 de septiembre de 1992.

Ley 10/1990, del Deporte en España, de 15 de octubre.

Ley 2/2000 de 12 de julio, del Deporte de la Región de Murcia.

Recomendación nº r (92), del Comité de Ministros de la Unión Europea, a los estados miembros, sobre el Código de ética deportiva, (adoptada por el Comité de Ministros de la U.E. el 24 de septiembre de 1992).

Recomendación Nº R (92) 13, sobre la Carta Europea del deporte.

Resolución de 22 de julio de 2005, de la Dirección General de Deportes, por la que se aprueban las “Normas de Buena Gestión” de las Federaciones Deportivas de la Región de Murcia, BORM, 6 Agosto 2005.

RODRÍGUEZ LÓPEZ, A. “La Contabilidad de las Federaciones Deportivas españolas”. *Revista Internacional de Derecho y Gestión del Deporte*. 2008, núm. 4, p. 35-43.

VILLORIA, M. “Ética pública y corrupción. Curso de ética administrativa”. Madrid Tecnos y Universitat Pompeu Fabra, 2000.

**A CLOSER LOOK AT PERCEIVED SERVICE QUALITY OF BASKETBALL  
SPECTATORS: DIFFERENCES AMONG GROUPS OF SPECTATORS AND  
PREDICTION OF OVERALL SERVICE QUALITY.**

**Dr. Ferrán Calabuig Moreno**

Universidad de Valencia

**Dra. Ana Gómez Tafalla**

Universidad de Valencia

**Dr. Douglas Michele Turco**

Drexel University

**Josep Crespo Hervás**

Universidad de Valencia

## **RESUMEN**

Service quality and satisfaction of spectators are important factors in the marketing of sport event services. This work provides an analysis of the perceived quality of services for basketball spectators (n=144) at a mega sport event. The results indicated a high valuation of perceived quality by basketball spectators. Statistically significant differences were also observed regarding the valuation of perceived quality among basketball spectators and spectators of other sports. Differences were also found according to age but not gender. Both complementary services and accessibility had the strongest influence on predicting overall service quality. These results are useful for the understanding of sport events and consequently, they should allow the implementation of management strategies to improve the quality of the services provided in the basketball events.

## **ABSTRACT**

La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los eventos deportivos son unos factores relevantes en la organización de eventos deportivos. Este trabajo analiza la calidad percibida por 144 espectadores de baloncesto de un evento deportivo. Los resultados muestran una alta valoración de los espectadores. Se observan diferencias estadísticamente significativas en la evaluación de la calidad entre los espectadores de baloncesto y los de los otros deportes. También se aprecian diferencias según la edad no así según el sexo. Los servicios complementarios y la accesibilidad son las dimensiones con mayor peso en la predicción de la calidad de servicio general. Estos resultados pueden resultar útiles para los gestores de eventos deportivos pues permiten mejorar la calidad de servicio ofrecida.

**PALABRAS CLAVE:** Sporting events, sport services, service quality, sport management.

**KEY WORDS:** Eventos deportivos, servicios deportivos, calidad de servicio, gestión del deporte.

## INTRODUCTION

The main contribution to the study of service quality is the made by Parasuraman, Zeithaml and Berry<sup>1</sup>. These authors developed their model and used it through a measuring instrument which they called SERVQUAL. Within studies about perceived service quality at sport events two lines of analysis can be distinguished: the first one incorporates this tool to sport events, the second designs its own method.

Previous studies in the field use the above methodology to measure the perceived quality of basketball spectators. MacDonald et al.<sup>2</sup> adapted SERVQUAL and named it TEAMQUAL, and administered the instrument to spectators attending basketball games in the US. MacDonald et al. included both expectations and perceptions of service quality simultaneously with one administration of the survey. They found that the most important quality dimension to spectators was tangibles when evaluating the quality of service of a professional sport franchise. Theodorakis et al.<sup>3</sup> created a tool called SPORTSERV based on SERVQUAL and with the same quality dimensions.

On the other hand, Kelley and Turley<sup>4</sup> developed a measuring scale for specific perceived quality in a sport event and obtained nine quality dimensions. In a different study, Hyun-Duck et al.<sup>5</sup> analyzed the influence of service quality on the future plans of a professional basketball league. They used the dimensions provided by SERVQUAL

---

<sup>1</sup> PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A “Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research”. *Journal of Marketing*. 1985, vol. 49, num. 4, p. 41-50.

<sup>2</sup> McDONALD, M.A.; SUTTON, W.A.; MILNE, G.R. “TEAMQUAL: Measuring Service Quality in Professional Team Sports”. *Sport Marketing Quarterly*. 1995, vol. 4, num. 2, p. 9-15.

<sup>3</sup> THEODORAKIS, N.; KAMBITSIS, C.; LAIOS, A. “Relationship between Measures of Service Quality and Satisfaction of Spectators in Professional Sports”. *Managing Service Quality*. 2001, vol. 11, num. 6, p. 431-438.

<sup>4</sup> KELLEY, S. W.; TURLEY, L. W. “Consumer Perceptions of Service Quality Attributes at Sporting Events”. *Journal of Business Research*. 2001, vol. 54, num. 2, p. 161-166 .

<sup>5</sup> HYUN-DUCK K.; LAVETTER, D.; JEOUNG-HAK, L. “The Influence of Service Quality Factors on Customer Satisfaction and Repurchase Intention in the Korean Professional Basketball League”. *International Journal of Applied Sports Sciences*. 2006, vol. 18, num. 1, p. 39-58.

and found that the social and demographic variables have a significant relation with the level of service quality. Other remarkable contributions studied how service quality has an influence on spectator satisfaction and intentions of repeating the experience<sup>6</sup>. In this sense, Theodorakis et al.<sup>7</sup> analyzed the perceived quality of basketball spectators and determined that the strongest dimensions predicting spectator's satisfaction are reliability and the tangibles.

Other researchers found that servicescape had a significant and positive influence on satisfaction, emotions and future intentions of spectators<sup>8</sup>. Greenwell et al.<sup>9</sup> found that tangibles had an influence on satisfaction of ice hockey spectators as a whole rather than as individual elements (i.e. comfort accessibility, etc.).

When considering the previous contributions, it becomes evident that the study of perceived quality and satisfaction at sport events is an area of great interest. The ultimate goal is to have all this contrastive information available so that decisions in the management of sport events can be improved. In this sense, it would be important to know the most important dimension(s) of quality that explain overall perceived service quality for sport events.

This work intends to build on the existing knowledge about the subject. The study focused on the degree of perceived quality of basketball spectators according to a

---

<sup>6</sup> HIGHTOWER, R.; BRADY, M. K.; BAKER, T. L. "Investigating the Role of the Physical Environment in Hedonic Service Consumption: An Exploratory Study of Sporting Events". *Journal of Business Research*, 2002, vol. 55, num. 9, p. 697-707.

<sup>7</sup> THEODORAKIS, N.; KAMBITSIS, C.; LAIOS, A. "Relationship between Measures of Service Quality and Satisfaction of Spectators in Professional Sports". *Managing Service Quality*, 2001, vol. 11, num. 6, p. 431-438.

<sup>8</sup> WAKEFIELD, K. L.; BLODGETT, J. G. "The Importance of Servicescapes in Leisure Service Settings". *Journal of Services Marketing*, 1994, vol. 8, num. 3, p. 66-76.

<sup>9</sup> GREENWELL, T. C.; FINK, J. S.; PASTORE, D. L. "Assessing the Influence of the Physical Sports Facility on Customer Satisfaction within the Context of the Service Experience". *Sport Management Review*, 11, 2002, vol. 5, num. 2, p. 129-148.



number of variables. Additionally analyze the effect of the quality dimensions predicting the overall service quality.

## **METHODS**

This study was conducted in conjunction with the organization of a sporting event held in a Spanish province, Almería. This work is a part of a major research study conducted during the event when 2,111 spectators of different sports were asked about the service quality provided by the organization of these games. The Mediterranean Games are less well-known than the Olympic Games or Commonwealth Games but are overseen by the International Olympic Committee. The games, primarily for countries bordering the Mediterranean Sea, have been held every four years since 1951 and are now held the year following the summer Olympics. The Mediterranean Games include sports such as aquatics, archery, basketball, bowls, boxing, canoe-kayak, cycling, equestrian, fencing, football, golf, gymnastics, handball, paralympic sports, judo, karate, rowing, sailing, shooting, table tennis, tennis, track and field, volleyball and beach volleyball, weightlifting and wrestling.

The results from a survey of basketball spectators are presented because the sport is very popular, professionalized, especially in Europe and the US, and is played in very homogenous places everywhere.

The basketball competition was held in a subvenue called El Ejido in the province of Almería, Spain. The main facility had a capacity of 2,500 spectators and is property of the town council.

### *Sample.*

A questionnaire about perceived service quality was handed out to 144 basketball spectators during three day competitions. The sample consisted of 60.4% male and 39.6% female, with an average age of 33.23 years ( $\pm 11.2$ ).

### *Instruments*

The scale used for the analysis of the perceived quality by spectators was EVENTQUAL. This scale has 22 items with an answer alternative of seven-point ranging from "totally disagree" (1) to "totally agree" (7). EVENTQUAL obtained a Cronbach alpha index of 0.93. For the factorial analysis, two items of the perceived quality scale were eliminated as they indicated a correlation with the total of the scale below 0.4.

The scale devised by Hightower et al.<sup>10</sup> consisting of 5 items and a response alternative of seven points was used to determine overall service quality. The validity of this scale was assessed as follows: 1) interitem correlations; 2) item-total correlations; and 3) exploratory factor analysis. This construct showed significant and positive interitem correlations, high and positive item-total correlation and a single factor with a high proportion of variance (74.91%) was extracted from the exploratory factor analysis. This scale obtained a Cronbach alpha index of 0.92 showing a very good reliability.

### *Procedures*

The study was conducted during a mega sports event, the Mediterranean Games. A survey was administered to basketball spectators during selected games by volunteers trained for this purpose. Spectators completed the survey in the last moments of the

---

<sup>10</sup> HIGHTOWER, R.; BRADY, M. K.; BAKER, T. L. "Investigating the Role of the Physical Environment in Hedonic Service Consumption: An Exploratory Study of Sporting Events". *Journal of Business Research*, 2002, vol. 55, num. 9, p. 697-707.

competition and afterwards. Data were coded, entered into a computerised statistical programme, and analysed to facilitate the study's purpose.

## RESULTS

Upon analysing the average results, the best valued factors can be observed: Easy accessibility to the sport facility (6.22;  $\pm 1.30$ ), amount of staff from the organization (6.22;  $\pm 1.10$ ) and easy way of purchasing the tickets (6.20;  $\pm 1.42$ ). Other important attributes were how easy it was to move around the facility (6.14;  $\pm 1.30$ ) and to find a seat (6.11;  $\pm 1.53$ ), as well as friendliness of employees (6.10;  $\pm 1.21$ ). The worst valued elements by the basketball spectators were the sports hall in general (4.44;  $\pm 1.64$ ), the service at the cafeteria (4.77;  $\pm 1.57$ ) and the information provided to follow the event (4.87;  $\pm 1.65$ ).

**Table 1.** Valuation of perceived quality of spectators (sample, mean and standard deviation).

Variables	N	Mean	SD
I had no problem to get to facilities.	144	6,215	1,29
I had no problem to get the ticket.	144	6,201	1,42
I had the ticket I wanted.	144	5,937	1,63
I had no problem to find my seat.	144	6,114	1,53
It is easy to move around the venue (signposting, corridors,...)	144	6,140	1,28
There is enough organizing staff to meet customer's requirements.	144	6,215	1,08
Organizing staff is well prepared.	144	5,766	1,35
Organizing staff makes a good job.	144	5,888	1,23
Organizing staff offers a kind service.	144	6,099	1,21
I felt astonished at getting into the venue.	144	4,441	1,64
The venue design makes me feel good.	144	5,410	1,33
I can watch any match or event very good.	144	5,915	1,23
In general, hearing is correct.	144	5,783	1,19
In general, cleaning at facilities is correct.	144	5,965	1,13
This venue is ideal for playing sport activities.	144	5,986	1,22
The information service works well and is useful to get information about the competitions.	144	4,868	1,65

I felt comfortable with the rest of the spectators.	144	5,895	1,31
Cafeteria meets my requirements.	144	4,770	1,57
Cafeteria staff works well.	144	5,373	1,38
Cleanness and hygiene at the toilets is correct.	144	5,446	1,38
There are good merchandising articles available (quantity, quality, price,...)	144	4,950	1,61
It is quick to get out of the venue.	144	5,507	1,48

The next part of the study was to carry out an exploratory factor analysis of the important factors with varimax rotation. Based on an eigenvalue cutoff of 1, a total of four factors were found. Our interpretation of these factors resulted in the following quality dimensions (variance explained is in parenthesis): tangible elements (18.58%) measuring 5.54 ( $\pm 0.95$ ), staff (15.57%) measuring 6.03 ( $\pm 1.04$ ), complementary services (12.97%) measuring 5.14 ( $\pm 1.12$ ), and accessibility (10.32%) with the highest average result, 6.10 ( $\pm 1.30$ ). Taking these figures as quality dimensions, the probable differences between groups of spectators were analysed.

No statistically significant differences were found in the valuation of quality by basketball spectators according to gender. In regards to age, statistically significant differences were found in the dimension of extra services ( $F= 2.94$ ,  $p < .05$ ). In this case, the spectators over 35 valued this dimension higher than spectators from 16 to 18. Finally, when comparing basketball spectators with spectators of other sports, statistically significant differences were found in the dimension of the quality of the tangible elements ( $F= 5.17$ ,  $p < .001$ ). Compared to spectators of other sports, basketball spectators gave the worst evaluation to the tangible elements.

A correlation analysis was carried out to determine the association between the studied variables. As revealed in Table 2, all quality dimensions and overall service quality correlated in a positive and significant manner ( $p < .01$ ) with overall service quality. The staff indicated the highest correlation ( $r= .518$ ), followed by complementary services ( $r= .501$ ), tangibles ( $r= .497$ ) and accessibility ( $r= .478$ ).

**Table 2.** Correlations between overall service quality and the perceived quality dimensions.

	Overall service quality	Tangibles	Staff	Complementary services
Overall service quality	1			
Tangibles	.497**	1		
Staff	.518**	.562**	1	
Complementary services	.501**	.502**	.437**	1
Accessibility	.478**	.434**	.646**	.265**

\*\* All correlations are significant at level .01

A regression analysis was conducted taking quality dimensions as independent variables, and overall service quality as dependent. It was observed that quality dimensions were predicting 41.8% of the variance of service quality ( $R = .646$ ;  $R^2 = .418$ ; adjusted  $R^2 = .401$ ;  $F(4, 139) = 24.92$ ,  $p < .001$ ). The coefficients indicated that both complementary services ( $\beta = .294$ ,  $p < .001$ ) and accessibility ( $\beta = .225$ ,  $p = .010$ ) had the strongest influence on overall service quality. Tangibles had a somewhat lower effect ( $\beta = .169$ ,  $p = .048$ ). It should be pointed out that the dimension of staff had a non significant effect on the overall service quality (see table 3).

**Table 3.** Multiple linear regression analysis for predictor variables and overall service quality of basketball spectators.

Variables	B	SE B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Tangibles	,196	,098	,169	1,997	,048	,586	1,708
Staff	,145	,093	,149	1,562	,121	,460	2,174
Complementary services	,274	,072	,294	3,828	,000	,712	1,404
Accessibility	,198	,075	,225	2,622	,010	,570	1,753

## DISCUSSION AND CONCLUSIONS

The results suggest that there are four main dimensions of perceived quality by basketball spectators (tangibles, extra services, staff and accessibility). However, Kelley and Turley<sup>11</sup> found nine quality factors (employees, price, facility access, concessions, fan comfort, game experience, show time, convenience and smoking) and Theodorakis et al.<sup>12</sup> suggest five factors (Access, reliability, responsiveness, tangibles and security). These data indicate a slight instability in the dimensions of the construct, probably because of the use of different measuring scales.

The data also suggest that the service quality perceived by basketball spectators is quite homogeneous although different in certain age groups. The above results were similar to those obtained by Kelley and Turley<sup>13</sup>, and Hyun-Duck et al.<sup>14</sup>, as they found significant differences in regards to age and gender. This study did not find differences of valuation between male and female, which shows that other variables need to be taken into account to segment spectators and offer them different services.

Finally, it should be pointed out that both tangible elements as accessibility became two important dimensions at basketball events, since they scored high on this study and also in the research conducted by Theodorakis et al.<sup>15</sup> and by McDonald et al.<sup>16</sup>.

---

<sup>11</sup> KELLEY, S. W.; TURLEY, L. W. "Consumer Perceptions of Service Quality Attributes at Sporting Events". *Journal of Business Research*, 2001, vol. 54, num. 2, p. 161-166 .

<sup>12</sup> THEODORAKIS, N.; KAMBITSIS, C.; LAIOS, A. "Relationship between Measures of Service Quality and Satisfaction of Spectators in Professional Sports". *Managing Service Quality*, 2001, vol. 11, num. 6, p. 431-438.

<sup>13</sup> KELLEY, S. W.; TURLEY, L. W. "Consumer Perceptions of Service Quality Attributes at Sporting Events". *Journal of Business Research*, 2001, vol. 54, num. 2, p. 161-166 .

<sup>14</sup> HYUN-DUCK, K.; LAVETTER, D.; JEOUNG-HAK, L. "The Influence of Service Quality Factors on Customer Satisfaction and Repurchase Intention in the Korean Professional Basketball League". *International Journal of Applied Sports Sciences*, 2006, vol. 18, num. 1, p. 39-58.

<sup>15</sup> THEODORAKIS, N.; KAMBITSIS, C.; LAIOS, A. "Relationship between Measures of Service Quality and Satisfaction of Spectators in Professional Sports". *Managing Service Quality*, 2001, vol. 11, num. 6, p. 431-438.

Additionally, sport managers have to take in account that complementary services and accessibility have a relative influence predicting overall service quality.

## **LIMITATIONS**

These results have to be taken with caution because of the relatively small sample size. In this study the sample of 144 basketball spectators is too small to generalize the conclusions to all event spectators. However, a first impression has been gained about the possible differences in the perception of spectators in order to develop management strategies such are the spectator's segmentation and the event promotion. The second limitation is related with the sport context. This study only analyzes the basketball spectators and the results could be different with a sample extracted from different sports.

Future research should be done with other multiple sport events and facilities, addressing the limitations of sample size and the sport context. In addition, a comparative study of like multi-sport events (i.e., Asian Games, Commonwealth Games, Pan-American Games and Mediterranean Games) on service quality dimensions should be conducted.

## **REFERENCES**

GREENWELL, T. C.; FINK, J. S.; PASTORE, D. L. "Assessing the Influence of the Physical Sports Facility on Customer Satisfaction within the Context of the Service Experience". *Sport Management Review*, 11, 2002, vol. 5, num. 2, p. 129-148.

---

<sup>16</sup> McDONALD, M.A.; SUTTON, W.A.; MILNE, G.R. "TEAMQUAL: Measuring Service Quality in Professional Team Sports", *Sport Marketing Quarterly*, 1995, vol. 4, num. 2, p. 9-15.

HIGHTOWER, R.; BRADY, M. K.; BAKER, T. L. "Investigating the Role of the Physical Environment in Hedonic Service Consumption: An Exploratory Study of Sporting Events". *Journal of Business Research*, 2002, vol. 55, num. 9, p. 697-707.

HYUN-DUCK, K.; LAVETTER, D.; JEOUNG-HAK, L. "The Influence of Service Quality Factors on Customer Satisfaction and Repurchase Intention in the Korean Professional Basketball League". *International Journal of Applied Sports Sciences*, 2006, vol. 18, num. 1, p. 39-58.

KELLEY, S. W.; TURLEY, L. W. "Consumer Perceptions of Service Quality Attributes at Sporting Events". *Journal of Business Research*, 2001, vol. 54, num. 2, p. 161-166 .

McDONALD, M.A.; SUTTON, W.A.; MILNE, G.R. "TEAMQUAL: Measuring Service Quality in Professional Team Sports", *Sport Marketing Quarterly*, 1995, vol. 4, num. 2, p. 9-15.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*, 1985, vol. 49, num. 4, p. 41-50.

THEODORAKIS, N.; KAMBITSIS, C.; LAIOS, A. "Relationship between Measures of Service Quality and Satisfaction of Spectators in Professional Sports". *Managing Service Quality*, 2001, vol. 11, num. 6, p. 431-438.

WAKEFIELD, K. L.; BLODGETT, J. G. "The Importance of Servicescape in Leisure Service Settings". *Journal of Services Marketing*, 1994, vol. 8, num. 3, p. 66-76.



**EL REPARTO DE LAS COMPETENCIAS PÚBLICAS  
EN EL DEPORTE**

**Dr. Eur. Antonio J. Monroy Antón**  
Universidad Autónoma de Madrid

**RESUMEN**

Las competencias públicas en el deporte español se dividen en diferentes niveles, y no siempre está claro cuál es la institución responsable del fomento de una actividad concreta. En este artículo se analizarán todos esos niveles, comenzando con las autoridades locales, los Ayuntamientos, y finalizando con el nivel más alto, el estatal.

**ABSTRACT**

Public competences in sport are divided in Spain into several levels, and it is not always clear which is the institution responsible for boosting a concrete activity. In this article we will analyse all those levels, starting with the local authorities, the city council, and finishing with the top level, the State

**PALABRAS CLAVE:** competencias, deporte, ayuntamiento, Estado.

**KEY WORDS:** competences, sport, city council, State.

## **INTRODUCCIÓN**

La Constitución española, en su artículo 43, señala que “*Los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte*”. Sin embargo, el reparto de competencias no resulta sencillo, al existir diversos organismos implicados en ese fomento de la actividad física y deportiva en nuestro país.

Así, estas competencias públicas se reparten en torno a cuatro niveles fundamentales<sup>1</sup>:

- el Consejo Superior de Deportes
- las Comunidades Autónomas
- las Diputaciones Provinciales
- los Ayuntamientos.

A continuación se analizarán todas ellas en detalle, comenzando desde el nivel básico, el local, y finalizando en el más alto, el estatal.

## **COMPETENCIAS LOCALES**

Las competencias en materia deportiva en el seno de las Entidades Locales están atribuidas a los municipios y provincias.

La Constitución española, en su artículo 140, garantiza la autonomía de los municipios, de los que se dice además que gozarán de personalidad jurídica plena. Su gobierno y administración corresponde a sus respectivos Ayuntamientos, integrados por los Alcaldes y los Concejales. Los Concejales serán elegidos por los vecinos del municipio mediante sufragio universal igual, libre, directo y secreto, en la forma establecida por la Ley. Los Alcaldes serán elegidos por los Concejales o por los vecinos. De este modo,

---

<sup>1</sup> AÑÓ SANZ, V. *Organización y gestión de actividades deportivas*. Barcelona: INDE publicaciones, 2003. p. 50.

cualquier gestión de los mismos, incluida la relacionada con el deporte, quedará indefectiblemente sujeta a la responsabilidad que pesa sobre aquéllos que han sido elegidos por voluntad popular y que pueden ser susceptibles de una reelección o no en función de cómo se juzgue esa gestión.

La provincia es una entidad local que también cuenta con personalidad jurídica propia, y que está determinada por la agrupación de municipios y la división territorial para el cumplimiento de las actividades del Estado.

El gobierno y la administración autónoma de las provincias estarán encomendados a las Diputaciones u otras Corporaciones de carácter representativo. En los archipiélagos, las islas tienen además su administración propia en forma de Cabildos o Consejos (artículos 141 de la Constitución Española y 31 de la Ley Reguladora de Bases del Régimen Local).

Son, sin embargo, las Comunidades Autónomas las que determinan el ámbito y el alcance de las competencias deportivas de estos entes locales. El Estado no puede coordinar la actividad deportiva municipal, ya que es la Comunidad Autónoma la que posee las competencias sobre el sector salvo casos excepcionales, según recoge el artículo 59 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

A pesar de ello, el Estado ha determinado que los entes locales tendrán unas competencias mínimas, entre las cuales se cuentan las relacionadas con actividades o instalaciones culturales y deportivas, ocupación del tiempo libre y turismo<sup>2</sup>. Además, otras actividades que pueden estar relacionadas con la organización de eventos deportivos también han quedado reservadas a los entes locales, como son la seguridad en lugares públicos, la protección civil, la ordenación del tráfico de vehículos, etc.

Las formas de ejercer estas competencias pueden ser muy variadas:

---

<sup>2</sup> Artículo 25.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

a) Directa:

- por la propia entidad local: como suele ser en el caso de pequeñas instalaciones, gestionadas directamente por los Distritos Municipales, o incluso de otras mayores, gestionadas por el Área de Deportes del propio ayuntamiento
- a través de un organismo autónomo local: los denominados Patronatos Municipales de Deportes, que cuentan con personalidad jurídica pública propia y plena capacidad de obrar tendente a la consecución de los fines que tengan designados (artículo 85 del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales)
- a través de una sociedad mercantil municipal: caso habitual en los grandes Palacios de Deportes, estadios, etc.

b) Indirecta:

- por concesión
- por gestión interesada
- por concierto
- por arrendamiento o a través de una sociedad mercantil mixta.

## **COMPETENCIAS AUTONÓMICAS**

El artículo 148 de la Constitución española reconoce a las Comunidades Autónomas la posibilidad de asumir competencias en la “*promoción del deporte y de la adecuada utilización del ocio*”.

En todas ellas, los órganos de gobierno se han dividido en departamentos o consejerías con competencias específicas que comprenden las grandes áreas de la acción administrativa. Así, surgen las Consejerías de Educación, Cultura, Deportes y Juventud, con este nombre o con otros similares. En cada Consejería, a su vez, se integran las

diversas Direcciones Generales (o Direcciones Regionales), órganos especializados de gestión administrativa sectorial.

Algunas Comunidades han creado organismos autónomos de carácter administrativo adscritos al Departamento de Cultura y Turismo. Tal es el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco, que creó el Instituto Vasco de Educación Física, un ente instrumental con personalidad jurídica propia para la gestión de competencias muy específicas, y la de Navarra, donde la gestión deportiva es competencia del Instituto Navarro del Deporte.

En otras Comunidades Autónomas (como por ejemplo las de Madrid, Cataluña, País Vasco y Andalucía) se han creado Órganos Consultivos de las correspondientes Direcciones Generales, en los que están representados los estamentos deportivos territoriales (Federaciones Deportivas) y las Entidades Locales comprendidas en el ámbito territorial autonómico.

Atendiendo a la invitación constitucional que se les ha hecho, las diecisiete Comunidades Autónomas españolas han asumido, mediante la correspondiente inclusión en sus respectivos Estatutos de autonomía, las competencias en materia de deportes que les corresponden. Todas ellas han promulgado diferentes Leyes del deporte que, posteriormente, han sido desarrolladas mediante los correspondientes reglamentos.

Las primeras leyes del deporte datan de la década de los ochenta. Esta precoz iniciación ha supuesto que, a consecuencia de la evolución de la sociedad, hayan tenido que ser revisadas y se haya promulgado una segunda norma más acorde con esa evolución.

Por el contrario, las Comunidades que optaron por esperar unos años más han promulgado una sola norma con rango de ley.

Así, a día de hoy, existen en España diecisiete leyes autonómicas y una estatal, como supletoria de las anteriores, del deporte. Estas leyes autonómicas atribuyen a las Comunidades Autónomas competencias en las siguientes áreas:

- el fomento de la práctica deportiva, mediante la construcción de instalaciones deportivas y la concesión de subvenciones
- las diversas manifestaciones deportivas: el deporte de base, el deporte en edad escolar, el deporte para todos y el deporte de competición o federado
- el fomento del asociacionismo deportivo, regulando la constitución e inscripción de entidades deportivas
- la regulación de los derechos y deberes de los deportistas
- la lucha contra la violencia y el doping
- la disciplina deportiva.

Mediante el correspondiente desarrollo reglamentario de estas leyes autonómicas se han establecido otras competencias, como las relacionadas con el asociacionismo deportivo, el funcionamiento de los registros de asociaciones deportivas, las materias electoral y disciplinaria, las titulaciones deportivas, la medicina deportiva, etc. Asimismo, se han creado diversos órganos colegiados, tales como los Comités de Disciplina, de Garantías Electorales o los Consejos del deporte.

## **COMPETENCIAS NACIONALES**

Antes de analizar cuáles son las competencias nacionales o estatales en materia deportiva es conveniente centrar cuál es el organigrama del deporte, con sus jerarquías e instituciones, en la Administración central. En ella, bajo la autoridad del Gobierno, la actividad se organiza en Ministerios, que son unidades especializadas en grandes áreas de acción política y gestión administrativa. Actualmente, como ya se ha mencionado con anterioridad, la actividad deportiva se encuentra adscrita al Ministerio de Educación y Ciencia, hoy Ministerio de Educación, Política Social y Deporte. En los Ministerios se

integran a su vez las diversas Direcciones Generales, órganos especializados de gestión administrativa sectorial.

Pero, a diferencia de otras áreas, en materia deportiva existe una figura más, la del secretario de Estado para el Deporte, órgano de la Administración Central del Estado adscrito al citado Ministerio de Educación, Política Social y Deporte y situado jerárquicamente entre el Ministro y el Subsecretario (que es el jefe superior del Departamento Ministerial después del Ministro excepto en los casos en que, como en éste, exista un Secretario de Estado). La importancia de esta institución es enorme, pues se trata de un órgano dotado de competencia especial creado para intensificar las acciones administrativas en el área deportiva.

Ya en lo que atañe puramente a la cuestión de las competencias, a pesar de que el artículo 149 de la Constitución española recoge con claridad cuáles son las exclusivas del Estado, el equilibrio competencial con las Comunidades no ha sido siempre fácil ni pacífico. Tanto es así que ha sido el mismísimo Tribunal Constitucional el que ha tenido que mediar en el asunto, en sentencia de 10 de enero de 1986, a partir de la cual se establece que la competencia del Estado abarca la ordenación del deporte en el ámbito estatal e internacional, así como la coordinación de las actividades en materia deportiva de las Comunidades Autónomas, mientras que éstas tienen en exclusiva la competencia en ordenación del deporte en el ámbito territorial que les corresponde.

Se podrían citar como competencias exclusivas del Estado las siguientes:

- la representación internacional a través de las selecciones nacionales de los diferentes deportes
- el deporte de alto nivel
- el deporte profesional
- la erradicación de la violencia en los espectáculos deportivos
- la lucha contra el doping.

## **BIBLIOGRAFÍA**

AÑÓ SANZ, V. *Organización y gestión de actividades deportivas*. Barcelona: INDE publicaciones, 2003.

Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

MONROY ANTÓN, A. J. “Las competencias públicas en la organización de eventos y actividades deportivas”. *Revista Internacional de Deportes Colectivos*. enero-abril 2009, nº. 2, p. 58-72.

[www.csd.es](http://www.csd.es).



**ESTUDIO DE LAS RELACIONES DEL COEFICIENTE DE  
INTELIGENCIA CON OTRAS VARIABLES Y SU INFLUENCIA  
EN EL DEPORTE**

**Gema Sáez Rodríguez**

Universidad Alcalá de Henares

**RESUMEN**

La inteligencia es una cualidad muy importante en el deporte. A veces la falta de calidad o de destreza motriz se puede ver compensada con un alto índice de inteligencia por parte del deportista. Eso sí, si se conjugan perfectamente talento e inteligencia el resultado es probablemente una persona muy capacitada para la práctica deportiva. En este trabajo, se pretende averiguar las relaciones de ésta con aquellos factores que influyen directa o indirectamente en ella, y sobre todo determinar si, en caso de que existan relaciones, influyen en la capacidad para practicar deporte de forma positiva o negativa.

**ABSTRACT**

Intelligence is very important in sports. Sometimes, lack of qualities or motor skills can be compensated with a high intelligence of the sportsman. But it has to be said that, if combined, talent and intelligence will probably result in a highly capacitated for sport practice person. In this work we will try to discover the relations of that practice with those factors that have direct or indirect influence on it, and overall to determine if, in case those relations exist, they influence positively or negatively the capacity to practice sport.

**PALABRAS CLAVE:** inteligencia, práctica, relaciones, aptitud, motriz.

**KEY WORDS:** training, overtraining, sessions, physical therapy, injuries, planning.

Fecha de recepción: 22/09/2009

Fecha de aceptación: 20/10/2009

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La inteligencia es uno de los aspectos que más importancia tienen en el deporte. Es una cualidad que, en muchos casos, marca la diferencia de los jugadores, sumado casi siempre al talento o la capacidad técnica de cada deportista. Es interesante, averiguar aquellos factores que influyen directa o indirectamente en la inteligencia de las personas, y en el caso que nos interesa de los deportistas en concreto. La cuestión de si el nivel socioeconómico influye en la inteligencia ha sido debatida desde hace mucho tiempo. El hecho controvertido de si la persona inteligente “nace” o “se hace” está presente en nuestra sociedad ya desde principios del siglo XX y ha dado pie a multitud de estudios que, hasta el momento, no han conseguido despejar las dudas. Así, analizando simplemente lo ocurrido en las dos últimas décadas, vemos que a un informe patrocinado por el *Wall Street Journal* en el que se señalaba la influencia del nivel de renta de la familia en el nivel de inteligencia –medido a través del CI- de los hijos, la *American Psychological Association* contestó con otro informe más detallado aún que ampliaba (de forma más extensa y justificada) los puntos enumerados, llegando a conclusiones diferentes.

Este informe enumera las concepciones científicas de la inteligencia -la aproximación psicométrica y los tests psicológicos, las teorías de Howard Gardner, de Robert Sternberg, de Jean Piaget y de Lev Vygotsky, así como el problema de la variación cultural y las aproximaciones biológicas- concluyendo que si bien todas ellas son relevantes para la comprensión del concepto de inteligencia, buena parte de la argumentación del informe "está dedicada a la dominante aproximación psicométrica, que no sólo ha inspirado la mayor parte de la investigación y ha atraído la mayor parte de la atención (hasta el momento) sino que también es la más empleada en la práctica"<sup>1</sup>.

Asimismo, el informe mencionado describe el significado de las puntuaciones en los tests de inteligencia, qué predicen y con qué precisión lo hacen. Además, describe la

---

<sup>1</sup> NEISSER, U. et al. “Inteligencia: lo que sabemos y lo que desconocemos”. En A. ANDRÉS PUEYO, A.; COLOM, R. *Ciencia y política de la inteligencia en la sociedad moderna*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1998.

gran estabilidad de las puntuaciones en los tests de inteligencia durante el desarrollo individual, la utilidad en la predicción del rendimiento escolar y ocupacional, así como su relación con resultados sociales tales como el estatus social, los ingresos económicos, o la delincuencia. Se acentúa que hay muchas otras variables no medidas con los tests de inteligencia que influyen en todos esos contextos (como son las variables motivacionales, temperamentales o actitudinales). Asimismo, se discuten las relaciones entre las puntuaciones en los tests y las medidas de laboratorio de velocidad de procesamiento, recientemente propuestas en el seno de los estudios experimentales de la cognición.

De especial interés es la pregunta por la influencia de los factores ambientales y genéticos sobre las diferencias de inteligencia entre individuos, en especial en deportistas, tal y como se miden con los tests estandarizados. Se describen los métodos de descomposición de la varianza -de las puntuaciones en los tests-, cómo se realizan las estimaciones genéticas, o cuál es el significado de la heredabilidad. Los métodos de la genética conductual han mostrado, según este informe, que los genes y las variaciones en los ambientes particulares de un individuo -el ambiente no compartido o la experiencia personal del ambiente- contribuyen sustancialmente a las diferencias de rendimiento en los tests de inteligencia, pero que aunque la variación entre familias (ambiente compartido) contribuye significativamente a las diferencias de CI observadas en la niñez, su efecto disminuye posteriormente.

El informe enumera una serie de variables ambientales que parecen influir en las diferencias de rendimiento en los tests: variables sociales como la ocupación, la escolarización, las intervenciones educativas y el ambiente familiar, y variables biológicas como la nutrición, el plomo ambiental, el alcohol o los factores perinatales. Las primeras -algunas- serían las que tienen relación con este estudio.

El informe de la *American Psychological Association* termina con la enumeración de una serie de preguntas sobre la inteligencia que todavía siguen sin respuesta y que

constituyen una auténtica agenda para la investigación del siglo XXI. Entre ellas hay algunas que tienen relación con esta investigación, y son las siguientes:

- Los factores ambientales contribuyen sustancialmente a las diferencias de inteligencia entre individuos, pero no se sabe cuáles son esos factores ni cómo actúan.
- Asistir a la escuela es importante, pero no se sabe cuáles son los aspectos críticos de la escolarización.
- Las puntuaciones medias en los tests de inteligencia han aumentado durante el siglo XX, pero no se sabe si el aumento en la renta per capita puede ser una de las causas.
- Las diferencias promedio de rendimiento entre determinados grupos sociales (estadounidenses) no se debe al posible sesgo de los tests y tampoco es un reflejo de las diferencias en estatus socioeconómico. Actualmente se ignoran las causas de esas diferencias promedio.

Una de las críticas que se han planteado a la mayoría de los test de inteligencia es su posible sesgo, tanto externo como interno. El sesgo externo se refiere a la validez predictiva de los tests, mientras que el sesgo interno se refiere a su contenido cultural, así como a la influencia de la motivación y de las diferencias en estatus socioeconómico (SES) sobre el rendimiento. Estas críticas han sido refutadas en diversas publicaciones científicas<sup>2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup>. Señalaremos brevemente el carácter de esas refutaciones.

Los estudios realizados en los Estados Unidos sobre el nivel de predicción de los tests de inteligencia señalan que son instrumentos valiosos: ya que, según la APA, las

---

<sup>2</sup> ANASTASI, A. *Psychological testing (7th ed.)*. New York: MacMillan, 1996.

<sup>3</sup> ANDRÉS PUEYO, A. *Manual de psicología diferencial*. Barcelona: McGraw-Hill, 1997.

<sup>4</sup> BRODY, N. *Intelligence (2nd ed.)*. San Diego: Academic Press, 1992.

<sup>5</sup> CARROLL, J.B. *Human cognitive abilities. A survey of factor analytic studies*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1993.

<sup>6</sup> COLOM, R. *Capacidades humanas (2º edición)*. Madrid: Pirámide, 1997.

<sup>7</sup> CRONBACH, L. *Essentials of Psychological Testing (5ª edición)*. Nueva York: Harper & Row, 1990. Traducción: *Fundamentos de los tests psicológicos*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1998.

<sup>8</sup> JENSEN, A. *Straight talk about mental tests*. London: Methuen, 1981

<sup>9</sup> SNYDERMAN, M.; ROTHMAN, S. *The IQ controversy, the media, and public policy*. New Jersey: Transaction, 1988.

<sup>10</sup> STERNBERG, R. GRIGORENKO, E. (Eds.) *Intelligence, heredity, and environment*. New York: Cambridge Univ. Press, 1997.

medidas estandarizadas de la inteligencia correlacionan un 50% con el rendimiento escolar, un 55% con los años de escolarización, un 54% con el rendimiento ocupacional, y un 19% con la delincuencia juvenil. Ninguna otra variable psicológica es capaz de producir estas correlaciones<sup>11</sup>.

Respecto a la influencia del contenido cultural sobre el rendimiento de los individuos de determinados grupos sociales, los datos indican que los tests no están sesgados por ese contenido. Así por ejemplo, las diferencias entre los dos principales grupos étnico-raciales de los Estados Unidos, son menos pronunciadas en los tests con mayor carga cultural que en los de menor carga cultural<sup>12</sup>.

En relación a la influencia del SES (acrónimo para identificar el Nivel Socioeconómico), la APA indica varias cosas<sup>13</sup>. Es más probable que los niños de las familias privilegiadas alcancen un más alto estatus social que aquellos cuyos padres tienen escasos ingresos o un menor nivel educativo, lo cual será un factor importante de cara a la práctica deportiva, ya que es en edades tempranas donde se puede lograr un mayor avance deportivo. La inteligencia y el SES familiar correlacionan un 33% (White, 1982). Éste es, por tanto, el análisis inverso del que se pretende realizar aquí, es decir, se analiza la influencia de la inteligencia en el estatus socio-económico posterior que adquirirá la persona, mientras que en nuestro estudio se tratará de determinar la influencia de dicho estatus en la inteligencia, para determinar si, por tanto, el estatus socio-económico está relacionado o tiene que ver con la inteligencia y talento del deportista

---

<sup>11</sup> NEISSER, U. et al. "Inteligencia: lo que sabemos y lo que desconocemos". En A. ANDRÉS PUEYO, A.; COLOM, R. *Ciencia y política de la inteligencia en la sociedad moderna*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1998.

<sup>12</sup> NEISSER, U. et al. "Inteligencia: lo que sabemos y lo que desconocemos". En A. ANDRÉS PUEYO, A.; COLOM, R. *Ciencia y política de la inteligencia en la sociedad moderna*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1998.

<sup>13</sup> NEISSER, U. et al. "Inteligencia: lo que sabemos y lo que desconocemos". En A. ANDRÉS PUEYO, A.; COLOM, R. *Ciencia y política de la inteligencia en la sociedad moderna*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1998.

El problema actual, pues, es que una recapitulación sobre el estudio de la inteligencia y la influencia que en ella pueden tener los factores socioeconómicos exige presentar evidencias algo más específicas de las que se han expuesto hasta el momento. Por ello, en el estudio se va a analizar esta relación con los datos obtenidos haciendo un especial énfasis en sus implicaciones prácticas, pero comentando también las consecuencias sobre el concepto de inteligencia en sí mismo. La hipótesis de partida será, por tanto, la de que el nivel de inteligencia es independiente del nivel socio-económico de la familia de la persona a la que se esté analizando, por lo que no se verá influenciado el nivel deportivo y de talento con el nivel socio-económico de la persona o familia.

## **MATERIAL Y MÉTODO**

Los datos que se han utilizado para realizar este estudio, han sido varios, unos más determinantes que otros. Entre las variables empleadas están las siguientes:

- Sexo
- Estatus Socioeconómico
- Región
- Coeficiente de Inteligencia
- Flexibilidad espontánea
- Fluidez asociativa
- Originalidad
- Conocimiento
- Comprensión

## **ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

Para el análisis estadístico se ha realizado una regresión múltiple al 95% de confianza. Para ello, en primer lugar se han realizado los descriptivos, así como las correlaciones entre las distintas variables.

El análisis estadístico se realiza utilizando la variable dependiente, en este caso la inteligencia (medida a partir del CI), y ocho variables independientes, que son el sexo, el estatus socio-económico, la región de procedencia, la flexibilidad espontánea, la fluidez asociativa, la originalidad, el conocimiento y la comprensión. De ellas, se analizará en primer lugar la del estatus socio-económico, que es la que motiva esta investigación.

En contra de lo que a priori se pudiera pensar, la correlación entre las dos variables objeto del estudio, el nivel de inteligencia y el estatus socio-económico, aparece como negativa (un  $-0'355$ ), y es significativa para un nivel de confianza del 99%. Además, el porcentaje de correlación es bastante bajo como para que merezca la pena intentar extraer conclusiones más allá de la simple observación de los datos.

Por otra parte, el cálculo del coeficiente de determinación  $r^2$  muestra un valor del  $0'126$ , lo que indica que tan sólo un 12'6% de la variabilidad en el nivel de inteligencia se explica por el nivel socio-económico de la familia, lo cual no es determinante de cara a la vida deportiva.

Al darse estos resultados, lo único que se podría plantear sería un modelo de regresión múltiple en el cual, además de la variable de estatus socio-económico, influyesen otro tipo de variables, con el objeto de intentar llegar a un modelo que explicase ya sí en un porcentaje lo suficientemente alto, las causas que pueden determinar el nivel de inteligencia de una persona, o al menos influir en él de forma determinante.

En este modelo de regresión múltiple se decide incluir las variables de comprensión, estatus socio-económico, región, sexo, originalidad, conocimiento y fluidez asociativa, dejando fuera el de flexibilidad espontánea. Con este modelo se obtiene una correlación del 87'6%, mucho mayor que en el modelo de regresión lineal, y una  $r^2$  del 76'7%, es decir, que estas variables por sí solas explicarían un 76'7% del nivel de inteligencia de la persona.

De estas variables, sin embargo, tan sólo las de conocimiento, comprensión y estatus socio-económico aparecen como significativas, al superar el valor del r calculado el valor del error estándar multiplicado por la t de Student.

En consecuencia, se planteará un modelo de regresión múltiple con estas tres variables.

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	(Constante)	43,945	6,317		6,956	,000
	conocimiento	1,506	,137	,796	10,998	,000
2	(Constante)	36,247	6,014		6,027	,000
	conocimiento	1,128	,154	,596	7,305	,000
	comprensión	2,442	,598	,333	4,082	,000
3	(Constante)	51,912	7,132		7,279	,000
	conocimiento	1,006	,147	,532	6,837	,000
	comprensión	2,641	,557	,360	4,739	,000
	estatus socioeconomico	-5,873	1,669	-,220	-3,519	,001

### TABLA DE CORRELACIONES

	SEXO	ESTATUS	REGIÓN	COEF. INTELIG	FLEXIB. ESPONT	FLUIDEZ ASOC.	ORIGINAL	CONOCIM	COMPRES
Sexo	1	0,158	0,089	0,071	-0,301	-0,574	-0,007	0,105	-0,053
Estatus		1	-0,050	-0,355	0,023	-0,372	-0,416	-0,219	-0,052
Región			1	0,082	0,023	0,023	0,058	-0,003	0,057
Coef. intelig				1	0,169	0,285	0,329	0,796	0,690
Flexibilidad espontánea					1	0,663	0,141	0,185	0,099
Fluidez asociativa						1	0,333	0,270	0,106
Originalidad							1	0,234	0,116
Conocimiento								1	0,598
Comprensión									1

Al realizar el modelo de regresión múltiple con las tres variables que aparecen como significativas, se obtiene el modelo siguiente:

$$\text{Coef. Intelig} = 51,912 + \underset{t = 6,837}{1,006 \cdot \text{conocimiento}} + \underset{t = 4,739}{2,641 \cdot \text{comprensión}} + \underset{t = -3,519}{(-5,873) \cdot \text{estatus socioeconómico}}$$



## **CONCLUSIONES**

La primera conclusión que se obtiene es que el estatus socio-económico influye bastante en el nivel de inteligencia, pero no en el sentido que se podría haber pensado sino al contrario, esto es, a mayor nivel socio-económico correspondería un menor nivel de inteligencia, y por tanto menor destreza deportiva, lo cual no parece lógico y no permite extraer ninguna relación de causa-efecto.

Sin embargo, sí que permite validar nuestra hipótesis de partida de que el nivel de renta no determina el coeficiente de inteligencia, debiendo por tanto existir factores más del ámbito genético que expliquen ese coeficiente, en contra de lo que se ha pensado durante mucho tiempo.

## **DISCUSIÓN**

Las aplicaciones prácticas de este modelo pueden venir por la vía de intentar proponer alguna medida de aumento de la inteligencia.

Los programas de mejora de la inteligencia han sido pocos pero bien financiados y analizados exhaustivamente<sup>14</sup>, y tras más de medio siglo de intentos todavía hoy no sabemos si es o no es posible aumentar el rendimiento cognitivo a largo plazo.

La mayor parte de los estudios dirigidos a aumentar el rendimiento cognitivo a largo plazo se han centrado en niños residentes en ambientes deprimidos socialmente.

Jensen, estableció que el CI de los niños de pre-escolar es más maleable que el de los niños mayores, y que los programas que empiezan antes y mantienen durante más tiempo su actuación, son los que dan lugar a las mayores ganancias. Asimismo, expuso

---

<sup>14</sup> JENSEN, A. *Straight talk about mental tests*. London: Methuen, 1981.

en sus conclusiones que las ganancias de CI son más pronunciadas en las primeras etapas de la vida, de ahí que éste influya en el correcto desarrollo motor del niño y así el aspecto y vida deportiva del niño se vea influenciado de manera positiva.

Por tanto, parece lógico que los intentos para mejorar el nivel de inteligencia de niños no se centren en ofrecerles a sus familias un entorno más favorable económicamente sino, quizá, en buscar un menor absentismo escolar, mantener los programas el tiempo necesario o complementarlos con otras formas de mejora no sólo basadas en la asistencia a colegios e instituciones caras, sino en la mejora del profesorado.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ANASTASI, A. *Psychological testing (7th ed.)*. New York: MacMillan, 1996.

ANDRÉS PUEYO, A. *La inteligencia como fenómeno natural*. Valencia: Promolibro, 1994.

ANDRÉS PUEYO, A. *Manual de psicología diferencial*. Barcelona: McGraw-Hill, 1997.

ANDRÉS PUEYO, A. Y COLOM, R. *Ciencia y política de la inteligencia en la sociedad moderna*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1998.

BRODY, N. *Intelligence (2nd ed.)*. San Diego: Academic Press, 1992.

CARROLL, J.B. *Human cognitive abilities. A survey of factor analytic studies*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1993.

COLOM, R. *Capacidades humanas (2º edición)*. Madrid: Pirámide, 1997.

CRONBACH, L. *Essentials of Psychological Testing* (5ª edición). Nueva York: Harper & Row, 1990. Traducción: *Fundamentos de los tests psicológicos*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1998.

JENSEN, A. *Straight talk about mental tests*. London: Methuen, 1981.

NEISSER, U. et al. “Inteligencia: lo que sabemos y lo que desconocemos”. En A. ANDRÉS PUEYO, A.; COLOM, R. *Ciencia y política de la inteligencia en la sociedad moderna*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1998.

SNYDERMAN, M.; ROTHMAN, S. *The IQ controversy, the media, and public policy*. New Jersey: Transaction, 1988.

STERNBERG, R. GRIGORENKO, E. (Eds.) *Intelligence, heredity, and environment*. New York: Cambridge Univ. Press, 1997.