

## Editorial

Ramón Gómez-Chacón, Marta Pérez-Villalba y Jerónimo García-Fernández

*Departamento de Educación Física y Deporte. Universidad de Sevilla / Área departamental de Actividad Física y Deportes.  
Grupo de Investigación Gestión e Innovación en Servicios Deportivos, Ocio, Recreación y Acción Social  
rgomez@ceuandalucia.es; marta.perez.villalba@gmail.com; jeronimo@us.es*

---

Es un placer presentar el monográfico sobre Gestión del Deporte vinculado al Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte (CIED9). En concreto en este evento se realizaron numerosas presentaciones y se comunicaron investigaciones relacionadas con la gestión deportiva, la economía del deporte, las nuevas tecnologías en las organizaciones deportivas y el comportamiento de los usuarios de servicios deportivos. De entre ellas, se seleccionaron las mejores conformándose en un número especial de ocho trabajos de investigación. A su vez, indicar que la selección de los trabajos ha seguido una revisión ciega por pares lo que repercute en una mayor calidad de los trabajos. En definitiva, un monográfico que aporta conocimiento sobre investigación aplicada en el área de la gestión y la economía del deporte. Esperamos que los lectores académicos disfruten de los contenidos y los resultados aportados, y los lectores profesionales puedan obtener provecho de dichas conclusiones para mejorar la gestión de las organizaciones deportivas.

El número se compone de ocho trabajos. En primer lugar Rómulo J. González, María Huertas González y Daniel Ayora comienzan el monográfico con su estudio que tiene por objetivo analizar qué impactos asociados al turismo activo son percibidos por los residentes y cuáles son los mejores predictores del apoyo al desarrollo de este tipo de actividad en la comunidad, estos datos son de especial relevancia para aquellos gestores y planificadores del sector turístico activo en la comunidad.

Posteriormente, el segundo estudio fue realizado por Pau Ros, Ferrán Calabuig y Ana M. Gómez, los cuales realizan un trabajo sobre el uso de las instalaciones deportivas de la Fundación Deportiva Municipal de Valencia y analizar el perfil del usuario, determinando el tipo de usuarios y sus percepciones como un elemento de vital importancia para los gestores deportivos a la hora de tomar decisiones para la mejora de sus servicios.

El tercer trabajo sigue ahondando en el sector de los centros de fitness, donde Nuria Molina y colaboradores definen el perfil del usuario, de tres centros deportivos de gestión privada, en función de la valoración de las variables de calidad, satisfacción, valor percibido e intenciones futuras y analizan si varían en función de los grupos definidos de edad, género

y nivel de antigüedad, destacando en sus conclusiones que el usuario de centros deportivos privados con mejor valoración en las variables de calidad, satisfacción, valor percibido e intenciones futuras sería un participante de género femenino, con una antigüedad novel como usuario/a en el centro de 1 a 12 meses y de una edad superior a los 40 años.

El cuarto trabajo escrito por Fernando García y colaboradores analiza, dentro del contexto de los centros deportivos, qué influencia tienen las distintas variables de gestión, como el valor percibido y la satisfacción, sobre los futuros comportamientos de los clientes acerca del servicio que se les ha prestado, destacando en sus conclusiones que el valor emocional, no solamente predice de manera significativa la satisfacción y el Word of Mouth sino que es la que mayor peso ofrece en ambas dimensiones.

Por su parte, el quinto artículo escrito por J. M Nuñez y Paloma Escamilla tiene por objetivo conocer los distintos caminos existentes para predecir la calidad de servicio en clubes deportivos nacionales de baloncesto teniendo en cuenta la orientación emprendedora y el nivel de competición mediante la metodología novedosa fsQCA, destacando en sus conclusiones que la orientación emprendedora ayuda a las organizaciones a traducir las posibilidades de un entorno generoso en mayores niveles de rendimiento.

A continuación el sexto trabajo liderado por Jaime Pinilla tienen por objetivo mostrar las diferencias en el reparto del pago por mérito para los equipos de la primera división de la liga española según el criterio actual, la clasificación final alcanzada en las últimas 5 temporadas, y una clasificación alternativa de acuerdo con el número de goles esperado por partido en cada una de estas temporadas, destacando en sus conclusiones que los puntos en la clasificación no siempre coinciden con el espectáculo que da un equipo.

El séptimo trabajo liderado por Mario Alguacil junto a colaboradores presentan su estudio consistente en analizar si las diferentes subdimensiones de la personalidad de marca tienen una influencia significativa en la congruencia entre el usuario y la marca, y en qué medida lo hacen, además comprobar si dicha congruencia es un elemento capaz de predecir significativamente la lealtad que tendrán los usuarios del servicio, todo ello implica aportaciones de información útil para

poder establecer pautas de actuación y llevar a cabo acciones más eficaces.

Para finalizar, el octavo trabajo llevado a cabo por Alessandro Tortosa tiene por objetivo establecer una estrategia de ventas y comunicación adecuada al proceso de lanzamiento de un instrumento para el análisis del tobillo.

En definitiva, un monográfico que tiene la intención de aumentar el conocimiento en gestión del deporte y los servicios deportivos mediante la investigación, y su posible aplicación al mercado deportivo.