



Análisis comparativo de las percepciones de la sostenibilidad en eventos deportivos

Comparative Analysis of Perceptions of Sustainability in Sporting Events

Cristian Gregori-Faus^{1*}, Carlos Viard Santonja², Pablo Jimenez Jimenez³ y Alberto Vidal-Vilaplana⁴

¹Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Valencia, <https://doi.org/0009-0002-0295-2366>; ²Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Valencia; ³Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Valencia, <https://doi.org/0000-0001-9262-5291>; ⁴Departamento de Educación Física y Deportiva, Universidad de Valencia, <https://doi.org/0000-0002-6857-353X>

*Autor para correspondencia: Cristian.gregori@uv.es

DOI: <https://doi.org/10.55166/reefd.v439i1.4467>

RESUMEN

Las organizaciones deportivas son cada vez más conscientes del impacto que tienen los eventos deportivos en el medio ambiente. Por ello, cada vez se observan más acciones integradas en estos eventos dirigidas a minimizar dicho impacto y, a su vez, mejorar la percepción que tienen los espectadores sobre los mismos. Esto, por un lado, fomenta su lealtad hacia el evento y, por otro, influye en los comportamientos sostenibles de los espectadores a nivel individual. Sin embargo, siguen siendo escasos los estudios que analizan el grado de percepción de estas acciones por parte de los espectadores. Por esta razón, el presente trabajo tiene como objetivo analizar las valoraciones de diferentes variables relacionadas con la sostenibilidad realizadas por los asistentes a un evento deportivo en la ciudad de Valencia. Paralelamente, se comparan estas valoraciones entre los distintos grupos que componen la muestra, con el fin de identificar qué factores pueden influir en dichas percepciones. A través de este análisis, se observa que los 208 participantes en este estudio valoran positivamente las acciones sostenibles implementadas por la organización, así como la influencia del país de origen en estas valoraciones. Los resultados permiten destacar la relevancia de las acciones sostenibles en un evento deportivo, no solo por su capacidad de reducir el impacto ambiental, sino también por su efecto positivo en la percepción de los espectadores y su influencia en sus intenciones futuras.

Palabras clave: Eventos deportivos; Impacto ambiental; Sostenibilidad; Percepción de la sostenibilidad; acciones sostenibles.

ABSTRACT

Sports organizations are increasingly aware of the impact that sporting events have on the environment. For this reason, more and more actions are being observed integrated into these events aimed at minimizing this impact and, in turn, improving the perception that spectators have of them. This, on the one hand, fosters their loyalty to the event and, on the other, influences the sustainable behavior of viewers on an individual level. However, there are still few studies that analyze the degree of perception of these actions by viewers. For this reason, the present work aims to analyze the evaluations of different variables related to sustainability made by those attending a sporting event in the city of Valencia. At the same time, these assessments are compared between the different groups that make up the sample, in order to identify which factors may influence these perceptions. Through this analysis, it is observed that the 208 participants in this study positively value the sustainable actions implemented by the organization, as well as the influence of the country of origin on these evaluations. The results highlight the relevance of sustainable actions in a sporting event, not only because of their ability to reduce environmental impact, but also because of their positive effect on viewers' perception and their influence on their future intentions.

Keywords: Sporting events; Environmental impact; Sustainability; Perception of sustainability; Sustainable actions.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el fenómeno de la sostenibilidad ha ido ganando más fuerza entre los diferentes sectores de la sociedad (Jensen, 2021; Ulloa-Hernández et al., 2023), entre los cuales, el sector deportivo no es una excepción (Baena-Morales et al., 2023; Hugaerts et al., 2023). Esto, en gran parte es debido al gran impacto que pueden tener los eventos deportivos en el medioambiente, ya bien por la alta demanda energética, la generación de altos volúmenes de desechos, o las emisiones que se generan por el transporte de los participantes o espectadores a los eventos entre otros (Daddi et al., 2022; Ito et al., 2022).

Sin embargo, a pesar de estar sujetos a posibles impactos ambientales negativos, los eventos deportivos también representan una oportunidad significativa para trabajar por el desarrollo sostenible por varios motivos. Por ejemplo, la práctica deportiva asociada a este tipo de eventos también conlleva beneficios notables para la salud, además de promover estilos de vida activos y sostenibles (Bergara, 2022; Campillo-Sánchez et al., 2021).

Además, los eventos deportivos cuentan con una gran capacidad para atraer a diferentes tipologías de públicos, convirtiéndolos en una plataforma poderosa para difundir unos mejores comportamientos sostenibles entre sus seguidores (Cayolla et al., 2023), conformando así un poderoso canal de difusión que puede utilizarse para comunicar las acciones que se llevan a cabo desde las organizaciones deportivas, para que otras organizaciones o sectores puedan utilizar como ejemplo e implementar acciones similares relacionadas con la sostenibilidad entre sus actividades (McCullough et al., 2020). para mejorar las relaciones con sus propios espectadores/participantes (Isa et al., 2024), así como servir como agentes de movilización social para mejorar el estado de la sociedad (Fonseca et al., 2022).

Sin embargo, los gestores deportivos siguen encontrando diferentes obstáculos a la hora de implementar este tipo de acciones entre sus organizaciones, como por ejemplo la falta de objetivos claros (Cayolla et al., 2023), o una falta de coherencia entre dichas iniciativas (Morán-Gámez et al., 2024), lo que demuestra que el sector deportivo debe mejorar este tipo de acciones para que sean efectivas y tengan un impacto real sobre la sociedad (Gregori-Faus et al., 2025).

Aun así, las organizaciones deportivas están cada vez más comprometidas con la implementación de prácticas sostenibles en la organización de eventos deportivos (Chaves-Castro et al., 2024), entre las cuales, las acciones más comunes que podemos encontrar serían el análisis del impacto ambiental, a través de la huella de carbono; la implementación de energías renovables; la reducción del consumo de agua o el manejo de los residuos (Thormann & Wicker, 2021; Wicker, 2019; Zhu et al., 2023).

A pesar de ello, en la mayoría de los casos, las organizaciones deportivas carecen de informes o comunicaciones de estas acciones, dificultando así su valoración por parte de los espectadores, mermando así la capacidad de generar cambios efectivos en los comportamientos de los stakeholders (Hugaerts et al., 2023; McCullough et al., 2020) así como en sus intenciones futuras relacionadas con los propios eventos (Mañas et al., 2024).

En base a ello, nace la necesidad de conocer como los diferentes stakeholders perciben y reaccionan a este tipo de iniciativas sin que estas hayan sido directamente comunicadas (McCullough et al., 2020). Por ello, cobra importancia que se analice como este tipo de iniciativas sostenibles impactan en los espectadores de dichos eventos deportivos, con el principal objetivo de conocer si realmente estas acciones tienen la capacidad de afectar a la percepción que tienen los espectadores, no solo sobre el propio evento deportivo, sino además a sus comportamientos (Cayolla et al., 2023; Mañas et al., 2024).

Principalmente, porque la percepción que puedan presentar estos espectadores sobre el evento en general, así como sobre los impactos que este genera, puede ser determinante para

que estos brinden su apoyo a la celebración del evento (Hugaerts et al., 2023; Morán-Gámez, Fernández-Martínez et al., 2024) además de constituir uno de los factores más importantes para afectar a sus comportamientos sostenibles (McCullough et al., 2020).

En consecuencia, se destaca la importancia de entender cómo se forman estas percepciones en los espectadores de los eventos deportivos y como interiorizan esa percepción para convertirla en una actitud concreta hacia el evento (Parra-Camacho, 2017). O, dicho de otra manera, entender cómo se forman estas percepciones se convierte en una necesidad esencial para analizar la relación entre la percepción individual y las intenciones de realizar dichos comportamientos.

Las percepciones que una persona tiene sobre cualquier actividad o fenómeno, la podemos entender como el proceso mediante el cual las personas generan una imagen de su entorno a través de la información que puede obtener del mismo (Parra-Camacho, 2017). Sin embargo, como también destaca este autor, pese a que el entorno sea el mismo, diferentes personas pueden percibir e interpretar un mismo entorno de manera diferente debido a que cada individuo cuenta con habilidades o capacidades diferentes, por tanto, en función de sus propias características cada individuo formará una imagen diferente del entorno que le rodea.

De una manera u otra, los organizadores de los eventos deportivos tienen la capacidad de gestionar la imagen que están transmitiendo hacia sus espectadores en relación con sus acciones dirigidas a minimizar el impacto ambiental del evento, pudiendo generar de esta manera que los espectadores ligan al evento con una serie de atributos y beneficios para la sociedad que ayuden a mejorar la imagen que se percibe del propio evento, creando así que los propios espectadores estén más predispuestos a volver a asistir a este tipo de eventos (Alguacil, 2017).

Según Parra-Camacho (2017), esta predisposición, en este caso por parte de los espectadores del evento, se entiende como “intenciones futuras” y abarca diversos aspectos relevantes, como el deseo de que el evento se mantenga en el tiempo, la disposición a asistir a futuras ediciones y la voluntad de recomendarlo a otras personas mediante comentarios positivos. Evidenciando que, cuanto más positiva y optimista sea la percepción de un individuo sobre un evento deportivo, más favorables y proactivas serán sus intenciones relacionadas con este en el futuro.

Por ello, aunque en la literatura sí que se pueden encontrar diferentes trabajos con el objetivo de analizar qué variables derivan en unos mayores comportamientos ambientales y debido a que, hasta la fecha, pocos trabajos analizan la percepción que tienen los espectadores sobre las acciones de sostenibilidad tomadas en eventos deportivos y como está relacionado con sus intenciones futuras. Este estudio tiene como objetivo evaluar la percepción de los espectadores sobre las iniciativas sostenibles implementadas en un evento deportivo en Valencia y analizar cómo variables como el género y la nacionalidad influyen en estas valoraciones.

MÉTODO

Participantes

La muestra de este estudio está formada por un total de 208 participantes que asistieron a un evento deportivo como espectadores en la ciudad de Valencia durante el mes de mayo de 2024. De los cuales, el 51,4% eran mujeres (n=107) y el 48,6% eran hombres (n=101), destacando que no se obtuvo ninguna respuesta en la opción “no binario”, con una edad media de 48,7 años (DT=16,97).

Además, los participantes de este estudio proceden de tres países diferentes: España, Bélgica e Irlanda. Entre ellos, se observó que la mayoría de estos declararon tener una formación universitaria (77,8%, n=161), con un nivel de ingresos superior a 2.160€ brutos mensuales en el caso del 59,1% de los participantes (n=110).

Por último, en cuanto a la ocupación de los participantes de este estudio, un 10,1% declararon ser estudiantes (n=21), el 60,9% trabajadores (n=126), el 8,7% desempleados (n=18),

el 1,0% recibía prestaciones por desempleo (n=2) y, por último, el 19,7% restante (n=41) declararon ser pensionistas.

Instrumento

El instrumento utilizado en este estudio estaba formado por un total de cinco variables diferentes. En primer lugar, se emplearon las variables “normas personales” compuesta por tres ítems, “normas deportivas” compuesta por tres ítems y “percepción de la influencia de los esfuerzos realizados por la entidad deportiva” formada por otros cuatro ítems. Todas ellas extraídas y adaptadas de Casper et al, (2020).

En segundo lugar, a través de un panel de expertos se diseñó un total de seis ítems para consultar la percepción de los asistentes sobre las acciones llevadas a cabo por parte de la entidad deportiva. Y, por último, se adaptó la variable “intenciones futuras relacionadas con la sostenibilidad” extraída de Casper et al, (2017) con un total de 3 ítems.

En total el cuestionario fue compuesto por 19 ítems, diseñado para evaluar la percepción de la sostenibilidad del evento deportivo en cuestión, donde todas las variables se midieron con una escala tipo Likert con cinco puntos de anclaje donde uno significaba estar totalmente en desacuerdo con la afirmación presente y cinco, totalmente de acuerdo.

Procedimiento

La recopilación de las respuestas se llevó a cabo a través de un encuestador que administró el cuestionario en formato físico y se encargó de resolver cualquier duda. Además, esta captación de respuestas se realizó durante los descansos de los partidos del propio evento deportivo, intentando evitar que los participantes pudiesen rellenar el cuestionario sin prestar la atención necesaria.

De la misma manera, se hizo hincapié en que la participación en el estudio era completamente voluntaria y que no existía ninguna obligación de responder a los cuestionarios. En todo momento se siguió el protocolo de Helsinki para garantizar los aspectos éticos de la investigación. Para ello, los participantes fueron informados de que el propósito del estudio era recopilar información sobre su percepción de la sostenibilidad del evento deportivo, y se les aseguró que sus respuestas serían anónimas y que solamente se analizarían junto con el resto de las respuestas.

Análisis estadístico

En relación con el análisis de los datos, se utilizó el programa estadístico SPSS 25, a través del cual se realizaron los análisis descriptivos para definir el perfil de la muestra y comprender la percepción general de los espectadores del evento. Esto incluyó el cálculo de la media aritmética, así como la desviación típica de las respuestas de los participantes y el análisis de las frecuencias para examinar la distribución de las respuestas en cada variable estudiada.

En primer lugar, para asegurar la fiabilidad de los resultados se comprobó si los datos seguían una distribución normalizada a través de la prueba de Kolmogórov-Smirnov así como la homogeneidad de las varianzas a través de la prueba de Levene. Para la comparación de medias se utilizó la Prueba t, así como el análisis ANOVA para determinar posibles diferencias en la valoración de los espectadores según las diferentes agrupaciones de los participantes de este estudio, permitiendo identificar si existían disparidades significativas.

RESULTADOS

Como se puede observar en la tabla 1, en primer lugar, se comprobó la fiabilidad del instrumento utilizado a través de analizar el alfa de Cronbach de cada una de las variables presentes en el estudio. Además de comprobar la puntuación del instrumento general obteniendo una puntuación de .82, siendo esta puntuación superior a la recomendada en la literatura (Hair et al., 2019).

Tabla 1*Fiabilidad de las variables del instrumento.*

Variables	Alfa de Cronbach (α)	N.º de elementos
Normas personales (NP)	.82	3
Normas deportivas (ND)	.81	3
Percepción de la influencia de los esfuerzos realizados por la entidad deportiva (PI)	.94	4
Percepción de los asistentes sobre las acciones llevadas a cabo por parte de la entidad deportiva (PA)	.94	6
Intenciones futuras relacionadas con la sostenibilidad (IF)	.87	3

En segundo lugar, se analizaron las puntuaciones obtenidas en todas las variables (ver tabla 2). Entre ellas, podemos observar que la variable mayor valorada es la variable de “*Intenciones futuras relacionadas con la sostenibilidad*” obteniendo una media de $4,30 \pm ,82$. Relegando a la variable “*Percepción de los asistentes sobre las acciones llevadas a cabo por parte de la entidad deportiva*” como la peor valorada con una puntuación de $3,66 \pm ,91$. Sin embargo, como se puede observar, todas las variables han obtenido puntuaciones relativamente favorables.

Tabla 2*Puntuaciones medias en las diferentes variables del instrumento.*

Variables	Media	DT
Normas personales (NP)	4.20	.96
Normas deportivas (ND)	4.26	.81
Percepción de la influencia de los esfuerzos realizados por la entidad deportiva (PI)	3.83	.96
Percepción de los asistentes sobre las acciones llevadas a cabo por parte de la entidad deportiva (PA)	3.66	.91
Intenciones futuras relacionadas con la sostenibilidad (IF)	4.30	.82

Por otro lado, si pasamos a analizar las valoraciones que han realizado el conjunto de los participantes en este estudio (ver tabla 3), se puede observar cómo los ítems peor valorados son las que hacen referencia a los esfuerzos realizados por la entidad deportiva, y más concretamente a los que preguntan sobre los esfuerzos relacionados con el agua, la energía o las emisiones, con una valoración media de 3,60. Y, por otro lado, el que mayor valoración ha recibido es el ítem que hace referencia a la importancia de conservar los recursos naturales ($4,41 \pm ,85$), dentro de la variable de “*Normas personales*”.

Tabla 3*Puntuaciones medias en los diferentes ítems del instrumento.*

Variables/ítems	Media	DT	S	K
NP				
Conservar los recursos naturales es importante para mí	4.41	,85	-1,71	3,48
Tengo la responsabilidad de conservar los recursos naturales	4.36	,92	-1,67	2,92
Estaría dispuesto a pagar precios más altos para proteger el medio ambiente	3.82	1,08	-,71	,00
ND				
Las organizaciones de eventos deportivos deberían realizar una gestión eficiente de los recursos naturales	4.39	,84	-1,36	1,76
Creo que se deberían preservar los recursos naturales en los acontecimientos deportivos	4.39	,84	-1,37	1,82
Estaría dispuesto a sufrir molestias para ayudar a conservar y mejorar la gestión de los recursos naturales	4.02	1,00	-,68	-,39
PI				
Ayudar a educarme sobre la importancia de la sostenibilidad medioambiental	3.88	1,03	-,51	-,31
Influir en mi comportamiento medioambiental en eventos deportivos	3.86	1,03	-,38	-,74
Influir en mi comportamiento medioambiental en casa	3.79	1,07	-,46	-,52
Influir en mi afición a los eventos de hockey celebrados por la FHCV en Valencia	3.81	1,07	-,37	-,73
PA				
Adopta medidas para reducir el consumo de energía	3.60	,99	-,10	-,46
Adopta medidas para reducir y reciclar los residuos	3.70	1,00	-,28	-,44
Adopta medidas para reducir el consumo de agua	3.60	1,03	-,29	-,33
Aplica sistemas para reducir las emisiones nocivas	3.60	1,04	-,23	-,51
Ayuda a mejorar la calidad de vida de la ciudad de Valencia	3.70	1,01	-,19	-,70
Proporciona protocolos para la salud y la seguridad de todos los participantes (ej., protocolos de evacuación, servicio médico...)	3.76	1,05	-,29	-,80
IF				
Asistiré a acontecimientos deportivos que sean responsables con el medio ambiente	4.23	,94	-1,12	,63
Recomendaré la asistencia a acontecimientos deportivos de hockey que sean responsables con el medio ambiente a amigos y familiares	4.28	,99	-1,48	1,81
Mejoraré el uso que realizo de los recursos naturales en mi día a día (eg., reciclar, eficiencia energética, uso transporte público...)	4.38	,84	-1,34	1,67

Nota: S= Asimetría; K = Curtosis.

Por último, pasamos a analizar si existen diferencias entre las valoraciones que realizan los diferentes participantes de estudio según diferentes agrupaciones. En primer lugar, se analizaron si existían diferencias significativas entre las valoraciones según el género de los participantes (ver tabla 4).

Tabla 4

Diferencias en las valoraciones según el género.

Variable	t	sig.	Hombre		Mujer	
			Media	DT	Media	DT
NP	-.85	.40	4.14	.93	4.24	.70
ND	-.24	.81	4.24	.89	4.27	.72
PI	-1.97	.05	3.69	1.04	3.96	.87
PA	-1.20	.23	3.58	.93	3.74	.88
IF	-.45	.65	4.27	.88	4.33	.76

Como se puede observar en la tabla anterior, según los resultados obtenidos en este análisis no existen diferencias significativas entre las valoraciones que hacen los diferentes géneros entre los participantes de este estudio. Sin embargo, sí que se puede observar como en el caso del género femenino, todas las valoraciones de las diferentes variables son ligeramente superiores a la del grupo de hombres.

En cambio, cuando analizamos si existen diferencias significativas entre las valoraciones recibidas según la procedencia de cada entrevistado, se pueden observar diferencias significativas entre los diferentes grupos en las todas las variables analizadas (ver tabla 5).

Tabla 5

Diferencias entre las valoraciones según país de procedencia.

Variable	Grupo	n	Media	DT	F	1vs2	2vs3
NP	España	89	4.34	.70	5,86	**	*
	Bélgica	46	3.85	.92			
	Irlanda	64	4.24	.83			
ND	España	89	4.44	.75	6,67	***	
	Bélgica	45	3.92	.87			
	Irlanda	64	4.24	.76			
PI	España	86	3.99	.93	7,81	***	**
	Bélgica	46	3.36	.98			
	Irlanda	62	3.97	.89			
PA	España	85	3.86	.94	11,51	***	***
	Bélgica	43	3.11	.78			
	Irlanda	62	3.78	.79			
IF	España	89	4.44	.78	4,98	*	
	Bélgica	45	3.98	.87			
	Irlanda	65	4.34	.79			

Nota: * <0.05 ** <0.01 ; *** <0.001

Analizando las valoraciones que se pueden observar en la tabla 5 y como comentábamos en el párrafo anterior, Se puede observar como el grupo belga puntúa de manera significativamente más baja ($3,85 \pm ,92$) que los grupos español e irlandés ($4,34 \pm ,70$ y $4,24 \pm ,83$ respectivamente) en la variable de “*Normas personales*”, además también se puede observar como en la variable “*Normas deportivas*” el grupo procedente de España valora significativamente ($p \leq 0.001$) de manera más elevada ($4,44 \pm ,75$) si se compara con las puntuaciones recibidas por el grupo belga ($3,92 \pm ,87$).

En relación con la variable “*Percepción de la influencia de los esfuerzos realizados por la entidad*” también se puede observar que, tanto el grupo español ($3,99 \pm ,93$) como el grupo irlandés ($3,97 \pm ,89$) valoran de manera significativamente más elevada que el grupo belga ($3,36 \pm ,98$), de la misma manera que ocurre en la variable “*Percepción de los asistentes sobre las acciones llevadas a cabo por parte de la entidad deportiva*”

Y, por último, también se puede observar a través de estos resultados como la agrupación belga ($3,98 \pm ,87$), valora significativamente ($p \leq 0.05$) de manera más baja la variable “*Intenciones futuras relacionadas con la sostenibilidad*” comparado con el grupo español ($4,44 \pm ,78$).

DISCUSIÓN

El objetivo de este trabajo era analizar la percepción de los asistentes de un evento deportivo celebrado en Valencia sobre los esfuerzos de la organización del evento en implementar acciones de sostenibilidad, teniendo en cuenta los diferentes factores que podrían afectar a dichas valoraciones

Después de haber analizado y expuesto los resultados de este estudio, es destacable que, aunque se hayan obtenido valoraciones relativamente positivas en todas las variables en general, la variable que peor se ha valorado es la referente a la percepción de las acciones tomadas por el evento para mejorar su impacto ambiental, y más concretamente sobre los ítems que hacen referencia a la reducción de agua, residuos y emisiones.

En este sentido, cabe preguntarse cuál es el motivo que afecta a que estas valoraciones sean las más bajas, si es debido a que los participantes de este estudio perciben estas acciones como no suficientes o por otro lado si son capaces de percibirlas o no. Lo que pone de manifiesto las afirmaciones de McCullough et al, (2020), cuando exponen que aunque una organización deportiva presente diferentes acciones relacionadas con el impacto ambiental, tanto la evaluación de dichas acciones como su comunicación son esenciales para poder impactar en la opinión de sus stakeholders. Al mismo tiempo, evidencia la necesidad de seguir investigando en relación con la percepción de este tipo de acciones.

En segundo lugar, es destacable que las variables mejor valoradas en este estudio sean las relacionadas con el papel de la propia persona en cuanto al desarrollo sostenible, es decir las “*normas personales*” y las “*Intenciones futuras relacionadas con la sostenibilidad*”. Esto puede ser un indicador de que cada vez la población está más concienciada sobre su rol en el desarrollo sostenible, por lo que se destaca la importancia desde las organizaciones deportivas para, por un lado, conocer cómo podemos mejorar los niveles de las normas personales a través de las acciones que se llevan a cabo desde el contexto deportivo, y por otro, mejorar la interpretación que hacen los diferentes espectadores sobre la importancia de que en los demás contextos, como es en este caso el deportivo, se apoyen acciones encaminadas a mejorar el desarrollo sostenible.

Asimismo, si analizamos las valoraciones que han realizado los diferentes grupos presentes en esta muestra, lo primero que podemos destacar es que no se han encontrado diferencias significativas entre las valoraciones por parte del grupo de hombres y mujeres, al contrario que en los resultados de Morán-Gámez et al, (2024), en los que sí que se encuentra que el género femenino valora de manera significativamente mayor las acciones sostenibles, de manera similar que ocurre en los resultados de Thormann y Wicker (2021).

En el caso del presente estudio, aunque los resultados no revelaron diferencias significativas entre las valoraciones de ambos géneros, sí que se puede observar una tendencia en la que las mujeres otorgan puntuaciones más altas que los hombres en todas las variables evaluadas. Esto vendría a sugerir una posible disparidad en la percepción de sostenibilidad entre hombres y mujeres, lo que podría indicar áreas de interés para futuras investigaciones sobre la influencia del género en las actitudes hacia la sostenibilidad en eventos deportivos.

Por otro lado, dónde sí se han encontrado diferencias significativas entre las valoraciones de los diferentes grupos, es en las valoraciones que hacen los espectadores del evento según su país de procedencia. Lo que sugiere que, al igual que ocurre en otros sectores (Lizcano-Prada et al., 2024), la carga cultural y la sensibilización con el fenómeno de la sostenibilidad pueden suponer un factor a tener en cuenta a la hora de analizar las percepciones y las expectativas que tienen los diferentes espectadores en relación con las acciones de sostenibilidad en el contexto deportivo.

Pese a la complejidad de comprender plenamente como el contexto cultural puede afectar a la percepción sobre la sostenibilidad (Shtessel, 2023), algunos de los factores que ayudarían a explicar dichas diferencias según la procedencia podrían venir ligadas al contexto en el que las personas se desarrollan personalmente, como las normas subjetivas por parte de cada población, las creencias relacionadas con la sostenibilidad, pertenecer a una sociedad con mayor orientación hacia el colectivismo o incluso los niveles de masculinidad de la propia sociedad (Deirmentzoglou et al., 2023; Shtessel, 2023).

Esto da paso a que, de la misma manera que ocurre con el género, otras condiciones sociodemográficas, como es el país de procedencia o en definitiva la carga cultural de los espectadores, pueden suponer un campo de estudio que ayude a comprender de mejor manera como los espectadores perciben la sostenibilidad y cómo esto afecta a sus intenciones futuras.

CONCLUSIONES

Como principales conclusiones de este análisis podemos destacar que, en general, todas las variables analizadas en este estudio presentan un nivel adecuado (por encima de 3,5 en una escala del 1 al 5), lo que demuestra cierto interés por parte de los participantes de este estudio en el fenómeno de la sostenibilidad, especialmente a través de las variables “*normas personales*”, “*normas deportivas*” y “*Intenciones futuras*”. Aunque, por otro lado, la variable peor valorada es la referente a la percepción de las acciones tomadas por el evento para mejorar su impacto ambiental, lo cual nos llevaría a la pregunta de por qué estas valoraciones son las más bajas.

Además, a través del presente análisis no se han encontrado diferencias significativas entre las valoraciones según el género de los participantes, lo que contradice los resultados obtenidos en investigaciones anteriores. Sin embargo, sí que se pueden encontrar valoraciones significativamente diferentes según el lugar de procedencia de los participantes, lo que da pie a pensar que esta variable podría ser interesante de cara a futuros estudios para comprobar la naturaleza del porqué la procedencia puede afectar a las valoraciones relacionadas con la sostenibilidad.

En cuanto a las implicaciones prácticas de este estudio, en base a los resultados, en los que se muestra que los espectadores valoran de manera elevada las variables relacionadas con la importancia de la sostenibilidad y sus intenciones futuras al respecto, y la influencia que pueden tener las iniciativas sostenibles en la satisfacción y la lealtad de los espectadores deportivos (Morán-Gámez et al., 2024), los organizadores de este tipo de eventos deben tener en cuenta la correcta aplicación y comunicación de las iniciativas llevadas a cabo desde la propia organización, con la intención de que todos los espectadores sean capaces de percibir los esfuerzos que se realizan, ayudando así a mejorar las intenciones futuras hacia el evento a la par que se intenta mejorar los comportamientos sostenibles de los asistentes a los eventos.

Al mismo tiempo, los resultados invitan a que, tanto desde el mundo profesional como desde el mundo académico, se analice qué tipo de iniciativas relacionadas con la sostenibilidad se están llevando a cabo en diferentes contextos deportivos, para comprobar cuales de ellas tienen una mayor influencia en los espectadores de los eventos deportivos, facilitando así la promoción de unos comportamientos más sostenibles entre los espectadores. Por último, debido

a que la percepción de la sostenibilidad puede estar influenciada por las características del contexto en la que estas están siendo aplicadas, y con el objetivo de tener un mayor impacto entre los espectadores de los eventos deportivos. Los organizadores de dichos eventos deben conocer al detalle cuales son las características de sus espectadores, así como sus niveles de creencias y actitudes hacia la sostenibilidad para poder aplicar las iniciativas sostenibles de la manera más acertada posible.

Limitaciones y futuras líneas de investigación:

Este estudio cuenta con diferentes limitaciones que deben de ser tomadas en cuenta a la hora de interpretar los resultados. En primer lugar, hay que destacar que la muestra analizada forma parte de los espectadores de un solo evento deportivo en el que participaban diferentes equipos procedentes de Europa, por lo tanto, antes de generalizar estos resultados se recomienda que futuras investigaciones analicen las diferentes valoraciones que se realizan en otra tipología de eventos, tal vez en modalidades deportivas diferentes y/o con mayor número de nacionalidades, para comprobar si realmente existen esas diferencias entre las valoraciones según el país de procedencia y, si es el caso, profundizar en por qué el país de procedencia puede ser una variable a tener en cuenta a la hora de valorar la sostenibilidad de un evento deportivo.

En segundo lugar, este es un análisis exploratorio sobre las valoraciones que se realizaron sobre la percepción de la sostenibilidad en un evento deportivo. Sin embargo, no se han tenido en cuenta las relaciones entre las diferentes variables estudiadas. Por ello, para futuras investigaciones se recomienda analizar estas relaciones entre las variables para ayudar a comprender como se relacionan las acciones sostenibles por parte de los eventos deportivos, la percepción de estas y su influencia con los comportamientos sostenibles de los asistentes al evento.

Por último, en este estudio solo se han tomado en cuenta las valoraciones que realizan los espectadores de un evento deportivo. Sin embargo, para futuras investigaciones sería interesante incluir metodologías mixtas que permitan analizar las percepciones que tienen los espectadores deportivos al mismo tiempo que se analiza, por una parte, la tipología e intensidad de las acciones que se llevan a cabo en los eventos deportivos y, por otra, la intensidad con la que se comunican estas acciones y el alcance que tienen.

FINANCIACIÓN

Este estudio se ha realizado gracias a la ayuda de la Generalitat Valenciana con el número de referencia HIECPU 2022/2

REFERENCIAS

- Alguacil Jiménez, M. (2017). *Análisis de la percepción de marca y su relación con el rendimiento percibido en servicios deportivos: Comparación entre público y privado* [Tesis doctoral, Universidad de Valencia]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=157048>.
- Baena-Morales, S., Barrachina-Peris, J., García-Martínez, S., González-Víllora, S., & Ferriz-Valero, A. (2023). La Educación Física para el Desarrollo Sostenible: Un enfoque práctico para integrar la sostenibilidad desde la Educación Física. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, 437(1), Article 1. [https://doi.org/10.55166/reefd.vi437\(1\).1087](https://doi.org/10.55166/reefd.vi437(1).1087)
- Bergara, U. Z. (2022). La Movilidad saludable y sostenible en Educación Física. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, 463(3), Article 463(3). [https://doi.org/10.55166/reefd.vi463\(3\).1050](https://doi.org/10.55166/reefd.vi463(3).1050)
- Campillo-Sánchez, J., Segarra-Vicens, E., Morales-Baños, V., & Díaz-Suárez, A. (2021). Sport and Sustainable Development Goals in Spain. *Sustainability*, 13(6), 3505. <https://doi.org/10.3390/su13063505>



- Cayolla, R. R., Escadas, M., Biscaia, R., Kellison, T., Quintela, J. A., & Santos, T. (2023). Fans' perceptions of pro-environmental sustainability initiatives in sport and triple bottom line benefits. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 24(2), 395–421. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-07-2022-0141>
- Chaves-Castro, K., Morán-Gámez, G., Nuviala, R., & Fernández-Martínez, A. (2024). Intención de volver a participar en un evento deportivo en el medio natural: Prácticas verdes y calidad de resultado como antecedentes (Intention to re-participate in a natural environment sporting event: green practices and outcome quality as antecedents). *Retos*, 53, 224–232. <https://doi.org/10.47197/retos.v53.99852>
- Daddi, T., Rizzi, F., Pretner, G., Todaro, N., Annunziata, E., Frey, M., & Iraldo, F. (2022). Environmental management of sport events: A focus on European professional football. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 12(2), 208–232. <https://doi.org/10.1108/SBM-05-2020-0046>
- Deirmenzoglou, G. A., Agoraki, K. K., & Patsoulis, P. (2023). The nexus between cultural values and perceptions of corporate sustainable development. *Social Responsibility Journal*, 20(2), 224–242. <https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2022-0373>
- Fonseca, I., Bernate, J., & Tuay, D. (2022). La responsabilidad social corporativa y los eventos deportivos. Una revisión sistemática de la producción científica. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte*, 11, 8–8. <https://doi.org/10.6018/sportk.470131>
- Gregori-Faus, C., Crespo, J., Calabuig, F., & Parra-Camacho, D. (2025). State-of-the-art of sustainability in sports facilities: A systematic review. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-024-05854-1>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (Eighth edition). Cengage Learning. EMEA.
- Hugaerts, I., Scheerder, J., Zeimers, G., Corthouts, J., Van de Sype, C., & Könecke, T. (2023). Are sport organisations environmentally sustainable? – A website analysis of sport federations in Belgium. *European Sport Management Quarterly*. 23(1), 38–58. <https://doi.org/10.1080/16184742.2022.2093391>
- Hugaerts, I., Schunk, H., & Könecke, T. (2023). Environmental Sustainability as Factor for Mega Sport Event Support—Empirical Evidence Regarding the Olympic Games and the Football World Cup. *World*. 4(3). Article 3. <https://doi.org/10.3390/world4030030>
- Isa, K. A., Zamzuri, N. H., & Rosnan, H. (2024). Strategies For Sustainable Sports Events: Understanding the Stakeholders Challenge for Collaboration. *Information Management and Business Review*, 16(3) 1–6. [https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3\(I\).3916](https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3(I).3916)
- Ito, E., Higham, J., & Cheer, J. M. (2022). Carbon emission reduction and the Tokyo 2020 Olympics. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(2), 100056. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100056>
- Jensen, C. T. (2021). Local Sport Event Policies and Sustainability: A Puzzle Approach. *Frontiers in Sports and Active Living*, 3, 667762. <https://doi.org/10.3389/fspor.2021.667762>
- Lizcano-Prada, J., Maestre-Matos, M., Mesias, F. J., Lami, O., Giray, H., Özçiçek Dölekoğlu, C., Abdoulaye Bamoi, A. G., & Martínez-Carrasco, F. (2024). Does Consumers' Cultural Background Affect How They Perceive and Engage in Food Sustainability? A Cross-Cultural Study. *Foods*. 13(2), Article 2. <https://doi.org/10.3390/foods13020311>
- Mañas, M. Q., González, E. P., Manrique, D. C., Martínez, A. F., & Nuviala, A. N. (2024). Sustainable Practices as an Incentive to Return to Play at in an International Event. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(11), e09785–e09785. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n11-124>
- McCullough, B. P., Pelcher, J., & Trendafilova, S. (2020). An Exploratory Analysis of the Environmental Sustainability Performance Signaling Communications among North

- American Sport Organizations. *Sustainability*, 12(5), Article 5. <https://doi.org/10.3390/su12051950>
- Morán-Gámez, G., Fernández-Martínez, A., Biscaia, R., & Nuviala, R. (2024). Measuring Green Practices in Sport: Development and Validation of a Scale. *Sustainability*, 16(2), Article 2. <https://doi.org/10.3390/su16020494>
- Morán-Gámez, G., Fernández-Martínez, A., Nuviala, R., & Nuviala, A. (2024). Influence of green practices on user loyalty in sport clubs. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03773-0>
- Parra Camacho, D. (2017). *Percepción de los residentes sobre los impactos de un gran evento deportivo: Desarrollo y validación de una escala* [Tesis doctoral, Universitat de València]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=157039>.
- Shtessel, Y. B. (2023). Climate Change Perception and Sustainable Behavior: A Cross-Cultural Analysis. *Global International Journal of Innovative Research*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.59613/global.v1i1.5>
- Thormann, T. F., & Wicker, P. (2021). Determinants of pro-environmental behavior among voluntary sport club members. *German Journal of Exercise and Sport Research*, 51(1), 29–38. <https://doi.org/10.1007/s12662-020-00700-8>
- Ulloa-Hernández, M., Farías-Torbidoni, E. I., & Seguí-Urbaneja, J. (2023). Sustainable practices in the organization of sporting events in protected and unprotected natural areas: A scoping review. *Managing Sport and Leisure*, 0(0), 1–24. <https://doi.org/10.1080/23750472.2024.2381588>
- Wicker, P. (2019). The carbon footprint of active sport participants. *Sport Management Review*, 22(4) 513–526. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.07.001>
- Zhu, J., Liang, Z., Zhang, C., & Wei, X. (2023). How are sports management, renewable energy, and green finance related? A survey evidence. *Renewable Energy*, 206, 39–46. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2023.02.040>