

Abadia-Naudí, S.; Cabedo-Sanromà, J.; Sánchez-Martín, R.; Moragas-Rovira, M.; Medina, F.X.; Morejon-Torné, S. (2021) Reasons for Participating in Charity Sport Events. Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte vol. 21 (84) pp. 729-745. [Http://cdeporte.rediris.es/revista/revista84/artmotivos1279.htm](http://cdeporte.rediris.es/revista/revista84/artmotivos1279.htm)
DOI: <https://doi.org/10.15366/rimcafd2021.84.007>

ORIGINAL

MOTIVOS PARA LA PARTICIPACIÓN EN EVENTOS DEPORTIVOS SOLIDARIOS

REASONS FOR PARTICIPATING IN CHARITY SPORT EVENTS

Abadia-Naudí, S.¹; Cabedo-Sanromà, J.¹; Sánchez-Martín, R.¹; Moragas-Rovira, M.¹; Medina, F.X.² y Morejon-Torné, S.¹

¹ Doctores. Departamento de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. FPCEE Blanquerna – Universitat Ramon Llull (España) sixtoan@blanquerna.url.edu, JosepCS@blanquerna.url.edu, RicardoSM@blanquerna.url.edu, MartaMR3@blanquerna.url.edu, mariasacramentmt@blanquerna.url.edu

² Doctor. Estudios de Ciencias de la Salud. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona (España); y Departamento de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. FPCEE Blanquerna – Universitat Ramon Llull, Barcelona (España) FranciscoJavierML@blanquerna.url.edu

FINANCIACIÓN

Esta investigación ha estado financiada en el marco de la convocatoria de ayudas a proyectos de investigación Blanquerna (APR-PFCEE).

Código UNESCO / UNESCO Code: 6399. Sociología del deporte / Sociology of Sport

Clasificación del Consejo de Europa / Council of Europe Classification: 16. Sociología del deporte / Sociology of Sport

Recibido 25 de julio 2019 **Received** July 25, 2019

Aceptado 23 de febrero de 2020 **Accepted** February 23, 2020

RESUMEN

El objetivo de este artículo es investigar los motivos por los cuales los participantes se vinculan a carreras o marchas solidarias, así como la influencia de la gestión de la solidaridad y de la rendición de cuentas en la decisión de participar a estos eventos. Un cuestionario de 31 ítems valorado mediante una escala de Likert (del 1 al 7), fue distribuido a partir de una plataforma online, obteniendo una respuesta de 150 corredores. Los resultados revelan que los motivos más destacados para participar en estos eventos son los relacionados con el beneficio personal: evasión, nivel físico y mental y deseo de socialización, siendo los de índole altruista: marcar la diferencia y obligación de

participar los menos valorados. Los resultados también sugieren la mayor importancia atribuida a la información solidaria facilitada previa al evento, así como el menor interés hacia la rendición de cuentas, por parte de los participantes.

PALABRAS CLAVE: solidaridad, deporte, vinculación, transparencia, rendición de cuentas

ABSTRACT

The aim of this paper is to research a) participants' motives for joining races and walks organized for causes, and b) to what extent their decisions to take part are influenced by the way the cause is run and its accountability. A 31-question survey with answers given on the Likert scale (from 1 to 7) was shared online, drawing a response from 150 runners. The results demonstrate that the most significant motives for taking part in these events relate to personal benefit: enjoyment, physical and mental well-being and desire to socialize. Motives of an altruistic nature scored lowest: making a difference and a feeling of obligation. The results also suggested participants give significantly more importance to the information about the cause provided before the event than they do to accountability.

KEY WORDS: solidarity, sport, attachment, transparency, accountability

1 INTRODUCCIÓN

Los eventos deportivos solidarios están proliferando en todo el planeta (Palmer 2016). Este aumento coincide con la segunda oleada del *running* (Scheerder, Breedveld y Borgers 2015), fenómeno también notorio en España, donde la carrera a pie es la segunda modalidad más practicada semanalmente con un 10.6% (Subdirección General de Estadística y Estudios 2017). Investigaciones como las de Mujika, García y Gibaja (2018), Seguí y Farias (2017), Díaz et al. (2014) y Llopis y Llopis (2012) corroboran el auge de esta práctica en el contexto español. En España la concepción de evento deportivo solidario es amplia. Hendriks y Peelen (2013) diferencian los eventos deportivos solidarios que hacen énfasis en la causa de los que priorizan la cuestión deportiva o competitiva.

Esta tipología de eventos está convirtiéndose en una estrategia cada vez más popular de captación de fondos y para afianzar y ampliar la relación con los donantes de organizaciones del tercer sector (Bunds, Brandon-Lai y Armstrong 2016; Filo, Spence y Sparvero 2013; Nettleton y Hardey 2006; Higgins y Lauzon 2003). Desde el punto de vista de los participantes, permiten también conjugar y satisfacer varios motivos de participación, tales como la práctica deportiva, la evasión y la solidaridad (Filo, Funk y O'Brien 2008). Ciertamente, en España estos eventos son una buena oportunidad para las organizaciones del tercer sector social para acercarse a un segmento de población diferente

del vinculado a este tipo de organizaciones (Abadia et al. 2018; Abadia et al. 2016).

En cuanto a los motivos de participación en eventos solidarios, son numerosos los trabajos que en el contexto internacional han abordado este objeto de estudio, sin que exista un consenso generalizado. De este modo, autores como Bennett et al. (2007) identificaron como motivos destacados la implicación personal hacia la causa solidaria y el deseo de seguir un estilo de vida saludable, seguidos del vínculo deportivo y del deseo de socialización de los participantes, del mismo modo que Won et al. (2011) destacan el predominio de los motivos solidarios respecto de los de índole personal. Por su parte, en el estudio de Taylor y Shanka (2008) sobresalían las motivaciones relacionadas con el logro deportivo, la implicación solidaria y los beneficios saludables. Por su parte, Filo, Funk y O'Brien (2009) identificaron tres aspectos sobresalientes en cuanto a la participación y vinculación a los eventos deportivos solidarios, siendo éstos la camaradería, el apoyo a la causa solidaria, y el reto físico y deportivo. Estos resultados contrastan con los observados en corredores de ruta, cuyas principales motivaciones se orientan hacia al logro, al ego y a la salud (Zarauz-Sancho, Ruiz-Juan, Flores-Allende, G. y Arufe, 2016), así como los de entornos deportivos no competitivos (Fernández, Fernández-Río 2019).

En el territorio español el aumento de eventos deportivos solidarios conlleva una problemática asociada relacionada con la transparencia y rendición de cuentas hacia los stakeholders. De acuerdo con Higgins y Lauzon (2003: 375) "ethical considerations, including financial accountability, (...) also need to be explored, particularly when private contractors are responsible for the implementation of physical activity events". Hyndman y Jones (2011) sugieren la necesidad que exista cierto grado de monitorización por parte de los donantes, de los beneficiarios de la solidaridad y de los reguladores, siendo la rendición de cuentas un elemento clave en la gobernanza de las organizaciones del tercer sector. El desarrollo de una estrategia de comunicación, siguiendo a Bunds, Brandon-Lai y Armstrong (2016), permite aumentar la vinculación de los participantes, contribuyendo a su vez a la creación de una experiencia significativa entre estos (Filo, Groza y Fairley 2012; Filo, Funk y O'Brien 2014).

Saxton, Neely y Guo (2014) evidencian una relación positiva entre la cantidad de información sobre la solidaridad de las webs de organizaciones no gubernamentales y el nivel de donaciones. Es necesario, por lo tanto, que las organizaciones desarrollen una estrategia de comunicación que les permita aumentar la vinculación de los participantes (Bunds, Brandon-Lai y Armstrong 2016). A tal efecto, Internet se ha convertido en una plataforma de comunicación muy efectiva entre las organizaciones y sus *stakeholders* (Gandía 2011).

El objetivo de esta investigación era doble. En primer lugar, examinar los principales motivos que atraen a los participantes hacia las marchas y carreras solidarias en el caso de la región de Cataluña (España) y, en segundo lugar, conocer la influencia en la decisión de participar en este tipo de eventos de la

gestión de la solidaridad y de la rendición de cuentas implementadas por parte de los agentes organizadores.

2 MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 PARTICIPANTES

La muestra se componía de 150 corredores, de los cuales 86 fueron hombres (57.3%) y 64 mujeres (42.7%). Las edades estaban comprendidas entre los 15 y 63 años con una media (y su desviación estándar) de 38.3 (9.3). En relación con el género los resultados fueron similares: masculino 39.1 (9.3) y femenino 37.2 (9.2).

En referencia a las características demográficas de los participantes (Tabla 1), el 68% del total de los corredores tenía una formación universitaria. Cabe destacar que, en este tipo de nivel educativo, las mujeres (79.7%) superaban claramente a los hombres (59.3%). La situación laboral de los participantes del estudio se situaba en un 86.7% de ocupación, siendo la profesión de técnico de soporte (40.0%) la más destacada en relación con las demás.

La misma tabla 1 muestra que en cuanto al tiempo de participación en carreras solidarias la mayoría se situaba entre los 1 y 5 años (66.0%), siendo el propósito principal de su contribución económica en las carreras para ayudar a entidades de carácter solidario de ámbito local (80.7%). En estos dos tipos de indicadores descritos anteriormente había muy poca diferencia según el género.

Tabla 1. Características demográficas de la muestra

	Muestra total (n=150)	Género	
		Hombres (n=86)	Mujeres (n=64)
Nivel educativo			
Primaria	3.3%	4.7%	1.6%
Secundaria	7.3%	9.3%	4.7%
Formación profesional	21.3%	26.7%	14.1%
Universitarios medios	26.7%	24.4%	29.7%
Universitarios superiores	41.3%	34.9%	50.0%
Situación laboral			
Ocupado	86.7%	88.4%	84.4%
Estudiante	7.3%	5.8%	9.4%
Jubilado	2.7%	2.3%	3.1%
Trabajo doméstico	0.7%	0%	1.6%
En el paro	2.0%	2.3%	1.6%
Otros	0.7%	1.6%	0%
Profesión			
Por cuenta propia	12.8%	12.3%	13.5%
Fuerzas armadas	4.8%	8.2%	0%
Personal directivo	8.8%	9.6%	7.7%
Técnico profesional de soporte	40.0%	41.1%	38.5%
Empleado administrativo	16.0%	12.3%	21.2%
Trabajador de servicios	8.8%	6.8%	11.5%
Operador de instalaciones	7.2%	8.2%	5.8%
Trabajador no cualificado	1.6%	1.4%	1.9%
Frecuencia de participación en carreras solidarias			
De 1 a 5 años	66.0%	65.1%	67.2%
De 6 a 10 años	26.0%	29.1%	21.9%
De 11 a 15 años	4.7%	3.5%	6.3%
Más de 15 años	3.3%	2.3%	4.7%
Participación en carreras que ayuden a entidades			
De ámbito local	80.7%	80.2%	81.3%
De ámbito nacional	16.7%	16.3%	17.2%
De ámbito internacional	2.7%	3.5%	1.6%

La investigación se ajustó en todo momento a los principios éticos generales de beneficencia, fidelidad, responsabilidad, integridad y respeto por los derechos de las personas sujeto de estudio, manteniendo una cooperación constante con el comité de ética de la propia universidad. Concretando estas disposiciones éticas, se informó a los participantes del propósito de la investigación, de la duración aproximada del cuestionario y del uso de los datos únicamente para el objeto de la investigación. Su participación fue totalmente voluntaria y confidencial, pudiendo abandonar la investigación en cualquier momento. A su vez, disponían de un correo electrónico de contacto por si era necesario resolver alguna duda en relación a su participación en el proyecto.

2.2 PROCEDIMIENTO

Para la recogida de datos se desarrolló un cuestionario *ad hoc*, autoadministrable online a través de la plataforma *xipgroc.cat*, la principal comunidad de corredores en Cataluña. Se estimó que esta plataforma permitía

el acceso a una mayor y más diversa muestra de corredores y marchadores de esta región, al integrar a más de 25.000 miembros en el año 2017. A diferencia de otros estudios centrados en el análisis de carreras o marchas atléticas específicas, la voluntad de esta investigación fue abarcar una amplia muestra de carreras y, por este motivo, se optó por acceder a los participantes a través de dicha plataforma. En concreto, entre el 29 de marzo y el 20 de abril de 2017 en esta plataforma se colgó un *banner* que dirigía al citado cuestionario. Un requisito para responder el cuestionario fue haber participado al menos en una carrera o marcha solidaria en Cataluña, para poder así discriminar a estos corredores del resto de miembros de la citada comunidad. Para estimular la participación se sortearon entre los participantes dos inscripciones a una carrera popular de la ciudad de Barcelona.

2.3 INSTRUMENTO

El cuestionario estaba dividido en tres secciones principales: (1), datos sociodemográficos; (2) motivos de participación; (3) gestión de la solidaridad en las carreras y marchas solidarias. En concreto, en el primer bloque para formular las cuestiones correspondientes a la “situación laboral” y a los “hábitos” se partió, respectivamente, de Consell Català de l’Esport (2010) y de Centro de Estudios Sociológicos (2010). Los motivos de participación fueron medidos a partir de 16 ítems bajo 5 factores motivacionales: Nivel físico y mental (4 ítems); Deseo de socialización (4 ítems); Evasión (2 ítems); Deber de participar (3 ítems); Marcar la diferencia (3 ítems). Algunos de los ítems fueron extraídos de instrumentos ya existentes, mientras que otros se adaptaron de acuerdo con el contexto específico del estudio. En el caso de los ítems correspondientes a los factores Nivel físico y mental, Deseo de socialización y Deber de participar se partió de las propuestas realizadas por Taylor y Shanka (2008) y Bennett et al. (2007). Los correspondientes a los factores motivacionales Evasión y Marcar la diferencia se adaptaron a partir de la propuesta de Filo, Groza y Fairley (2012). En cuanto a la tercera sección del cuestionario, centrada en la importancia de la gestión de la solidaridad y de la rendición de cuentas en la decisión de participar en esta tipología de eventos, se incluyeron tres factores: Información solidaria disponible en el web del evento (6 ítems); Preferencias de aportación solidaria por parte de los participantes (5 ítems) y Seguimiento de la solidaridad una vez finalizado el evento (4 ítems). Los 31 ítems se valoraron a través de una escala tipo Likert, donde 1 era nada de acuerdo y 7 completamente de acuerdo.

Previamente este cuestionario fue examinado por 3 expertos, profesores universitarios sin vínculo alguno con el centro universitario de procedencia de los autores, con el objetivo de asegurar que se ceñía al objeto de estudio y a los objetivos planteados; que tenían un nivel de abstracción apropiado; que era comprensible y compatible con el nivel educacional y el vocabulario de los participantes. Tras esta revisión, se introdujeron cambios especialmente en relación con la segunda parte del cuestionario, en el sentido de simplificar los factores e ítems planteados, al parecer repetitivos o en ocasiones confusos.

La fiabilidad total del cuestionario mostró un alfa de Crombach igual a 0.903, analizando los 31 elementos, 0.815 para los 16 ítems del apartado motivos de

participación y 0.895 para los 15 ítems del apartado gestión de la solidaridad. Puesto que la mayoría de los coeficientes obtenidos fueron superiores a 0.8, se consideró que el nivel de consistencia interna era bueno o excelente (Hernández, Fernández y Baptista 2014).

2.4 ANÁLISIS ESTADÍSTICOS

Todos los análisis de datos se llevaron a cabo utilizando el programa estadístico SPSS v. 25.0, para Windows.

Se verificó la fiabilidad del cuestionario tipo escala de Likert utilizando el método estadístico del coeficiente Alfa de Cronbach, para medir la consistencia interna de los 31 ítems que contenía el instrumento.

Además del análisis descriptivo básico (frecuencias, medias y desviación típica), después se comprobó la normalidad de los datos a partir de la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Debido a que los resultados mostraron una $p > .05$ se utilizó una ANOVA con medidas repetidas (Lambda de Wilks, $p < .01$) aplicando la corrección de Bonferroni. De este modo se analizó las diferencias entre las subcategorías de las dos secciones Motivos de participación y Gestión de la solidaridad en las carreras y marchas solidarias. Posteriormente la misma prueba ANOVA también se utilizó para comparar las medias entre los motivos más valorados de cada una de las subcategorías relacionadas con los Motivos de participación.

3 RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO

El análisis descriptivo de las diferentes respuestas del cuestionario está agrupado según los apartados: motivos de participación y gestión de la solidaridad.

Referente a los motivos de participación, tal y como se observa en la tabla 2, los indicadores más valorados fueron: “Porque disfruto compartiendo la experiencia con otros” 5.51 (1.3), “Para superarme a mí mismo” 5.38 (1.63) y “Para aligerar el estrés y la tensión” 5.36 (1.41). Ítems que pertenecen a las subcategorías de Deseo de socialización, Nivel físico y mental y Evasión. Estos datos mostraron una inclinación de los corredores hacia los factores relacionados a nivel de motivación personal o social.

Por otro lado, los indicadores menos puntuados de los deportistas se referían a: “Porqué siento la obligación moral de participar para ayudar a otros” 3.87 (2.03), “Porqué siento la obligación moral de participar para ayudar a causas solidarias” 3.57 (2.04) y “Porqué me siento culpable si no participo” 2.21 (1.6). Estos indicadores correspondían a las subcategorías Marcar la diferencia y Obligación a participar, factores relacionados con la solidaridad.

Tabla 2. Análisis descriptivo de los factores motivacionales

	Evasión <i>n</i> =2 <i>M (DE)</i> 5.20 (1.33)	Nivel físico y mental <i>n</i> =4 <i>M (DE)</i> 5.03 (1.43)	Deseo de socialización <i>n</i> =4 <i>M (DE)</i> 4.99 (1.34)	Marcar la diferencia <i>n</i> =3 <i>M (DE)</i> 4.72 (1.44)	Obligación participar <i>n</i> =3 <i>M (DE)</i> 3.22 (1.66)
Porque disfruto compartiendo la experiencia con otros			5.51 (1.3)		
Para superarme a mí mismo		5.38 (1.63)			
Para aligerar el estrés y la tensión	5.36 (1.41)				
Porque disfruto de la interacción con los participantes			5.21 (1.51)		
Para demostrarme que puedo hacerlo		5.19 (1.72)			
Para estar en forma		5.10 (1.58)			
Para huir del ajetreo de las actividades diarias	5.03 (1.51)				
Porque contribuir activamente a causas solidarias es importante para mí				4,98 (1.59)	
Para relacionarme con mis amigos y compañeros/as			4.78 (1.63)		
Porque me siento como una parte activa de la lucha contra las causas asociadas en cada carrera o marcha en la que participo				4.74 (1.59)	
Para rebajar mis marcas		4.46 (1.87)			
Porque pienso que contribuir a estas causas solidarias puede ser beneficioso para mí				4.45 (1.76)	
Porque me permite conocer gente con intereses similares			4.45 (1.8)		
Porqué siento la obligación moral de participar para ayudar a otros					3.87 (2.03)
Porqué siento la obligación moral de participar para ayudar a causas solidarias					3.57 (2.04)
Porqué me siento culpable si no participo					2.21 (1.6)

Los indicadores del bloque que hacían referencia a la importancia de la gestión de la solidaridad y de la rendición de cuentas en la intención de participar en las carreras y marchas solidarias más valorados fueron: “La información en el sitio web del evento sobre la parte de mi inscripción destinada a la causa solidaria” 5.37 (1.34) y “Que la aportación solidaria sea obligatoria y corresponda a la totalidad del precio de la inscripción” 4.99 (1.53). Estos ítems, que se encontraban dentro de las subcategorías de información solidaria y preferencias de la aportación, denotaron el interés de los participantes por la información solidaria antes de la carrera. En cambio, “En varias ocasiones he vuelto a colaborar con la institución destinataria de la solidaridad” 3.36 (1.85), fue el ítem menos valorado perteneciente a la subcategoría del seguimiento de la solidaridad, tal y como se representa en la tabla 3.

Tabla 3. Análisis descriptivo de factores de gestión de la solidaridad

	Información solidaria <i>M (DE)</i> 5.08 (1.14)	Preferencias aportación <i>M (DE)</i> 4.4 (1.01)	Seguimiento solidaridad <i>M (DE)</i> 3.75 (1.6)
La información en la web del evento sobre la parte de la inscripción destinada a la causa solidaria	5.37 (1.34)		
Que la web del evento tenga información detallada en torno a los proyectos o iniciativas destinatarias de la recaudación solidaria	5.09 (1.36)		
La información que aparece en la web del evento en torno a la institución destinataria de la recaudación solidaria	5.05 (1.37)		
La información en la web del evento sobre la recaudación solidaria en ediciones anteriores	5.02 (1.45)		
La información en la web del evento sobre los proyectos solidarios apoyados en ediciones anteriores	5.02 (1.36)		
Que la aportación solidaria sea obligatoria y corresponda con la totalidad del precio de la inscripción		4.99 (1.53)	
La promoción de los valores sociales y cívicos, más allá de la solidaridad	4.91 (1.39)		
Que la aportación solidaria sea obligatoria y se corresponda con una parte significativa del precio de la inscripción		4.83 (1.56)	
Que la aportación solidaria (económica o material) sea voluntaria		4.57 (1.53)	
Que cada participante se pueda vincular a iniciativas solidarias, por ejemplo, a partir de plataformas de micro-mecenazgo		4.37 (1.51)	
Accedo a las redes sociales de la entidad beneficiaria			3.89 (1.83)
Me informo de la recaudación total alcanzada y de los proyectos solidarios apoyados			3.88 (1.81)
Accedo a la web de la entidad beneficiaria			3.87 (1.82)
En varias ocasiones he vuelto a colaborar con la institución destinataria de la solidaridad			3.36 (1.85)
Que la aportación solidaria sea obligatoria y se corresponda con una parte poco significativa del precio de inscripción		3.23 (1.84)	

3.2 ANÁLISIS DIFERENCIAL

En la Tabla 4, se puede apreciar el contraste de las subcategorías pertenecientes a los motivos de participación. No se encontraron diferencias significativas entre las subcategorías Evasión, Físico y mental y Deseo de socialización (factores relacionados con el beneficio personal). Sucede todo lo contrario al comparar la subcategoría Obligación de participar con el resto, obteniendo en todos los casos una diferencia significativa de $p < .001$. Al mismo tiempo se obtuvo una significación de $p = .003$ entre las dos subcategorías, Evasión y Marcar la diferencia, pertenecientes a factores de índole personal y altruista, respectivamente.

Seleccionando el motivo más destacado para participar en estos eventos de cada una de las subcategorías, pone de manifiesto que no existen diferencias significativas, con una $p > .05$, al comparar las medias de los ítems: “Porque disfruto compartiendo la experiencia con otros”, “Para superarme a mí mismo” y “Para aligerar el estrés y la tensión”, todos ellos correspondientes a motivos personales o sociales. A su vez, el ítem menos valorado por los corredores: “Porqué siento la obligación moral de participar para ayudar a otros” perteneciente a finalidades altruistas obtiene en todas las comparaciones una $p = .000$. Del mismo modo, el motivo “Porque contribuir activamente a causas solidarias es importante para mí” de la subcategoría “Marcar la diferencia”, obtiene una diferencia significativa con una $p = .004$, con la razón principal por la cual los corredores participan en estos tipos de eventos, “Porque disfruto compartiendo la experiencia con otros”.

El análisis diferencial según las subcategorías de gestión de la solidaridad, en todos los casos presentó diferencias significativas con una $p < .001$, tal y como se observa en la tabla 5.

Tabla 4. Análisis diferencial entre las subcategorías pertenecientes a los motivos de participación

	Evasión	Físico y mental	Deseo de socialización	de Marcar la diferencia	Obligación de participar
Evasión	1	1	.776	.003*	.000*
Físico y mental	1	1	1	.851	.000*
Deseo de socialización	.776	1	1	.245	.000*
Marcar la diferencia	.003*	.851	.245	1	.000*
Obligación de participar	.000*	.000*	.000*	.000*	1

(* $p < .01$)

Tabla 5. Análisis diferencial entre las subcategorías pertenecientes a la gestión de la solidaridad

	Información solidaria	Preferencias de la aportación	de la	Seguimiento de la solidaridad
Información solidaria	1	.000*		.000*
Preferencias de la aportación	.000*	1		.000*
Seguimiento de la solidaridad	.000*	.000*		1

(*p < .01)

4 DISCUSIÓN

Los dos objetivos planteados en este estudio fueron analizar las principales razones que inciden en la participación en marchas y carreras solidarias en Cataluña y determinar la importancia de la gestión de la solidaridad y de la rendición de cuentas en la decisión de participar en este tipo de eventos.

El primer objetivo se planteó ya que no existen estudios de este tipo en España, pese a la importancia creciente que está adquiriendo este tipo de eventos (CinfaSalud 2017). En el contexto internacional existen varios trabajos que abordan esta cuestión, la mayoría de ellos centrándose en un evento deportivo en concreto (Bunds, Brandon-Lai y Armstrong 2016; Filo, Spence y Sparvero 2013; Filo, Groza y Fairley 2012; Won et al. 2011). Esta investigación, contrariamente, partía de un abordaje más amplio, centrándose en aquellos corredores o marchadores que habían participado en el último año en, al menos, una carrera o marcha solidaria.

De acuerdo con los resultados observados, en el contexto analizado estos eventos atrajeron a un perfil de participantes motivados, principalmente, por factores relacionados con el beneficio personal, tales como la Evasión, el Nivel físico y mental o el Deseo de socialización, en detrimento de los factores de índole altruista (Marcar la diferencia y Obligación de participar, entendiendo esta última subcategoría como compromiso personal. Así lo mostró la significación estadística encontrada con una $p < .001$, al comparar los factores referentes a la Obligación de participar con el resto de subcategorías. De este modo el motivo “Porqué siento la obligación moral de participar para ayudar a otros” está en último lugar de preferencias de participación, mostrando una diferencia significativa ($p = .000$) con el resto de motivos más valorados de cada categoría. De acuerdo con las tipologías identificadas por Nettleton y Hardey (2006), este perfil tenía una orientación y vínculo más bien débil hacia la solidaridad. Los principales motivos de participación observados no difirieron excesivamente de los recogidos en el *Anuario de Estadísticas Deportivas 2017* (Subdirección General de Estadística y Estudios 2017). A su vez, estos resultados se correspondieron con los observados por Taylor y Shanka (2008), quienes hallaron que los principales motivos de participación en un evento

deportivo solidario en Canadá se relacionaban con el logro deportivo o atlético, siendo los motivos relacionados con el estatus o con la implicación social o solidaria, importantes en menor medida. Dada la importancia otorgada los motivos vinculados con el deseo de socialización, siguiendo a Won et al. (2011) la utilización de las redes sociales puede contribuir al aumento del número de participantes.

Contrariamente, los motivos relacionados con los factores Marcar la diferencia y Obligación de participar fueron los de menor importancia. Fue relevante la poca importancia otorgada a estos motivos, al tratarse de eventos deportivos con una finalidad solidaria. Estos resultados contrastaron con las investigaciones de Filo, Groza y Fairley (2012) y de Won et al. (2011), quienes, centrados en un evento solidario en concreto, observaron como principales motivos de participación los relacionados con el altruismo y la filantropía. Por su parte, la investigación de Bennett et al. (2007) también destacó como principales motivos para participar en esta tipología de eventos tanto el grado de involucración con la causa solidaria como el deseo de perseguir un estilo de vida saludable. Del mismo modo, en nuestro estudio el motivo "Para aligerar el estrés y la tensión", relacionado con la salud, ofrece una $p = .000$ comparado con el ítem "Porqué siento la obligación moral de participar para ayudar a otros".

Esta diferencia en cuanto a los motivos principales hallados en el estudio y algunos de los estudios previos puede explicarse a partir de la gran diversidad de formatos organizativos existentes en el territorio español en cuanto a carreras y marchas solidarias, siendo el grado de vinculación solidaria de éstos muy dispar. Estos resultados apuntan hacia el interés de fortalecer el vínculo de los participantes con el evento solidario. De acuerdo con Filo, Groza y Fairley (2012) es posible incidir el sentimiento de marcar la diferencia a través de su participación, utilizando, por ejemplo, símbolos y mensajes en los diferentes productos de *merchandising* que incidan en la responsabilidad moral de los participantes, así como la celebración de actos de carácter festivo antes y después de la celebración del evento. El desarrollo de redes sociales entre los participantes puede servir para fortalecer el capital social e incidir en la percepción de contribuir a marcar la diferencia a través del evento (Filo, Groza y Fairley 2012).

El segundo objetivo de la investigación consistió en conocer la influencia de la gestión de la solidaridad y de la rendición de cuentas en la decisión de participar en este tipo de eventos. Los resultados mostraron el especial interés en la decisión de participar de los participantes hacia la información solidaria previa a la celebración evento, siendo la información posterior a éste la que menos atención y seguimiento genera. De esta manera lo confirmó en todos los casos la diferencia significativa obtenida de $p < .001$, al contrastar entre sí las 3 subcategorías analizadas (información solidaria, preferencias de la aportación y seguimiento de la solidaridad). La importancia otorgada a la información previa reflejó la necesidad de definir con claridad el vínculo solidario del evento y su objetivo solidario y de recaudación, siendo su comunicación un factor clave en el proceso de decisión de participar en una marcha o carrera solidaria, algo que concuerda con las aportaciones de Ruperto y Kerr (2009). El desarrollo de una

estrategia de comunicación por parte de los organizadores puede ser muy útil en la creación de una experiencia más significativa entre los participantes y conseguir así su mayor vinculación (Bunds, Brandon-Lai y Armstrong 2016; Filo, Funk y O'Brien 2014; Filo, Groza y Fairley 2012), dada la dificultad de mantener la atención de los participantes una vez concluido el evento. Estos corredores o marchadores se caracterizaron por tener un vínculo más bien débil y de poca continuidad con el evento, algo que concuerda con un perfil de corredor más orientado al deporte y menos hacia la solidaridad, de acuerdo con las diferentes tipologías de corredores identificadas por Nettleton y Hardey (2006). La estrategia de las organizaciones de tercer sector al vincularse a eventos deportivos parece ser útil al facilitar un acercamiento a segmentos de población menos cercanos a las causas solidarias (Abadía et al. 2016), aumentando su visibilidad, captando nuevos recursos y sensibilizando hacia la causa solidaria apoyada (Filo, Spence y Sparvero 2013; Filo, Groza y Fairley 2012; Ruperto y Kerr 2009; Bennett et al. 2007; Higgins y Lauzon 2003).

Pese al menor interés por parte de los participantes hacia la información solidaria una vez finalizado el evento, es necesario incidir en la rendición de cuentas, dando visibilidad a la recaudación obtenida y a los proyectos sostenidos mediante la recaudación en las diferentes ediciones solidarias del evento, siendo este uno de los parámetros en el que los participantes prestan más atención en su decisión de participar en una carrera o marcha solidaria. A su vez, este ejercicio de transparencia organizativa a través de las páginas web, redes sociales o vídeos online puede facilitar una mayor implicación de los *stakeholders* (Bunds, Brandon-Lai y Armstrong 2016; Gandía 2011) y ser una muestra de agradecimiento hacia los donantes y participantes (Filo, Groza y Fairley 2012). Siguiendo a Filo, Groza y Fairley (2012), la celebración de actos de tipo festivo previos a la celebración del evento y con posterioridad, pueden también ser útiles para dar a conocer los objetivos solidarios perseguidos, así como el impacto final de la recaudación solidaria conseguida.

Futuras investigaciones pueden incidir por una parte en el análisis de los motivos de participación hacia un evento solidario en concreto, y, por otra parte, indagar en las estrategias y acciones desarrolladas por los organizadores de este tipo de eventos para visibilizar la causa solidaria apoyada.

5 CONCLUSIONES

Esta investigación analizó los motivos de participación en carreras y marchas solidarias de corredores o marchadores que, al menos, habían participado en un evento de estas características en el último año. Pese a su carácter solidario, los principales motivos de participación en estos eventos se relacionaron con el beneficio personal, constatándose el vínculo más bien débil de los participantes hacia la solidaridad.

A su vez, este estudio se focalizó en la importancia atribuida a la gestión de la solidaridad y a la rendición de cuentas en la decisión de participar en este tipo de eventos. En consonancia con el nexo más bien débil de los participantes

hacia la solidaridad, se observó una disminución de la atención sobre la gestión del proyecto solidario una vez concluido el evento.

Se constata la importancia de fortalecer el vínculo solidario de los participantes mediante el desarrollo de estrategias de comunicación por parte de los agentes organizadores que permitan crear experiencias más significativas y mostrar el impacto final de los proyectos solidarios respaldados en los diferentes eventos.

Esperamos que este trabajo sea un punto de partida para futuras investigaciones sobre los eventos deportivos solidarios en España y las características de sus participantes.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abadia, S., Medina, F., Sánchez, R., Sánchez, J., Bantulà, J. y Morejón, S. (2016). Empresa, deporte y solidaridad: el caso de Oxfam Intermón Trailwalker. *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 12, 164-181. <https://doi.org/10.5232/ricyde2016.04406>
- Abadia, S., Cabedo, J., Sánchez, R., Medina, F., Moragas, M. y Morejon, S. (2018). Exploring Charity Sport Events in Barcelona Province: A Phenomenon on the Rise, albeit with Pending Issues. *Retos*, 0(35), 229-235. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/64001>
- Bennett, R., Mousley, W., Kitchin, P. y Ali-Choudhury, R. (2007). Motivations for Participating in Charity-Affiliated Sporting Events. *Journal of Customer Behaviour*, 6(2), 155-178. <https://doi.org/10.1362/147539207X223375>
- Bunds, K. S., Brandon-Lai, S. y Armstrong, C. (2016). An inductive investigation of participants' attachment to charity sport events: the case of team water charity. *European Sport Management Quarterly*, 16(3), 364-383. <https://doi.org/10.1080/16184742.2016.1164212>
- Centro de Estudios Sociológicos (2010). *Encuesta de hábitos deportivos de los españoles*. Recuperado de: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2820_2839/2833/cues2833.pdf
- CinfaSalud (2017). *Dossier de prensa. VI Estudio CinfaSalud: Percepción y hábitos de los corredores y corredoras españoles 2017*. Recuperado de: <https://www.cinfasalud.com/areas-de-salud/cuidado-diario/deporte-saludable/estudio-cinfasalud/>
- Consell Català de l'Esport (2010). *Enquesta d'hàbits esportius a Catalunya 2009-2010*. Esplugues de Llobregat: Consell Català de l'Esport.
- Díaz, F. J., Piedrafita, E., Marcén, C. y Marcén, N. (2014). Estudio sobre la percepción y valoración de los servicios ofrecidos en las carreras a los participantes. En R. Llopis. (Ed.), *Crisis, cambio social y deporte* (pp. 124-28) Valencia: Nau Llibre.
- Fernández, S. y Fernández-Río, J. (2019). Indoor-Cycling Practitioners' Motives and Addiction during a Year of Practice. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 19(76), 673-684. <https://doi.org/10.15366/rimcafd2019.76.008>
- Filo, K. R., Funk, D. C. y O'Brien, D. (2008). It's really not about the bike: exploring attraction and attachment to the events of the Lance Armstrong

- foundation. *Journal of Sport Management*, 22(5), 501–525. <https://doi.org/10.1123/jsm.22.5.501>
- Filo, K. R., Funk, D. C. y O'Brien, D. (2009). The meaning behind attachment: Exploring camaraderie, cause, and competency at a charity sport event. *Journal of Sport Management*, 23(3), 361-387. <https://doi.org/10.1123/jsm.23.3.361>
- Filo, K. R., Funk, D. C. y O'Brien, D. (2014). Examining motivation for charity sport event participation: A comparison of recreation-based and charity-based motives. *Journal of Leisure Research*, 43(4), 491-518. <https://doi.org/10.1080/00222216.2011.11950247>
- Filo, K. R., Groza, M. y Fairley, S. (2012). The role of belief in making a difference in enhancing attachment to a charity sport event. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 24(2), 123-140. <https://doi.org/10.1080/10495142.2012.679165>
- Filo, K. R., Spence, K. y Sparvero, E. (2013). Exploring the properties of community among charity sport event participants. *Managing Leisure* 18 (3): 194-212. <https://doi.org/10.1080/13606719.2013.796179>
- Gandía, J. (2011). Internet Disclosure by Nonprofit Organizations: Empirical Evidence of Nongovernmental Organizations for Development in Spain. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(1), 57-78. <https://doi.org/10.1177/0899764009343782>
- Gibson, H. y Fairley, S. (septiembre, 2015). *Small-scale sport events: A critical review of the literature and future directions*. Póster presentado en European Association of Sport Management Conference, Septiembre, Dublin, Ireland.
- Hendriks, M. y Peelen, E. (2012). Personas in action: linking event participation motivation to charitable giving and sports. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 18(1), 60-72. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1458>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Llopis, R. y Llopis, D. (2012). Una tipologia sociocultural dels corredors populars a Espanya. *Apunts. Educació Física i Esports*, 1(108), 9-16. [https://doi:10.5672/apunts.2014-0983.cat.\(2012/2\).108.01](https://doi:10.5672/apunts.2014-0983.cat.(2012/2).108.01)
- Mujika, A., García, I. y Gibaja, J. J. (2018). Incidència de la cursa Behobia-San Sebastián en el foment d'estil de vida saludable. *Apunts. Educació Física i Esports*, 1(131), 34-48. [http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.cat.\(2018/1\).131.03](http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.cat.(2018/1).131.03)
- Palmer, C. (2016). Research on the run: moving methods and the charity 'thon'. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 8(3), 225-236. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2015.1129641>
- Pelozza, J. y Hassay, D. N. (2007). A typology of charity support behaviors: Towards a holistic view of helping. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 17(1-2), 135–151. https://doi.org/10.1300/J054v17n01_07
- Saxton, G. D., Neely, D. y Guo, C. (2014). Web disclosure and the market for charitable contributions. *Journal of Accounting and Public Policy*, 33(2), 127-144. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2013.12.003>

- Scheerder, J., Breedveld, K. y Borgers, J. (2015). Who is doing a run with the running boom? The growth and governance of one of Europe's most popular activities. En J. Scheerder, J. Breedveld, y J. Borgers. (Eds.), *Running across Europe. The rise and size of one of the largest sport markets* (pp. 1-27). Hampshire: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137446374_1
- Scott, A. y Salomon, P. J. (2003). The Marketing of Cause-Related Events: A Study of Participants as Consumers. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 11(2), 43-66. https://doi.org/10.1300/J054v11n02_03
- Seguí, J. y Farias, E. (2017). El trail running (carreras de o por montaña) en España. Inicios, evolución y (actual) estado de la situación. *Retos*, 0(33), 123-128. <https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/56462>
- Subdirección General de Estadística y Estudios (2017). *Anuario de estadísticas deportivas 2017*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Recuperado de: https://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/anuario-deporte/AED-2017/Anuario_de_Estadisticas_Deportivas_2017.pdf
- Won, D. Park, M. Lee, K. Y. y Chung, J. (2011). Factors affecting participation in charity sport events involving a low intensive physical activity. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 2(3), 248-248. <https://doi.org/10.1504/IJLTM.2011.042289>
- Zarauz-Sancho, A., Ruiz-Juan, F., Flores-Allende, G., y Arufe Giráldez, V. (2016). Variables predictoras de la percepción del éxito: aspectos diferenciales en corredores de ruta / Predictor Variables of the Perception of Success: Differential Aspects in Route Runners. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*, 0(63). <https://doi.org/10.15366/rimcafd2016.63.012>

Número de citas totales / Total references: 29 (100%)

Número de citas propias de la revista / Journal's own references: 2 (6,89%)