



## INVESTIGACIÓN APLICADA EN GESTIÓN DEL DEPORTE: SPORT BUSINESS SYMPOSIUM

Dr. Jerónimo García-Fernández  
Departamento de Educación Física y Deporte  
Universidad de Sevilla  
C/ Pirotecnia, s/n, 41013, Sevilla (España)  
[jeronimo@us.es](mailto:jeronimo@us.es)

### EDITORIAL

La gestión deportiva es entendida por Chelladurai (1994, 2014) como la coordinación de diferentes fuentes, tecnologías, procesos y, situaciones ad hoc para lograr una producción eficiente y compartir los servicios deportivos. De igual modo, Lussier et al. (2004) afirman que es un “campo multidisciplinar que combina la industria deportiva y la gestión” (p. 5). En concreto, estos autores incluyen como actores del deporte, las organizaciones deportivas, las agencias de marketing deportivo, agentes, instalaciones y centros deportivos, eventos y competiciones deportivas, recreación deportiva, producción de artículos deportivos, atletas profesionales y equipos deportivos. En definitiva, un entramado complejo de gestionar y por ende, complejo de investigar.

Así, en gestión deportiva se podría afirmar que existen tres grandes procesos. El primero en el que se planificaría la actividad, instalación, producto o servicio deportivo; el segundo que estaría relacionado con la propia ejecución o producción; y finalmente un tercero que sería el análisis o investigación de lo ocurrido, para con ello, poder mejorar el producto o servicio deportivo. Este tercer factor es lo que se podría llamar como la investigación en gestión deportiva, y cuya investigación podría estar relacionada con la economía del deporte, social media, derecho deportivo, ética del deporte, administración del deporte, participantes deportivos, gestores deportivos o consumidores deportivos (Damon y Pedersen, 2011).

Dichas investigaciones son publicadas en revistas especializadas en gestión y marketing del deporte como *Sport Management Review*; *European Sport Management Quarterly*; *Journal of Sport Management*; *International Journal of Sport Management and Marketing*; *Sport Management*

*Education Journal; Journal of Applied Sport Management; Sport, Business, and Management: An International Journal; Leisure Studies; Journal of Sports Economics*, o también la recién incorporada por la Asociación Latinoamericana de Gerencia del Deporte (ALGEDE), revista *Gerencia Deportiva*. De igual modo, debido al auge de esta disciplina en el último cuarto de siglo (Chelladurai, 2013), diferentes revistas han publicado números especiales que ponen de manifiesto el interés académico por la investigación en gestión y marketing del deporte. Entre ellas están *Journal of Sport Psychology; Sport TK-Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte; Cuadernos de Psicología del Deporte; o Revista Internacional de Ciencias del Deporte*.

Precisamente, la revista *Podium, Sport, Leisure and Tourism Review* si bien publica artículos relacionados con la gestión y el marketing del deporte, en 2014 publicó un número especial derivado de un evento formativo de gestión deportiva realizado en Brasil. En esta ocasión, vuelve a realizarlo pero de un evento producido en España. Este evento es el *Sport Business Symposium* y la revista aceptó la publicación de los mejores trabajos presentados.

El *Sport Business Symposium* pretende ser un entorno único y pionero de reunión entre empresas del deporte en el cual se examina y discute un tema propuesto. Cuenta con docentes expertos, con el objetivo de mejorar la gestión deportiva y generar conocimiento y negocio entre todos los participantes. La edición de 2017 ha sido la octava y tenía por objetivo concreto potenciar la investigación aplicada en la disciplina de la gestión y el marketing deportivo. Entre todos los trabajos enviados y aceptados, y posterior a una revisión de doble ciego por revisores especializados, se seleccionaron siete por su rigor científico y aplicabilidad.

En el primero, Aparicio-Chueca y colaboradores se centran en el análisis de los perfiles de usuarios de centros deportivos que han expresado algún motivo de queja, y con ello, comparar el nivel de satisfacción con los que no han expresado sus quejas. De igual modo, Valcarce y colaboradores también investigan en el sector de los centros de fitness pero en su caso en el uso de las redes sociales. Su análisis se centra en la cuantificación de la variación del número de seguidores en redes sociales y su relación con el segmento de mercado. También Sánchez-Oliver y Grimaldi-Puyana en su estudio se clasifican las empresas de gestión de actividades de los gimnasios y las empresas de gestión de instalaciones deportivas según su forma jurídica, localización geográfica y tamaño, y analizan la evolución del total de activos, ingresos de explotación y número de personas empleadas de las empresas estudiadas. Igualmente, Grimaldi-Puyana y Sánchez-Oliver en su segundo trabajo, dan respuesta a la evolución en la pasada crisis económica entre tamaño, rentabilidad

financiera y endeudamiento, de las empresas que favorecen el ocio deportivo no competitivo en organizaciones de gestión de instalaciones deportivas españolas.

Maicas y Crespo por su parte, utilizan un evento deportivo como elemento estresor del sistema nervioso para estudiar cómo los empleados de un departamento concreto en una multinacional hotelera, gestionan el estrés y cuál era la calidad de recuperación con vistas a generar planes estratégicos a futuro de salud corporativa basados en indicadores de mejora. Así, en un mercado emergente en España como los campos de golf, Pradas-García y García-Tascón, analizan el papel del greenkeeper dentro de los campos de golf, en función de la revisión de los trabajos científicos publicados en una base de datos científica. Finaliza este número especial con el trabajo de Díaz-Cabrera y colaboradores en el que se describe la práctica de actividad física en jóvenes universitarios de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, identificando a su vez la relación de la práctica deportiva con el género.

En definitiva, esperamos que este número aporte conocimiento en materia de gestión del deporte y el lector pueda disfrutar de casos concretos producidos en España.

## REFERENCIAS

Chelladurai, P. (1994). Sport Management. Defining the Field. *European Journal for Sport Management*, 1, 7–21.

Chelladurai, P. (2013). *Sport Management: Critical Concepts*. New York: Routledge.

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

Damon, A., y Pedersen, P. (2011). *Research methods and design in sport management*. Champaign, IL: Human Kinetics.

Lussier, R., y Kimball, D. (2004). *Sport management. Principals, Applicationas, Skill Development*. Mason: Thompson Learning.