



Universidad de Oviedo
Universidá d'Uviéu
University of Oviedo

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

PCEO Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de empresas

TRABAJO DE FIN DE GRADO ADE

EL MERCADO DE FICHAJES EN EL FÚTBOL: DE LOS REPRESENTANTES AL BIG DATA

PABLO MARTÍNEZ-HOMBRE GARCÍA-BERNARDO

Julio del 2023

DECLARACIÓN RELATIVA AL ARTÍCULO 8.3 DEL REGLAMENTO SOBRE LA ASIGNATURA TRABAJO FIN DE GRADO (Acuerdo de 5 de marzo de 2020, del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo).

Yo Pablo Martínez-Hombre García-Bernardo, con DNI

DECLARO

que el TFG titulado “*El Mercado de Fichajes en el Fútbol: De los Representantes al Big Data*” es una obra original y que he citado debidamente todas las fuentes utilizadas.

3 de julio de 2023

El Mercado de Fichajes en el Fútbol: De los Representantes al Big Data

RESUMEN

El fútbol profesional constituye un sector económico de primer orden en España, y su funcionamiento es, en muchos aspectos, el característico de un mercado. Este trabajo se centra en el estudio de uno de los factores más relevantes del mismo, como es el mercado de fichajes, por su enorme trascendencia económica, jurídica y deportiva. Para ello se estudia y revisa el caso de los representantes de los jugadores de fútbol, en primer lugar, y cómo las tecnologías basadas en el Big Data están suponiendo algunos cambios en el modo de operar de los clubes y jugadores a partir de la generación de datos sobre los mismos. Además, se incorpora un estudio empírico realizado a jugadores de ligas federativas de Asturias, para avanzar en un mejor conocimiento del estado y futuro de este mercado.

The Football Transfer Market: From Reps to Big Data

ABSTRACT

Professional soccer is a major economic sector in Spain, and its functioning is, in many aspects, characteristic of a market. This work focuses on the study of one of the most relevant factors of the same, such as the transfer market, due to its enormous economic, legal and sporting transcendence. For this purpose, the work studies the case of soccer players' representatives, firstly, and how technologies based on Big Data are bringing about some changes in the way clubs and players operate from the generation of data about them. In addition, an empirical study carried out on players of federative leagues in Asturias is included, in order to advance in a better understanding of the state and future of this market.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO 1: EL FUTBOL COMO MERCADO.	5
1.1. EL FÚTBOL Y SU IMPACTO.	5
1.1.1. Fuentes de ingresos y gastos de los equipos de fútbol.	7
1.2. EL MERCADO DE FICHAJES.	9
1.2.1. Regulación del mercado de fichajes.	10
1.3. LOS AGENTES DE FUTBOLISTAS.	10
1.3.1. Régimen jurídico de los agentes de fútbol.	11
CAPÍTULO 2: LOS CAMBIOS DE LAS TECNOLOGIAS INTELIGENTES EN EL MERCADO DEL FUTBOL.	13
2.1. LA IMPORTANCIA DE LAS APLICACIONES Y PÁGINAS WEBS.	14
2.1.1. Para jugadores que quieran darse a conocer.	14
2.1.2. Para clubes y agentes.	15
2.2. EL BIG DATA Y SU IMPACTO EN EL FÚTBOL.	16
CAPÍTULO 3: EL MERCADO DE FICHAJES SEGÚN LOS JUGADORES FEDERATIVOS ASTURIANOS.	19
3.1. EL DISEÑO METODOLÓGICO.	19
3.2. EI ANÁLISIS ESTADÍSTICO: RESULTADOS.	20
3.2.1. Sobre la Muestra.	20
3.2.2. Sobre los Representantes.	23
3.2.3. Sobre la Tecnologías y el Big Data.	28
CONCLUSIONES.	32
BIBLIOGRAFÍA.	34
ANEXOS.	38

INTRODUCCIÓN

La importancia económica del fútbol profesional hace que este deporte funcione como un auténtico mercado, en sus diferentes facetas, desde los derechos televisivos hasta la dinámica de contratación de los jugadores. Este trabajo pretende justamente desarrollar la perspectiva del fútbol bajo la óptica del mercado de fichajes. De una forma especial se pretende comparar su funcionamiento bajo la estructura clásica de los intermediarios, esto es representantes, hasta la futura que pueda venir de la mano del amplio conocimiento que el big data pueda aportar sobre cada jugador.

Para ello, el trabajo se ha estructurado en tres capítulos principales. El primero de ellos se dedica a estudiar la actualidad del fútbol como actividad económica centrándose especialmente en su finalización, esto es las principales fuentes de ingresos y de gastos que tienen los clubes de fútbol profesional. Como quiera que el mercado de fichajes funciona tanto como fuente de gastos y como fuente de ingresos para los equipos, se analiza su funcionamiento y de forma especial su regulación jurídica. El tercer apartado de este capítulo pretende conocer el caso de los representantes de los futbolistas, tanto su evolución, sus ventajas e inconvenientes para el club y el jugador, así como el régimen jurídico de su funcionamiento como intermediario.

Por su parte, el capítulo dos se dedica al estudio de los cambios que las tecnologías de datos, Big Data, y las posibilidades que esta presenta para mejorar el funcionamiento y la transparencia en el mercado de fichajes. Se presentan un conjunto de aplicaciones (apps) actualmente existentes en el mercado con utilidad directa sobre los datos de equipos, jugadores y entrenadores. Estas apps van a permitir por un lado que los propios jugadores puedan darse a conocer en el mercado de fichajes, y para los clubes y entrenadores para estudiar las características del juego de los mismos y poder tomar las decisiones de fichajes más convenientes.

Por su parte, el capítulo tres desarrolla un trabajo en forma de encuesta realizado jugadores y exjugadores de competiciones federativas en Asturias. Se comienza por presentar el diseño de la encuesta y del cuestionario y se complementa con el análisis estadístico mediante el programa SPSS. Ello permite obtener resultados sobre tres aspectos de interés: sobre los jugadores, sobre los representantes y sobre las tecnologías y el Big Data en el fútbol.

El trabajo cierra con la presentación de las conclusiones que se entienden como importantes, ya sea a nivel económico o de regulación jurídica y sobre todo en relación a los resultados obtenidos con la encuesta que se ha realizado.

CAPÍTULO 1: EL FUTBOL COMO MERCADO

El fútbol es un deporte, el más importante de los países occidentales, y posiblemente del mundo. Sin embargo, su funcionamiento y desarrollo tienen un componente económico muy importante, y no solo a efectos de Publicidad y Esponsorización, sino, también, como un auténtico mercado, donde los jugadores, los entrenadores y otro personal de staff constituye el producto base, y que mueve miles de millones de euros o dólares cada año en el mundo.

Este primer capítulo pretende introducir el trabajo en esta dimensión de mercado, desarrollando el funcionamiento del mercado de los fichajes y el sistema de funcionamiento de este a través de los tradicionales agentes de representación.

1.1. EL FÚTBOL Y SU IMPACTO.

El fútbol tiene su origen en la antigua China, aunque se popularizó en Inglaterra en el siglo XIX. A partir de ese momento se ha expandido por toda Europa, América Latina, África, Asia y Oceanía y es un gran generador de riqueza a través de ligas y competiciones a niveles nacionales e internacionales. Es considerado mucho más que un deporte, teniendo un gran impacto económico, social y cultural (Cuesta, 2011).

Desde un punto de vista económico, es una fuente de generación de ingresos importantes para los clubes, jugadores y empresas que se encuentran involucradas con el mundo del fútbol (Coca, 2022):

- Crea millones de trabajos por todo el mundo tanto de forma directa como indirecta como pueden ser entrenadores, personal de marketing, periodistas deportivos, trabajadores de mantenimiento de los estadios, entre otros.
- Además, por medio de los partidos consiguen atraer turistas y espectadores de todo el mundo generando ingresos en hoteles, restaurantes, tiendas y otros negocios locales.
- Debido a su amplio atractivo y capacidad para llegar a audiencias de todo el mundo, también es un medio atractivo para los patrocinadores, lo que explica por qué muchas marcas, empresas y organizaciones lo utilizan para aumentar su visibilidad y reputación.
- Por último, los partidos se retransmiten en televisión, internet y otras plataformas digitales, lo que hace que se generen ingresos por publicidad y suscripciones.

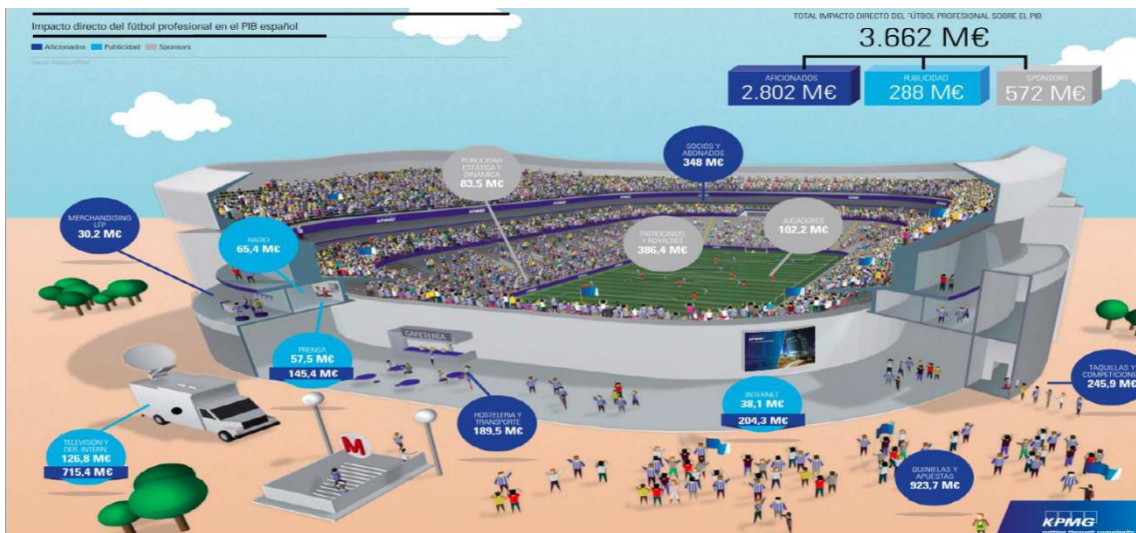
En el caso de España, de acuerdo con un informe elaborado por la consultora PricewaterhouseCoopers (2018) en la temporada 2016/2017 la industria del fútbol contaba con 180.000 empleados, pagando 4.100 millones de € en impuestos y facturando un 1.37% del PIB español.

Desde una perspectiva social, es una importante fuente de disfrute para millones de personas de diversas clases sociales, culturas, razas y edades (Montes, 2022):

- Ha sido utilizado como herramienta para promover valores positivos como puede ser la igualdad, el respeto y la diversidad racial, siendo este utilizado para abordar cuestiones sociales y políticas, como la violencia, discriminación y la explotación infantil.
- Fomenta la unión y cohesión social entre sus seguidores, reforzando la identidad y el orgullo regional y nacional

- El fútbol, como cualquier otro deporte, ha tenido impacto en la salud física de las personas, haciendo que se mantengan en forma y pudiendo prevenir enfermedades como la diabetes o la obesidad.

Figura 1.1: Impacto Directo del fútbol profesional en el PIB español.



Fuente: KPMG (2016).

Figura 1.2: Efectos tractoros.



Fuente: PWC (2018).

Respecto a su impacto cultural, el fútbol se considera una parte muy importante en la cultura de muchos países, a menudo relacionado con la historia, la identidad y las tradiciones nacionales (Muñoz, 2022):

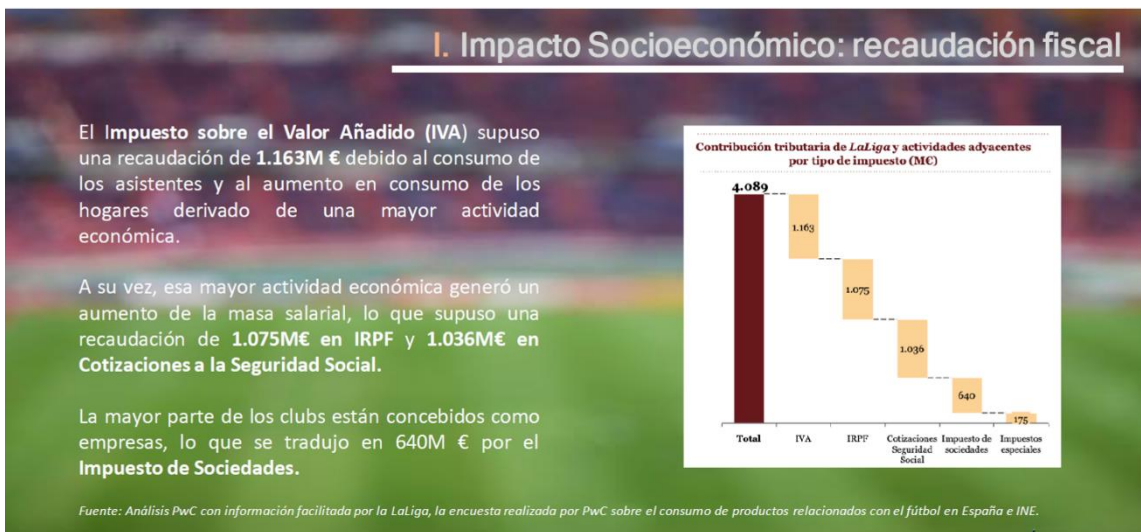
- Ha inspirado algunas de las mejores contribuciones culturales del mundo, como películas, canciones, literatura y arte.
- Además, amplía el conocimiento cultural a través del intercambio de jugadores y equipos entre diferentes lugares del mundo.

Figura 1.3: El Empleo.



Fuente: PWC (2018).

Figura 1.3: Fiscalidad.



Fuente: PWC (2018).

1.1.1. Fuentes de ingresos y gastos de los equipos de fútbol.

Los clubes de fútbol cuentan con gran variedad de fuentes de ingresos, muchas de ellas afectadas como consecuencia de la pandemia, pero que actualmente se están recuperando, y también con distintas fuentes de gastos.

En cuanto a los ingresos de los equipos de fútbol están (Gil, 2018):

- Los derechos televisivos o de transmisión de sus partidos que reportan unos beneficios muy importantes para los clubes, sobre todo aquellos que compiten en el fútbol profesional (Alcolea y Santamaría, 2019; Gatiús y Hutch, 2012; Gilmas, 2019; Palomar y Descalzo, 2001).
- Los ingresos relacionados con los patrocinios y publicidad, que permiten a los equipos obtener ingresos mediante la venta de publicidad en sus camisetas, en los estadios y otros espacios relacionados con los equipos, como pueden ser sus instalaciones deportivas (Melgarejo, 2019; Rilova, 2020).

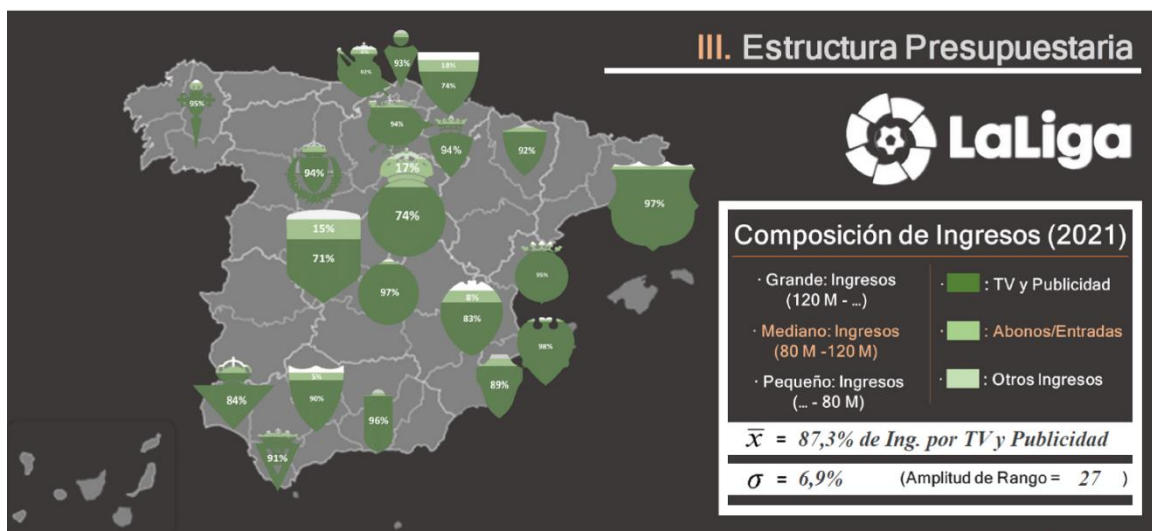
- Los ingresos que provienen de la venta de entradas para los partidos, así como con la realización de eventos en sus estadios (Barajas, 2004).
- El merchandising, puede ser otra de las fuentes de ingresos a través de la venta de productos relacionados con el equipo, como camisetas, sudaderas, gorras, bufandas, entre otras cosas (Martínez-Lemos, 2015).
- Por último, los equipos pueden generar dinero a través de la venta o cesiones de jugadores a otros equipos (Barajas, 2020; Barrio, 2020).

Figura 1.5: Impacto social.



Fuente: PWC (2018).

Figura 1.6: Ingresos de LaLiga.



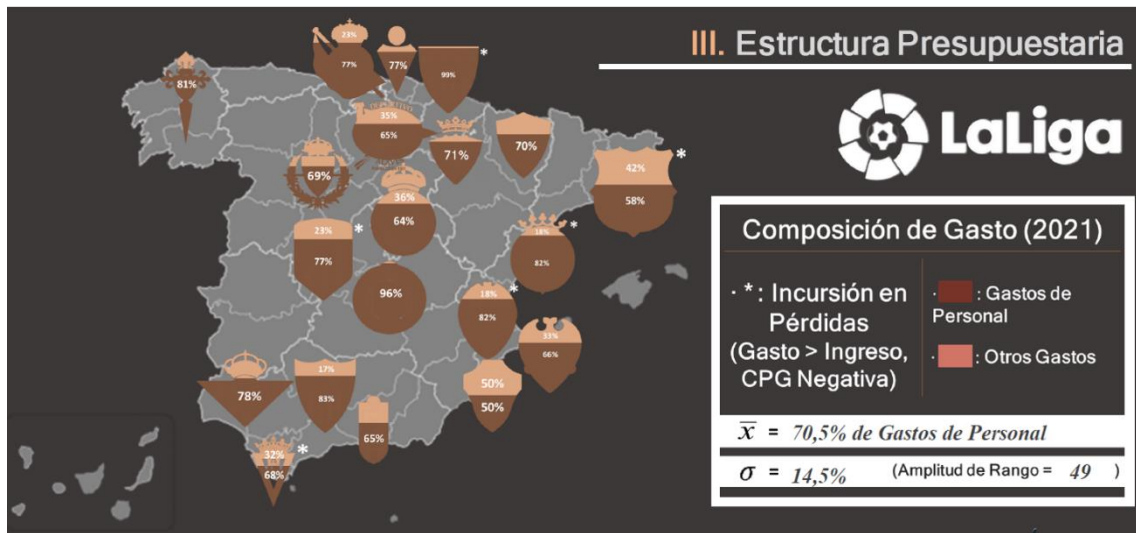
Fuente: Deloitte (2021).

En relación con los gastos (Gil, 2018):

- Los clubes deben de pagar salarios y bonificaciones tanto a sus jugadores como al cuerpo técnico, así como a al resto de trabajadores del club entre los que se incluyen directivos, personal de mantenimiento, utilleros, entre muchos otros (Anguita, 2019; Ramos, 2021).
- Tienen gastos de infraestructuras, como la construcción y mantenimiento del estadio, césped y campos de entrenamientos (Aguilar, 2015;).

- Gastos derivados de los partidos, relacionados con los viajes y alojamiento del personal del club (Anguita, 2019).
- También tienen que hacer frente a pagos de impuestos y seguros sociales (Aguilar, 2015).
- Y, por último, tienen que hacer frente a los costes relacionados con el merchandising y el marketing, como puede ser la producción y distribución de los productos del equipo (Palomar y Descalzo, 2001; Pérez, 2020).

• Figura 1.6: Gastos de LaLiga.



Fuente: Deloitte (2021).

1.2. EL MERCADO DE FICHAJES

El mercado de fichajes en el mundo del fútbol funciona como un sistema de intercambio de jugadores entre diferentes equipos, ya sea de la misma liga u otra distinta (Sánchez et al., 2014). Este proceso ocurre durante un periodo de tiempo que determina la FIFA, que como norma general se extiende durante varios meses. Durante este periodo, los equipos tratan de reforzar sus plantillas mediante la venta de jugadores que pertenecen al club y a través de esos ingresos firman nuevos jugadores que puedan pertenecer a otros clubes.

El mecanismo del mercado de fichajes se lleva a cabo mediante contratos escritos con los jugadores, negociaciones con los otros clubes y transferencias de pago para poder adquirir los derechos de un jugador (Simmons y Berry, 2019). Los clubes interesados en un jugador intentarán alcanzar un acuerdo con su equipo actual para que el jugador se transfiera a su club, pero hay que tener en cuenta que el club que posee los derechos del jugador no tiene por qué aceptar la oferta, sino que también puede rechazarla o negociarla. Además, hay que tener en consideración muchas veces la voluntad del propio jugador, puesto que puede querer cumplir su contrato y, por tanto, no firmar por otro club o lo contrario. Por lo que el proceso habitual es primero alcanzar un acuerdo con el jugador, después negociar con su club y en el caso de que se consiga llegar a un acuerdo se podrá formalizar el acuerdo con el jugador.

Cada jugador tiene un valor de mercado, y este depende de su edad, habilidades, potencial y desempeño previo en el campo, entre otras muchas cosas (Beltrán et al., 2017; Castro, 1991). En el caso de que haya muchos clubes interesados en un jugador, se llevará a cabo una guerra de ofertas entre los distintos clubes que podría hacer aumentar aún más el valor del jugador (Gallegos, 2019).

Los equipos tienen la oportunidad de realizar préstamos de jugadores, llamadas habitualmente cesiones, donde un jugador es propiedad de un equipo, pero juega para otro

por un periodo de tiempo limitado, lo habitual es que sea por un año, aunque ese periodo puede variar (Llames, 1999; Pazo, 2011). Esta opción es muy interesante para equipos que quieren probar a un jugador antes de hacer una oferta de compra, o para los equipos que busquen reforzar su plantilla sin tener que desembolsar grandes cantidades de dinero (AFE, 2020).

El mercado de fichajes también permite a los clubes vender a jugadores que ya no necesitan o que hayan perdido peso en el equipo (Blanco, 2006). En este caso, el jugador pasa a ser propiedad de otro equipo luego de acordar un precio de venta con el comprador y siempre que el jugador este de acuerdo en firmar con ese equipo (Pérez-Esteban, 2019).

Actualmente, hay que mencionar que muchos futbolistas firmados por los clubes son agentes libres, es decir, aquellos jugadores que han cumplido ya contrato con el club y, por tanto, dejan de estar vinculados a él (Montero, 2021). Esta fórmula es interesante tanto para los clubes, porque no tienen que pagar dinero al otro club por el traspaso, así como para los propios futbolistas pues esto les suele repercutir en un mayor salario (Isaza y Maya, 2021; Latorre y Nieto, 2018). Es la más habitual de proceder en equipos que participen en ligas federadas, pero no formen parte de ligas profesionales.

En resumen, la transferencia de jugadores entre equipos de fútbol se caracteriza por ser un sistema muy complicado y estrictamente regulado (Barrero et al., 2021; Goig, 2018).

1.2.1. Regulación del mercado de fichajes

La compra y venta de jugadores no es libre, sino que está sometida a una serie de normas y regulaciones que establecen varias entidades, entre ellas la FIFA y la UEFA, así como las que establecen las propias ligas nacionales y regionales.

Hay que destacar el Reglamento sobre el Estatuto y la Transferencia de Jugadores de la FIFA, así como, a nivel nacional, el Real Decreto 1006/1985, del 26 de junio, a través del cual se regula la relación laboral especial de los deportistas profesionales. Su objetivo principal es mantener el equilibrio competitivo en el fútbol y evitar que se lleven a cabo prácticas ilegales o anticompetitivas. Entre las medidas más importantes para regular el mercado se encuentran (López-Sánchez, 2022):

- Límites en el gasto de fichajes y salarios. La mayoría de las ligas establecen límites a la cantidad que los clubes pueden gastar en realizar fichajes, así como en los salarios de los jugadores, para tratar de evitar que los clubes que tienen más recursos económicos obtengan una clara ventaja respecto de los clubs más modestos.
- En cuanto al sistema de traspasos, se rigen por una serie de normas y procedimientos específicos para garantizar la transparencia y la legalidad de las operaciones que tienen lugar.
- Momento para realizar los fichajes. En la mayoría de las ligas, el mercado de fichajes se abre durante ciertas semanas antes del inicio de la temporada y se cierra antes del inicio de esta, aunque en muchas ligas también se abre un periodo de traspasos a mitad de la temporada para que los equipos se puedan reforzar. El objetivo principal de esta medida es evitar operaciones de traspasos en mitad de la temporada que puedan perjudicar a alguno de los equipos.
- Las sanciones por incumplimientos de las normas. En el caso de que algún equipo incumpla estas normas puede ser sancionado con el pago de una multa, con la pérdida de puntos o incluso con la expulsión de la competición.

1.3. LOS AGENTES DE FUTBOLISTAS.

Los agentes de futbolistas, también llamados representantes o intermediarios, han ido evolucionado en las últimas décadas, siendo hoy en día una figura clave en el desarrollo de la carrera de los futbolistas (Boixadós et al., 1998).

Cuando surge el fútbol, eran los jugadores los que negociaban con los clubes y no existía una figura legal que les representara. Sin embargo, en la década de 1960 surgieron los primeros agentes de futbolistas en Inglaterra, y desde ese momento el papel desempeñado ha ido creciendo notablemente (Perote, 2021).

Actualmente, se encargan de desempeñar distintas funciones entre las que destacan: (Díaz-Mirábile, 2020)

- La negociación de contratos, es decir, llevar a cabo negociaciones con los clubes para conseguir los mejores contratos posibles, así como optimizar sus ingresos.
- La búsqueda de nuevos clubes para los jugadores que representan, en el caso de que estos necesiten un cambio o busquen nuevas oportunidades.
- El asesoramiento financiero, estando en constante contacto con asesores financieros para garantizar que los jugadores inviertan su dinero de forma inteligente.
- Gestionan la imagen de sus jugadores, trabajando para construir y proteger la imagen pública de sus clientes, a través de las redes sociales, publicidad y relaciones públicas.
- Por último, llevan a cabo tareas de resolución de conflictos, mediando en los conflictos que surjan entre el jugador representado y su equipo, así como ayudar al jugador en situaciones complejas.

En definitiva, los agentes de futbolistas juegan un papel fundamental en la carrera y vida de los jugadores, y su experiencia y conocimiento puede ser muy valioso a la hora de tomar decisiones importantes (Piñeiro, 2021).

1.3.1. Régimen jurídico de los agentes de fútbol.

Los agentes de futbolistas como profesionales que ejercen su actividad en el mundo del fútbol están sometidos a nivel internacional, a las normas establecidas por la FIFA en su Reglamento sobre el Estatuto y Transferencia de jugadores, y a un régimen jurídico que varía en función del país en el que actúan (Cortés, 2005, 2021, Gutiérrez, 2020).

En muchos países, el ejercicio de dicha actividad está regulado por ley y se requiere una licencia o autorización específica para poder ejercer dicha actividad. Estas leyes establecen requisitos y obligaciones que deben cumplir los agentes, como la necesidad de inscribirse en el registro público, contar con un seguro de responsabilidad civil y estar sujeto al régimen de sanciones en caso de incumplimiento de sus obligaciones (Lora, 2003; Marco, 2016).

En relación con los jugadores, los representantes actúan en virtud de un contrato de mandato con ellos, donde se establecen el alcance y las condiciones de sus servicios. Entre sus obligaciones encontramos buscar ofertas de clubes para el jugador, negociar los términos del contrato con los clubes, cobrar comisiones derivadas de su actividad y asesorar al jugador representándolo en temas fiscales o publicitarios (Díez-García y Uscanga, 2020).

Respecto a las comisiones que cobran los representantes, estas pueden ser objeto de regulación legal, pudiendo establecer en algunos casos límites máximos de las comisiones a recibir, permitiéndose en algunos sitios la libre negociación entre ambas partes. También se exige en muchos países la transparencia en las comisiones y que estén debidamente justificadas ante el jugador y el club con el que se ha negociado (Gerbaudo, 2020; Rivas y Triviño, 2015)).

En algunos países, las autoridades deportivas tienen la responsabilidad de supervisar y controlar la actividad de los agentes de futbolistas, con el fin de que se respeten las normas y se protejan los intereses tanto de los jugadores como los de los clubes. En este sentido, se pueden realizar inspecciones, recabar información y aplicar sanciones en el caso de detectar prácticas irregulares o ilegales (Perote, 2021; Triviño y Cañizares, 2016).

En resumen, el régimen jurídico de los agentes de futbolistas pretende establecer un marco regulador que proteja los intereses de los jugadores, los clubes y los propios agentes, promoviendo una actividad transparente y profesional en el mundo del fútbol (Casáis et al., 2011; Sánchez y Sánchez, 2021).

CAPÍTULO 2: LOS CAMBIOS DE LAS TECNOLOGÍAS INTELIGENTES EN EL MERCADO DEL FUTBOL

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han tenido un impacto muy grande en el fútbol, generando cambios tanto a la hora de jugar como a la forma en la que se experimenta este deporte.

Estas tecnologías se han empleado en distintos ámbitos del fútbol, por ejemplo, para tratar de ayudar a los árbitros a que reduzcan el número de errores en los partidos, con el objetivo de lograr un deporte más justo (Peralta, 2022)

En relación con este tema, se ha implantado en muchas ligas y competiciones el uso del *Video Assistant Referee*, más conocido como VAR, que trata de evitar errores graves y manifiestos cometidos por los árbitros durante un partido, permitiendo su revisión a través de unas cámaras y pudiendo el árbitro principal, una vez analizada la jugada que haya generado confusión su revocación.

Además, también se ha puesto en funcionamiento el *GoalControl* que es una tecnología que permite a los árbitros saber cuándo el balón ha pasado la línea de gol y cuando no. Consiste en un sistema de cámaras, en concreto 14, 7 de ellas mira hacia una portería y otras 7 hacia la otra, permitiendo un control preciso de la posición del balón en todo momento, e indicando al árbitro por medio de la vibración de un reloj que debe llevar, si el balón ha cruzado la línea de meta o no.

El desarrollo de estas nuevas tecnologías ha tenido impacto a la hora de mejorar la calidad de las imágenes de los partidos de fútbol, lo que hace que las personas que estén viendo los partidos desde casa puedan ver de forma más clara y detallada lo que ocurre durante el partido, por ejemplo, mediante las retransmisiones en 4k.

La tecnología ha desarrollado nuevas formas del control de acceso a los estadios, como puede ser las *entradas RFID*, que incorporan un microchip con gran capacidad de almacenamiento, y posee una técnica que hace muy difícil su duplicación, aumentando así su seguridad, y también permite que se lea casi instantáneamente a distancia sin necesidad de línea de visión como pasa con los códigos de barras.

Por último, están las tecnologías que se han ido desarrollando y permiten un mayor conocimiento sobre los propios futbolistas y sobre el juego del equipo:

- En cuanto a la tecnología aplicada a registrar la actuación llevada a cabo por el futbolista, cabe destacar, las zapatillas inteligentes, estas están equipadas con sensores en las suelas que permiten registrar todos los movimientos realizados, fuerza del disparo, número de pases obteniendo, así como información sobre el rendimiento del jugador. Al final del juego, las botas se conectan a un ordenador para obtener la información recopilada por los sensores.
- Similar es el caso de los balones inteligentes que permiten, por medio de un chip que tienen en su interior, obtener información sobre la velocidad, trayectoria, el efecto y la potencia. Después ese chip se conecta a un aparato electrónico y desde ahí se visualizan todos los datos recogidos.
- Muchos futbolistas llevan hoy en día un chaleco, tanto en los entrenamientos como en los partidos, de los cuales se obtiene mucha información como el ritmo cardiaco, la velocidad máxima, la distancia recorrida por el jugador, el número de aceleraciones y deceleraciones, al igual que un mapa de calor que indica cuáles son las zonas en las que más ha estado presente. Esos datos se recogen a través de un GPS que lleva incorporado el chaleco y una vez que se integran en un ordenador se puede observar a tiempo real o en un momento posterior las distintas actuaciones de los futbolistas.

Todas estas tecnologías ayudan tanto a los propios futbolistas como a los cuerpos técnicos a tener un mayor control sobre la forma física en la que se encuentran los futbolistas y su impacto durante el partido.

2.1. LA IMPORTANCIA DE LAS APLICACIONES Y PÁGINAS WEBS.

La tecnología juega un papel cada vez más importante en la preparación de jugadores, entrenadores y agentes deportivos. Gracias a las aplicaciones y a las páginas web específicas de fútbol, se ha producido una revolución en la planificación del entrenamiento, el análisis del rendimiento de los jugadores y la búsqueda de talentos (Conde, 2020).

Vamos a distinguir aquellas páginas o aplicaciones utilizadas por los propios futbolistas para darse a conocer y así conseguir un mayor éxito en su carrera profesional, de las que son más utilizadas a nivel de clubes, entrenadores o agencias de representación para conseguir reclutar a los mejores futbolistas (Zabarte, 2022).

2.1.1. Para jugadores que quieran darse a conocer.

Como consecuencia de la tecnología se han creado distintos programas y aplicaciones a través de los cuales los jugadores con menos visibilidad van a tener la oportunidad de darse a conocer mostrando sus habilidades y facilitando así su desarrollo en el mundo del fútbol (Fantini, 2021; Gómez-Carvajal, 2021). Existen en la actualidad gran cantidad de aplicaciones con esta finalidad, pero las más importantes son las que voy a explicar a continuación.

En cuanto a las aplicaciones utilizadas por los futbolistas que juegan en ligas no profesionales destaca, por una parte, DREAM FOOTBALL que consiste en una aplicación gratuita y sin ánimo de lucro, donde son los propios jugadores de diferentes países del mundo los que suben sus propios videos jugando. Cada semana se seleccionan los 10 videos con mayores visualizaciones para ser analizados por un grupo técnico de entrenadores, entre los que se encuentra Scolari, exfutbolista y ex seleccionador brasileño, para próximamente ser evaluados por el conocido exjugador de fútbol, Luis Figo, que es uno de los promotores de esta idea. Una vez analizados se emite un informe en el cual se indican sus cualidades, cosas a mejorar, proponiéndoles también clases teóricas y prácticas. Es una buena forma para darse a conocer, necesitando únicamente una cámara y conexión a internet. La edad máxima para poder ser evaluado es de 21 años y para conseguir un mayor número de visualizaciones, los propios jugadores pueden subir sus videos a sus redes sociales.

Además de esta aplicación, existen otras como puede ser FOOTPLAYER, que es la mayor red para futbolistas a nivel nacional y cuyo objetivo principal es participar activamente en la carrera de los futbolistas registrados. Permite a los jugadores crear sus propios perfiles indicando el equipo en el que se encuentran, la posición en la que juegan y puntuaciones respecto a distintas habilidades como puede ser la fuerza, rapidez o el pase. Igualmente, se les posibilita compartir videos e imágenes donde se compartan jugadas, progresos y las diferentes experiencias vividas, dando a conocer su talento como futbolistas y pudiendo reaccionar a las publicaciones realizadas por otros usuarios. En esta aplicación, también están registrados ojeadores, que pueden visitar perfiles de los jugadores y cuando se interesan por uno se intentan poner en contacto con ellos. Para ello los jugadores reciben información acerca del número de ojeadores que ha visitado su perfil y cuando alguno a tratado de ponerse en contacto con él para poder iniciar las conversaciones. Actualmente, esta aplicación cuenta con más de 100.000 jugadores federados y más de 800 ojeadores profesionales.

Por último, debe destacarse el LIBRO DE PASES que es la red social más antigua para futbolistas, cuya idea surgió en el año 2013 de la mano de dos exfutbolistas latinoamericanos, aunque su puesta en marcha fue en el año 2018 y actualmente tiene registrados a futbolistas de 41 nacionalidades distintos. Su objetivo principal es conectar a los futbolistas con agentes y clubes de todo el mundo y brindarles acceso a oportunidades deportivas, así como ayudar

a mejorar la vida de los futbolistas para que puedan avanzar tanto personal como profesionalmente y tener un futuro mejor. Respecto a su funcionamiento, es similar a las mencionadas anteriormente, cada usuario se crea un perfil de forma gratuita en el cual se incluyen datos personales como el nombre, edad y la nacionalidad y otros datos relacionados con aspectos deportivos, como son la posición en la que juega, el peso, altura, si cuenta con agente o no, entre otros. El usuario puede subir fotos y videos relacionados con el fútbol demostrando sus habilidades. Una vez registrados, esta plataforma cuenta con diferentes secciones donde el usuario podrá visualizar otros perfiles, otra donde se publican requisitos y demandas de los equipos o agentes para que los jugadores puedan aplicar y ser contactados y, por último, una sección con oportunidades de aprendizaje con un enfoque centrado en el futuro. A día de hoy, hay alrededor de 200.000 jugadores registrados, entre ellos se encuentra el conocido jugador del Atlético de Madrid, Rodrigo de Paul, también cuenta con 180 clubes en búsqueda de jugadores que se adecuen a sus necesidades, como por ejemplo el Club Deportivo Lealtad y sobre 2.000 agentes en búsqueda de talentos.

2.1.2. Para clubes y agentes.

En la actualidad, existen varias páginas webs y aplicaciones cuentan con bases de datos sobre fútbol que se están convirtiendo en una herramienta indispensable para los agentes de fútbol y los directores deportivos de los clubes (González-Rivera, 2020; Llorente, 2020). Hay muchas páginas que ofrecen este tipo de información, por ejemplo, SOFASCORE, SPORTLYZER o PICCO, pero voy a hablar de las dos con más impacto actualmente.

Una de esas aplicaciones es de BESOCER, una de las aplicaciones de fútbol más conocidas y utilizadas a nivel mundial, creada a mediados del año 2009 por el malagueño, Manuel Heredia. Esta aplicación es utilizada tanto por aficionados al fútbol como por distintos clubes, agencias de futbolistas, medios de comunicación e incluso casas de apuestas al recoger en ella una cantidad inmensa de datos muy interesantes sobre las distintas competiciones de fútbol.

La aplicación permite seguir en tiempo real los resultados y estadísticas de los partidos que se estén jugando en ese momento como, por ejemplo, datos relativos a la posesión, faltas, tiros a puerta, al igual que histórico de partidos y estadísticas desde 1990. A través de la base de datos se puede obtener una gran cantidad de datos y estadísticas sobre jugadores dependiendo de lo conocidos que sean, obteniendo información relevante como puede ser el número de partidos jugados en distintas temporadas, goles y asistencias, el agente que lo representa y la duración de su contrato, su valor en el mercado e incluso se puede ver el número de lesiones que es un dato muy relevante a la hora de fichar o no a un jugador, entre otros.

Con relación a los clubes también aparece gran cantidad de datos los goles encajados y anotados, los resultados de sus partidos anteriores, sobre la plantilla con la que cuentan, su clasificación actual, los fichajes o ventas realizadas incluyendo rumores sobre posibles fichajes, entre otras muchas cosas más.

Además de tiene una extensión, *BeSoccer Pro*, que es de pago que proporciona distintos servicios como:

- Análisis de rendimiento and data-scouting, que permite a sus usuarios realizar un análisis acerca del rendimiento tanto de los jugadores como de los equipos utilizando para ello índices de rendimiento creados por los propios ojeadores, analistas y científicos de BeSoccer. Estos índices de rendimiento son el ELO, el REAP, el Índice de Adaptabilidad y el Valor de Mercado. Facilitan su labor tanto a los agentes de futbolistas como a los ojeadores de los equipos al reducir el tiempo de trabajo, a través de diferentes herramientas que permiten un seguimiento completo sobre los informes generados por el programa.

- Elaboración de informes específicos, realizado por analistas y ojeadores de la empresa y utilizando para ello el Big Data, a petición de los agentes y ojeadores y sobre determinados futbolistas o una competición concreta.
- Servicio de consultoría deportiva profesional, permitiendo el contacto de los usuarios con los analistas de la empresa de forma regular.
- BeSoccer API pro, que permite acceder a estadísticas sobre jugadores de todo el mundo. Concediendo a los clubes y agencias de representación la mejor decisión en sus esfuerzos sobre la búsqueda e identificación de los jugadores más destacados.

El programa más utilizado por agencias de representación, directores deportivos, entrenadores e incluso por los propios jugadores es la plataforma llamada WYSCOUT, fundada en Italia en el año 2004. Esta plataforma cuenta con la base de datos más grandes de fútbol.

A los agentes de futbolistas les permite optimizar su trabajo, facilitando por medio de datos y estadísticas visualizar el rendimiento de sus futbolistas. Ayuda a promocionar a sus jugadores, al contar la plataforma con herramientas para la creación de videos y facilitando el contacto con directores deportivos de los clubes. Al contar con muchos videos y la gran cantidad de estadísticas acerca de los jugadores, facilita la búsqueda de las jóvenes promesas (Ilorente, 2020).

Esta plataforma permite a los ojeadores de los clubes, encontrar a los futbolistas que se ajusten a las necesidades de su equipo, al permitir filtrar las características que tenga el jugador. A través de los videos se podrá comprobar la calidad de los jugadores. Al encontrar un jugador que cuente con las características y la calidad necesaria se puede añadir al perfil del ojeador para continuar su observación y una vez finalizada realizar un informe para que el responsable correspondiente lleve a cabo su fichaje.

A los entrenadores les facilita las labores de supervisión del rendimiento de sus jugadores con los videos facilitados y las estadísticas que aporta la plataforma (Malagón, 2019). A nivel colectivo le permite obtener estadísticas sobre su equipo, así como ayudar a la preparación de jugadas de estrategia y enseñar por medios de los videos las debilidades y fortalezas de los equipos rivales y las mejoras tanto colectiva como individuales de los miembros del equipo.

Por última, *Wyscout* resulta útil para los medios de comunicación a la hora de publicar noticias, pudiendo ayudarse de las estadísticas que contiene la página y también para los árbitros para poder estudiar a los jugadores y equipos que va a tener que arbitrar.

2.2. EL BIG DATA Y SU IMPACTO EN EL FÚTBOL.

BIG DATA es el término utilizado para describir el proceso de recopilación, almacenamiento y análisis de conjuntos de datos extremadamente grandes y complejos que crecen rápidamente y son muy difíciles de administrar por medio de herramientas de procesamiento convencionales. Actualmente, el Big Data se emplea en muchas industrias como puede ser la salud, la banca, la publicidad, el deporte, entre otras.

El Big Data tiene un gran impacto en el mundo del fútbol, tanto en la forma de preparar a los equipos, como en la forma en que toman las decisiones los entrenadores, agentes y directores deportivos (Mayoral, 2018).

En el mundo del futbol se utiliza para permitir a los entrenadores y a los equipos analizar a sus oponentes, evaluando las habilidades y debilidades de los jugadores tanto propios como los de los equipos rivales (Martínez-Iglesias, 2020) el uso de datos recopilados como el kilometraje recorrido, el uso de las habilidades de los jugadores en ciertas jugadas, las tácticas utilizadas y otras métricas, que permiten obtener estadísticas precisas para mejorar los rendimientos de los jugadores (Pousa, 2021).

El Big Data también ayuda a los entrenadores a analizar el rendimiento de todo el equipo durante el partido, proporcionando una comprensión más detallada de los patrones de juego, el éxito de las jugadas y el progreso en el campo. Además de registrar el movimiento de los jugadores, permite registrar el movimiento de la pelota, indicando datos de relacionados con la ubicación de la pelota en el campo, pases de los jugadores, las zonas de posesión y otras coordenadas que pueden analizarse para mejorar el rendimiento del equipo (Llorente, 2020).

También se utiliza para analizar el historial de lesiones de un futbolista, permitiendo a los equipos determinar qué factores pueden estar causando lesiones recurrentes y llevar a cabo planes de entrenamiento específicos para el jugador, así como a los directores deportivos para elegir o descartar un jugador en función de su mayor tendencia a lesiones o menor (Maqueira y Bruque, 2011).

Por último, permite analizar el patrón de comportamiento de los aficionados, en cuanto a los datos de ventas de entrada, patrocinios, marketing, uso de aplicaciones móviles y otros datos que pueden proporcionar una información valiosa para mejorar la experiencia de los aficionados.

En conclusión, el Big Data ha transformado el mundo del fútbol, proporcionando información valiosa para mejorar el rendimiento de los jugadores, así como comprendiendo mejor a sus seguidores y proporcionando una experiencia mejorada dentro y fuera del campo (Marcos, 2021).

Uno de los casos más sonados de conseguir el éxito por medio del uso del Big Data fue el del Leicester City que consiguió el título de la Premier League, primera división inglesa, en la temporada 2015/2016. Para ponernos en contexto, este equipo había ascendido a la primera división inglesa en la temporada 2013/2014, después de varios años en la segunda división inglesa, y en la temporada 2015/2016 estuvieron en descenso durante varias jornadas, consiguiendo la salvación en los últimos partidos (Casimiro et al., 2021).

Figura 2.1: El caso del Leicester City con el Big Data.



Fuente: OPTA (2015)

El Leicester empleo la tecnología de análisis de datos en varios factores clave para hacerse con el título. El equipo tenía poco presupuesto para reforzar su plantilla, en comparación con otros clubes, por lo que por medio del big data consiguieron hacerse con el servicio de grandes futbolistas a un coste muy bajo. El ejemplo más claro fue el de N'Golo Kante, el Leicester necesitaba un jugador que recuperase muchos balones en el centro del campo, ya que habían visto que el año anterior una de sus principales debilidades había sido ese aspecto. A través del empleo de la tecnología detectaron que el jugador que más balones había recuperado en toda Europa en la temporada anterior era este jugador, que formaba parte del SM Caen, un equipo de la primera división francesa, muy poco conocido y que pudieron firmarlo por unos 9 millones de €, un precio muy bajo en comparación con el rendimiento que dio este jugador.

Por otro lado, el número de jugadores que empleó el técnico del Leicester, Claudio Ranieri, para hacerse con el campeonato fue únicamente de 23 futbolistas. Esto fue gracias al gran trabajo del staff técnico consiguió reducir al máximo el número de lesiones a lo largo de la temporada, que fue lo que más llamó la atención al resto de equipos de fútbol y aficionados que pensaban que era imposible que el equipo mantuviese ese rendimiento sin bajas, pudiendo contar con los jugadores más importantes en la gran mayoría de los partidos.

Para ello se ayudó de la tecnología, fue el equipo pionero en utilizar la NORDBORD que es una tabla que permite medir la fuerza y los desequilibrios de los isquiotibiales, ayudando a determinar los niveles óptimos de carga en el entrenamiento y, por tanto, reduciendo el riesgo de lesiones por sobrecarga. Como dato, el equipo tuvo solo 275 días acumulados por lesiones de sus jugadores, mientras que el equipo que quedó segundo tuvo 1.137 días.

El equipo también se ayudó de los sensores GPS que le permitía obtener información de las distancias recorridas, velocidades máximas, ritmo cardiaco, la zona del campo donde solían estar los futbolistas.

Por último, el cuerpo técnico utilizó el Big Data, para analizar los partidos de sus equipos rivales y así poder conocer sus principales debilidades y fortalezas para poder conseguir una estrategia, por medio de la cual, pudiese ganar los diferentes partidos.

CAPÍTULO 3: EL MERCADO DE FICHAJES SEGÚN LOS JUGADORES FEDERATIVOS ASTURIANOS

Como apoyo empírico a este trabajo sobre el Mercado de Fichajes en fútbol, se ha entendido conveniente realizar un estudio mediante encuesta a personas que, bien actualmente, o bien previamente, hayan participado como jugadores en competiciones federativas. Por comodidad operativa se ha elegido el caso de Asturias, y dado que se conocía personalmente a varios jugadores se les pidió su ayuda para llegar a los compañeros y/o excompañeros de sus equipos.

En este capítulo se presenta el diseño y los resultados de dicha encuesta.

3.1. EL DISEÑO METODOLÓGICO

Tal como se ha indicado el estudio empírico se ha fundamentado en el universo de jugadores/exjugadores de diferentes competiciones, todas ellas federativas, preferentemente de los tipos semiprofesional y profesional, para garantizar la calidad de las respuestas obtenidas.

Dado que se desconoce el Universo a efectos de Asturias, se ha considerado utilizar la fórmula de muestreo de la población infinita. El tipo de encuesta ha sido la auto-administrada por Whatsapp, y con el modelo de bola de nieve. En la tabla 3.1 se muestra la ficha técnica de la encuesta.

Tabla 3.1: Ficha técnica del estudio.

Universo	Jugadores y Ex Jugadores de Fútbol de competición
Tamaño muestral	91 cuestionarios válidos
Características Técnicas	Significación 0,05; Error 0,09 %; CDM = P = Q = 0,5
Método de encuesta	Auto administrada Whatsapp. Cuestionario Google Drive. Acotado a una sola respuesta.
Procedimiento de Muestreo	Bola de Nieve
Periodo de estudio	Mayo del 2023
Ámbito	Asturias

El cuestionario fue diseñado, y testado previamente a su lanzamiento. Finalmente ha quedado integrado por 23 preguntas, mayoritariamente cerradas y con escala de valoración Likert (de 5 posiciones). En la tabla 3.2 se desglosa la estructura del Cuestionario (también incluido en el Anexo).

Tabla 3.2: Contenido del Cuestionario.

BLOQUE	VARIABLES (Q)	ESCALAS
<i>Sobre el Mercado de Fichajes</i>	V1 = Opinión genérica Mercado de Fichajes	Likert, Métrica
	V2 = Transparencia del Mercado de Fichajes	Likert, Métrica
	V3 = Regulación Mercado de Fichajes	Likert, Métrica
	V4 = Opinión Cláusulas de Rescisión	Likert, Métrica
	V5 = Quién debe mantener el Control de los Fichajes	Likert, Métrica

Los Representantes	V6 = Opinión rol de los Representantes	Likert, Métrica
	V7 = Importancia Representantes en el Mercado de Fichajes	Likert, Métrica
	V8 = Influencia de los Representantes sobre los Clubes	Likert, Métrica
	V9 = Comisiones de los Representantes	
	V10 = Futuro de los Representantes	Likert, Métrica
	V11 = Influencia de los Medios en los traspasos	Likert, Métrica
	V12 = Rumores de los Medios sobre traspasos	Likert, Métrica
Sobre las Tecnologías	V13 = Conocimiento / Uso APPS Fútbol	Ordinal
	V14 = Mejor APP para el Jugador	Abierta, Nominal
	V15 = Mejor APP para fichajes	Abierta, Nominal
	V16 = Usos de las APPS	Likert, Métrica
	V17 = Equipos Usarán BD	Ordinal
	V18 = Actor más importante BD	Likert, Métrica
Sobre el Jugador	V19 = Años en competiciones	Ordinal
	V20 = Número de Clubes	Ordinal
	V21 = Categoría más alta	Ordinal
	V22 = Posición como Jugador	Nominal
	V23 = Tiene Representante	Ordinal

El cuestionario fue plasmado en un formulario de Google Drive, bajo los más exigentes requisitos de: una sola respuesta por enlace, y de la obligación de responder a todas las preguntas cerradas. Las respuestas quedaron grabadas en una hoja de cálculo Excel, que fue importada por el programa IBM SPSS v. 27 para la realización de los análisis estadísticos pertinentes.

3.2. EI ANÁLISIS ESTADÍSTICO: RESULTADOS

La base de datos de las respuestas ha sido sometida a distintos tipos de análisis con el IBM SPSS cuyos resultados se presentan, y comentan, a continuación. El orden en el que se exponen coincide con la estructura del Cuestionario, diferenciando tres principales apartados: resultados de validación de la muestra; resultados sobre la cuestión de los representantes en el fútbol; y los resultados sobre el conocimiento y utilidades del Big Data y de las APPS en el mundo del fútbol.

3.2.1. Sobre la Muestra

Para caracterizar la muestra de jugadores/exjugadores se han utilizado cinco variables esenciales:

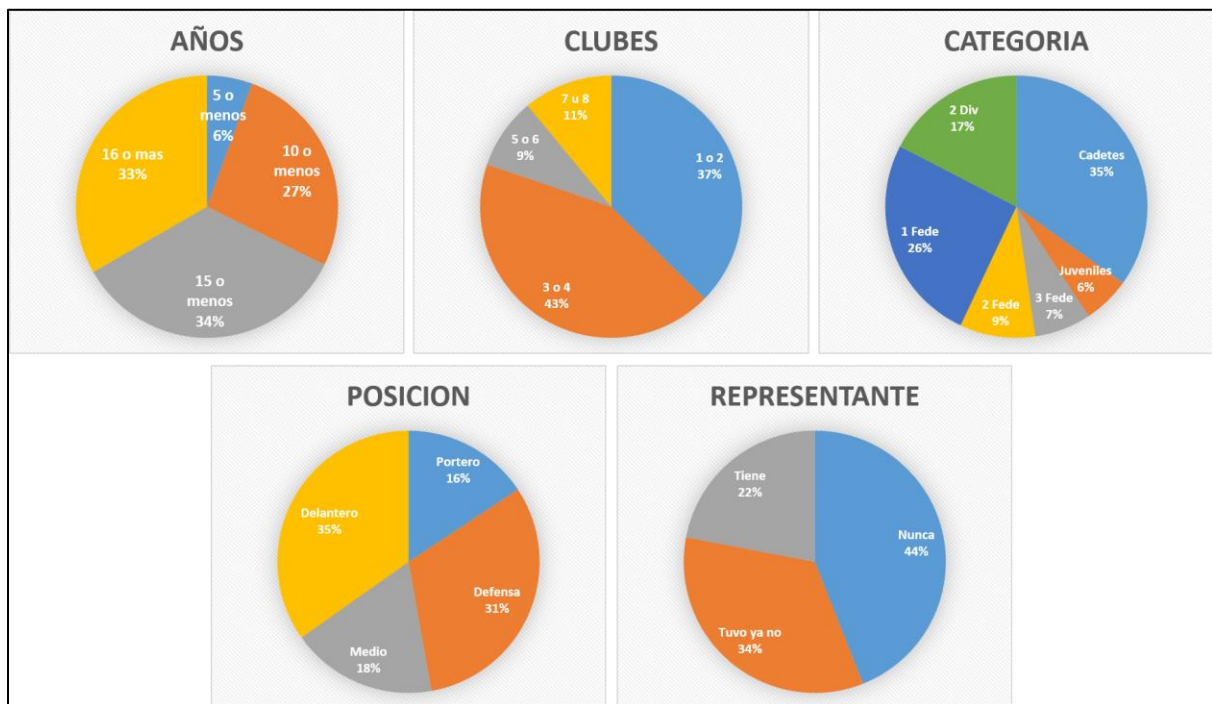
- El número de años en competiciones federativas.
- El número de clubes en los que haya competido.
- La máxima categoría de la competición alcanzada.
- La posición de juego.

- La disponibilidad de representante.

Tal como reflejan los resultados de la figura 3.1, cabe deducir que la muestra se caracteriza por:

- Jugadores que se reparten en tres tramos principales: 10 o menos años, 15 o menos años, y más de 16 años compitiendo en el fútbol. Por lo tanto, una muestra madura en conocimiento.
- El número de clubes mayoritario está entre 3 ó 4, aunque la cifra de 1 ó 2 es también relevante. En consecuencia, se trata de jugadores con conocimientos de movilidad.
- La 2ª División y la 1ª Federación presentan un porcentaje destacado, por lo tanto, aparece representado el fútbol profesional.
- Las posiciones mayoritarias son los delanteros, aunque destaca una elevada presencia de porteros.
- Más del 55% han tenido, o siguen teniendo, representante. Lo que garantiza el conocimiento sobre los mismos.

Figura 3.1: Características de la Muestra.



Por otra parte, tal como refleja la tabla 3.3, existen mayoritariamente correlaciones entre tales variables, con la excepción de la posición del jugador, lo que resulta beneficioso para aceptar la muestra. De tal manera que:

- A más años en el fútbol, más clubes y más probabilidad de tener representante.
- A mayor número de clubes mayor probabilidad de haber tenido representante.
- A mayor categoría alcanzada mayor probabilidad de haber tenido representante.

En consecuencia, bastante coherencia en la constitución de la muestra.

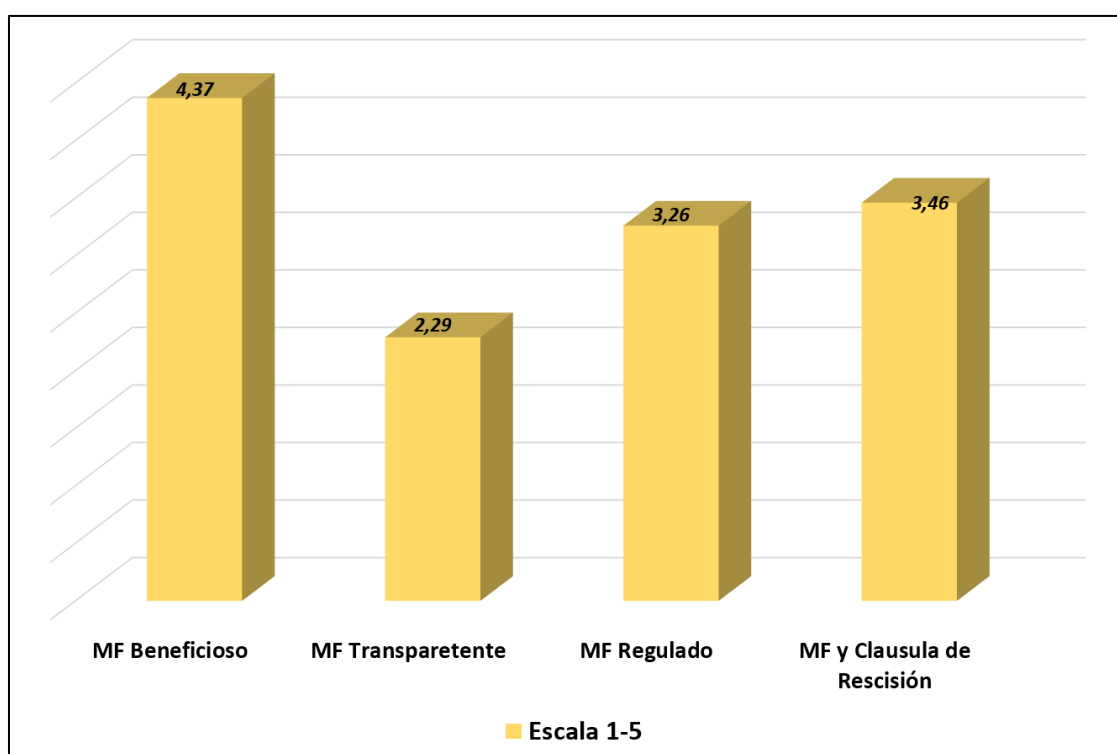
Tabla 3.3: Correlaciones de la Muestra.

		Años	Clubes	Categoría	Representante
Años	Correlación de Pearson	1	,251*	-,073	,662**
	Sig. (bilateral)		,020	,500	,000
	N	90	85	88	90
Clubes	Correlación de Pearson		1	,118	,481**
	Sig. (bilateral)			,281	,000
	N			85	86
Categoría	Correlación de Pearson			1	,283*
	Sig. (bilateral)				,085
	N				89
Representante	Correlación de Pearson				1
	Sig. (bilateral)				
	N				
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).					
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).					

La opinión de la muestra sobre el Mercado de Fichajes es mayoritariamente positiva, sobre todo en su carácter beneficioso para el fútbol, con una media de casi 4,4 puntos sobre 5. Asimismo, las bondades de las Cláusula de Rescisión se observan en su valor medio: casi 3,5 puntos sobre 5. De igual manera se le considera un mercado adecuadamente regulado (3,3 puntos); no obstante (ver figura 3.2):

- Se suspende en la transparencia de este mercado, con apenas una valoración de 2,3 puntos sobre 5.

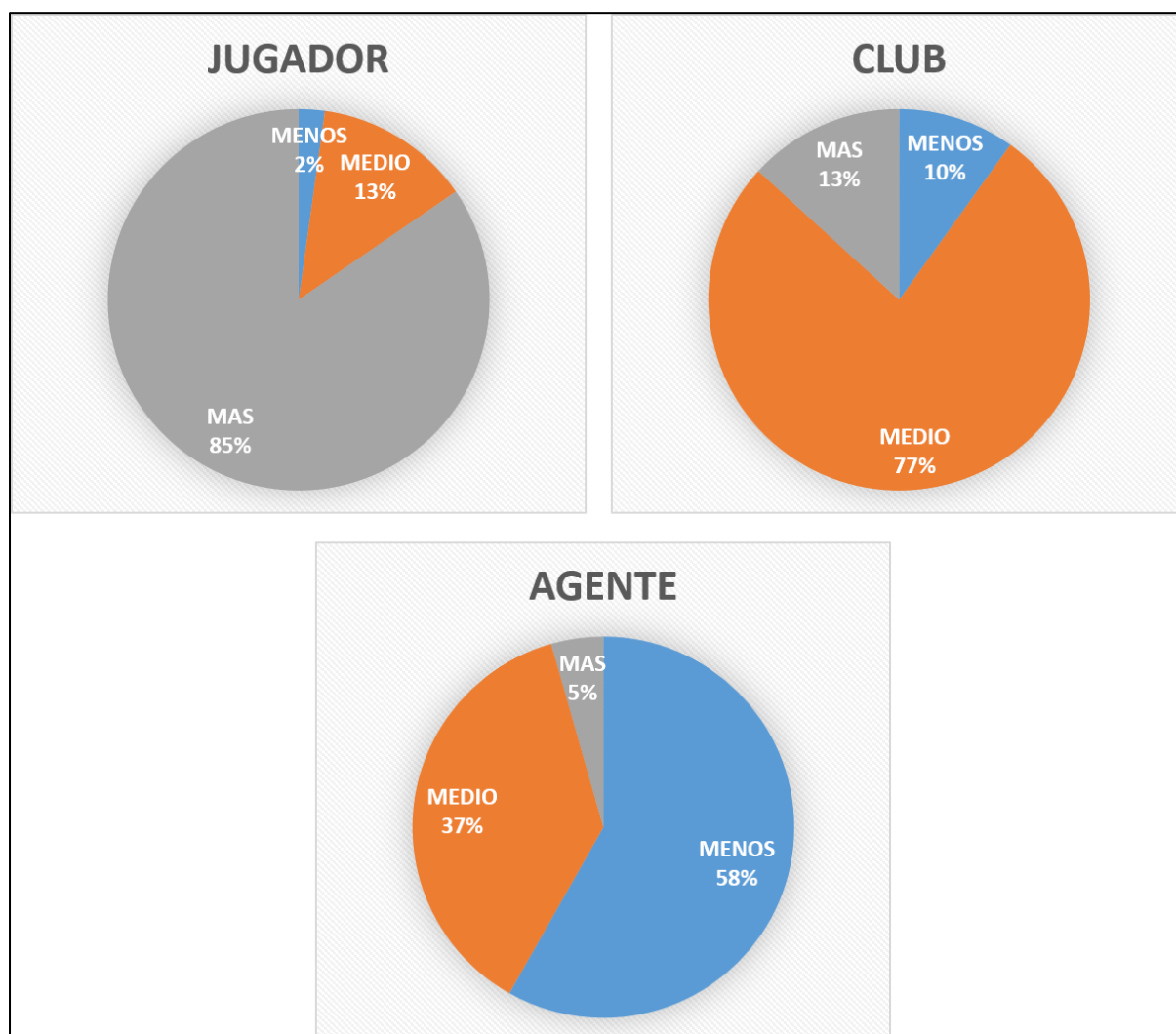
Figura 3.2: Percepciones sobre el Mercado de Fichajes (MF).



Según su criterio, lógico por ser quien es el encuestado, los fichajes deberían ser (ver figura 3.3):

- Más controlados por el propio jugador (85%).
- Seguido, en término medio, por los propios clubes (77%).
- En menor medida, por los Representantes (58%).

Figura 3.3: Quién debe controlar el fichaje final.



3.2.2. Sobre los Representantes

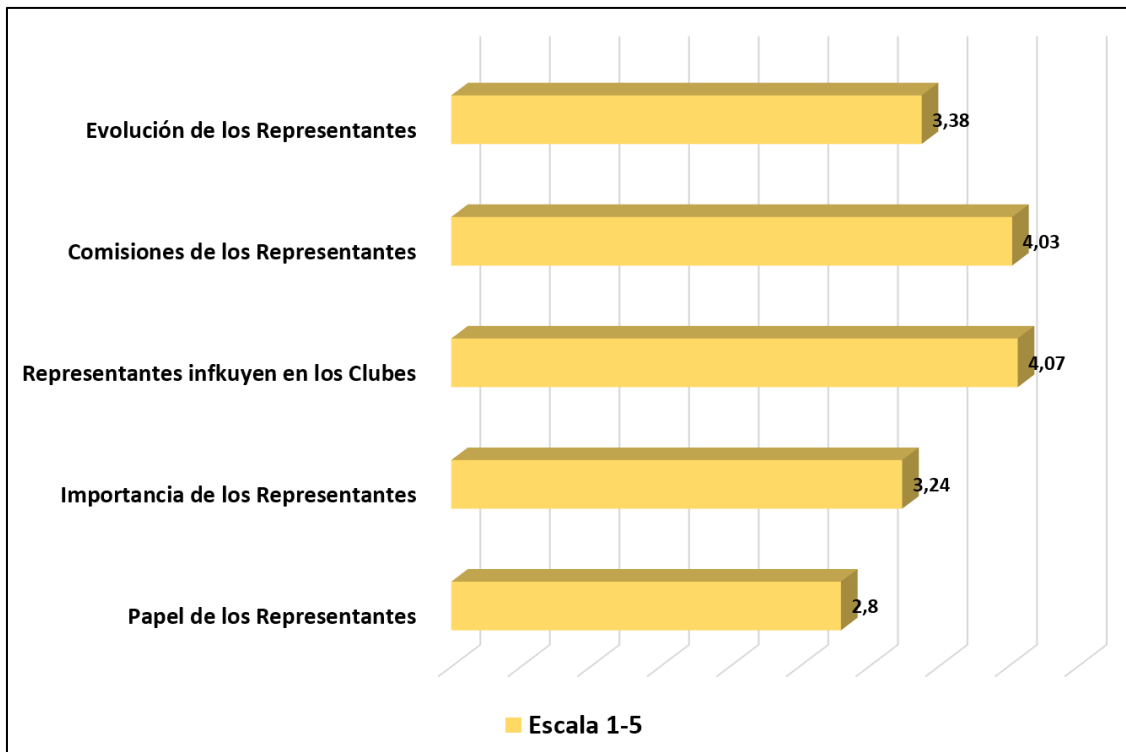
Este segundo bloque de resultados ya entra en uno de los objetivos de estudio de este trabajo: el caso de los representantes en el fútbol.

Los resultados de las cinco variables de medición utilizadas son variados (ver figura 3.4), así:

- El papel de los representantes, en general, suspende (se acerca más a la posición “negativo”).
- Su importancia actual, sin embargo, es positiva (aunque sea justo, con un valor de intermedia).

- De forma mayoritaria se plantea que los representantes influyen en los clubes de fútbol a la hora de hacer sus fichajes (con una valoración de “bastante”).
- De igual manera se opinan que las comisiones que aplican los representantes son elevadas (por encima de valoración de “altas”).
- Su evolución futura tiene un valor ligeramente positivo (aunque más cerca del “quedaran como están”).

Figura 3.4: Consideraciones sobre los Representantes.



Paralelamente al caso de los representantes ha interesado la información sobre el papel de los medios de comunicación en el mercado de fichajes. Para ello se han utilizados dos principales variables, cuyos resultados han sido (ver figura 3.5):

- Los medios de comunicación tienen una relevancia media-baja en los traspasos de jugadores (2,6 puntos).
- Los medios de comunicación generan muchos rumores sobre los posibles traspasos entre clubes (en el entorno de la valoración de “bastantes”).

Ha interesado, igualmente, el análisis bivariable respecto a: nunca tuvo/tuvo ya no tiene/Tiene representante en relación al resto de variables del cuestionario.

Los resultados se han clasificados en cuatro agrupaciones, las tres primeras fueron realizadas mediante una Prueba de Chi Cuadrado, la cuarta mediante una Prueba Anova.

Respecto al primer grupo (ver figura 3.6), cabe observar cómo:

- A más años compitiendo, a más clubes y a mayores categorías (nacionales) se mantiene la existencia de un representante.
- Los mismo ocurre para la posición de Portero.
- Para las Ligas Regionales parece que se tuvo, pero ya no se tiene.

- En idéntico sentido para los delanteros.

Figura 3.5: Consideraciones sobre los Medios de Comunicación (MMCC).

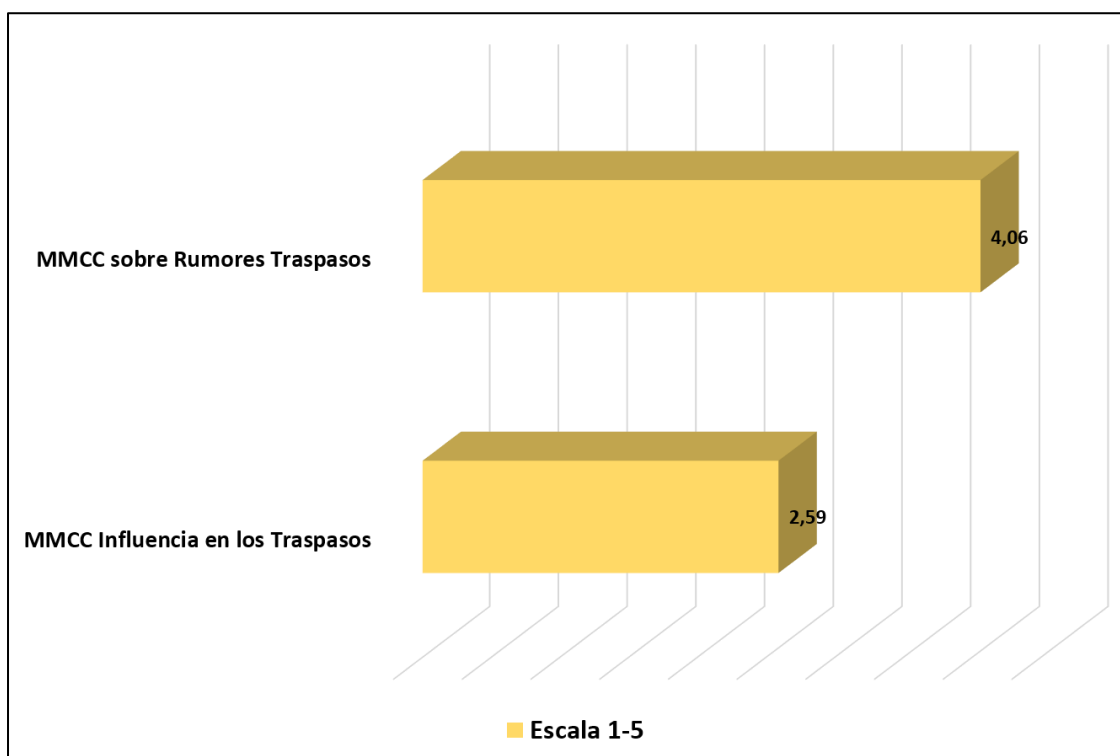


Figura 3.6: Resultados diferenciales según Representante (1).



El segundo grupo se refiere a las variables del Mercado de Fichajes (ver figura 3.7), donde los resultados indican que:

- Los jugadores que siguen con Representante indican, sobre todo, que: se precisa un mayor control de los traspasos de los propios jugadores y la cuestión de la creación de rumores por los medios de comunicación.
- Por su parte, los que tuvieron representante, plantean el problema de las elevadas comisiones, de la falta de transparencia, de la necesidad de mejorar la regulación, del peor rol de los mismos, y del papel negativo de los medios.

Figura 3.7: Resultados diferenciales según Representante (2).

Nunca	Antes	Sigue
	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor regulación del MF • Mejor valoración cláusulas de rescisión • Papel más negativo de los Representantes • Comisiones de los Representantes muy elevadas • Peor futuro para los Representantes • Papel negativo de los MMCC 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor control del traspaso para los Jugadores • MMCC como creadores de rumores

El tercero de los grupos es el relativo al conocimiento y uso de los programas y Apps de Big data, tal como reflejan los resultados de la figura 3.8, se observa que:

- El No Conoce y el No Usa son mayoritarios en el caso de los jugadores que nunca han tenido representante.
- El ya No usa de Besoccer y de Sofascore, por quienes tuvieron representante.
- El uso de Apps mayoritario por quienes mantienen representante.

Finalmente, el cuarto grupo de variables se refiere a los usos de las Apps de Big Data (ver figura 3.9), y así:

- Los que nunca han tenido representante ven las Apps útiles para el jugador y el entrenador.
- Los jugadores que han tenido representante, ven su utilidad para buscar fichajes y los representantes en equipos grandes y medianos.

- Los que tienen representante entienden que su utilidad es mayor para el propio club, y para todo tipo de clubes de fútbol.

Figura 3.8: Resultados diferenciales según Representante (3)



Figura 3.9: Resultados diferenciales según Representante (4).



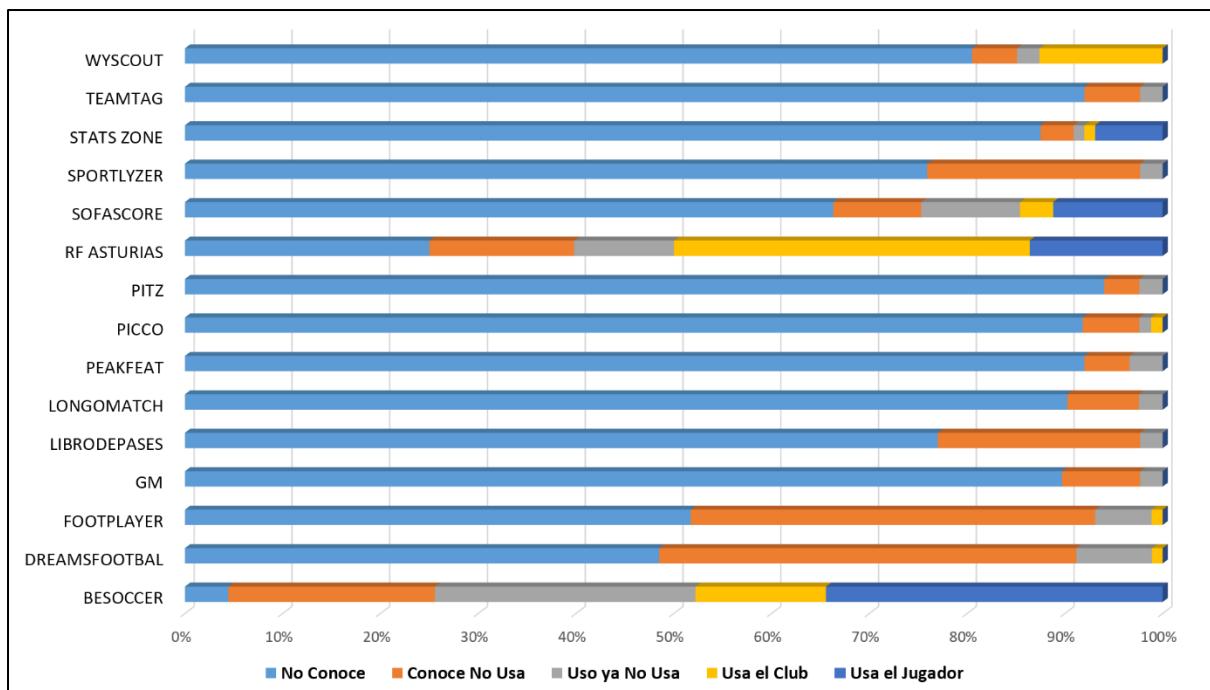
3.2.3. Sobre la Tecnologías y el Big Data

El tercer bloque de resultados trata de estudiar el caso concreto de las tecnologías smart, vinculadas al Big data y desarrolladas en forma de Apps para el fútbol.

Sobre la relación de Apps de fútbol más importantes existentes actualmente a nivel internacional, cabe deducir que (ver figura 3.10):

- Salvo Besoccer y RF Asturias, existe un conocimiento inferior al 50%.
- Solamente Foot Player y Drewams Football se sitúan en un nivel intermedio de conocimiento.
- Las mayores caídas en el uso son también de las Apps mayoritarias: Besoccer y RF Asturias.
- Para uso del Club destacan RF Asturias, Besoccer y Wyscout, por este orden.
- Para uso del propio jugador, también por orden: Besoccer, RF Asturias, Sofascore y Stats Zone.

Figura 3.10: Conocimiento / Uso APPs de Big Data de Fútbol.



En relación con los resultados anteriores, los encuestados entienden que:

- Las dos mejores Apps para un jugador son: Besoccer y LibrodePases (ver figura 3.11).
- Las dos mejores Apps para realizar fichajes son: Besoccer y RF Asturias (ver figura 3.12).

Figura 3.11: Mejor APP de Big Data para el Jugador.

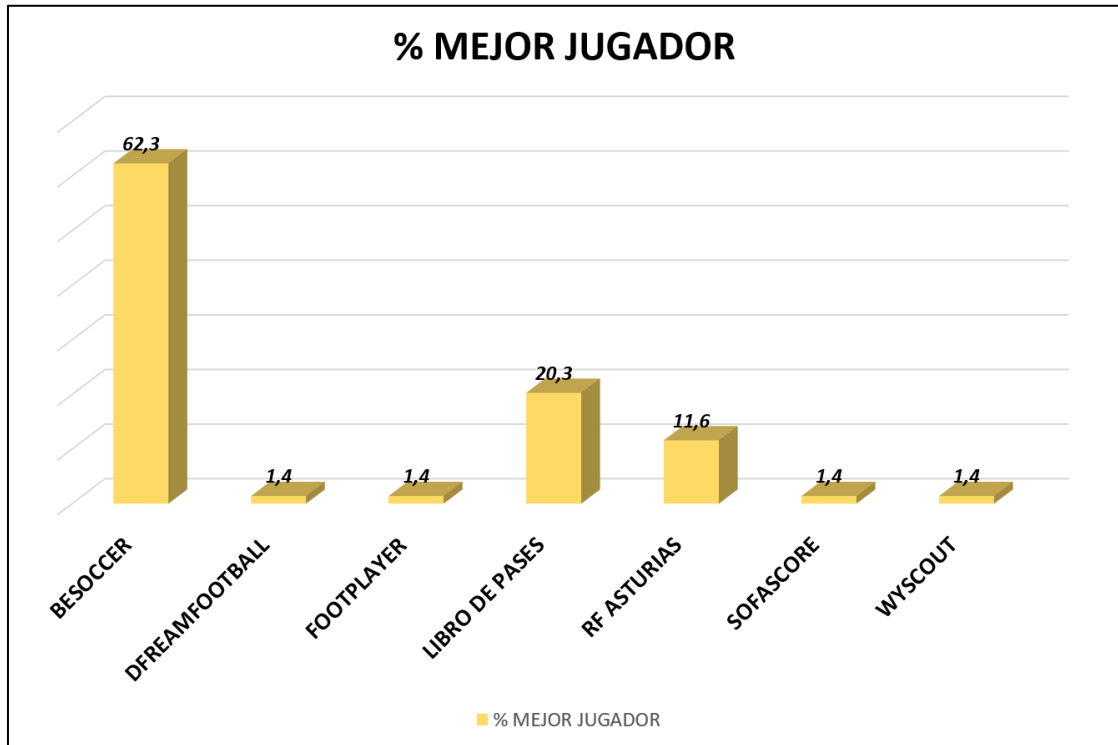
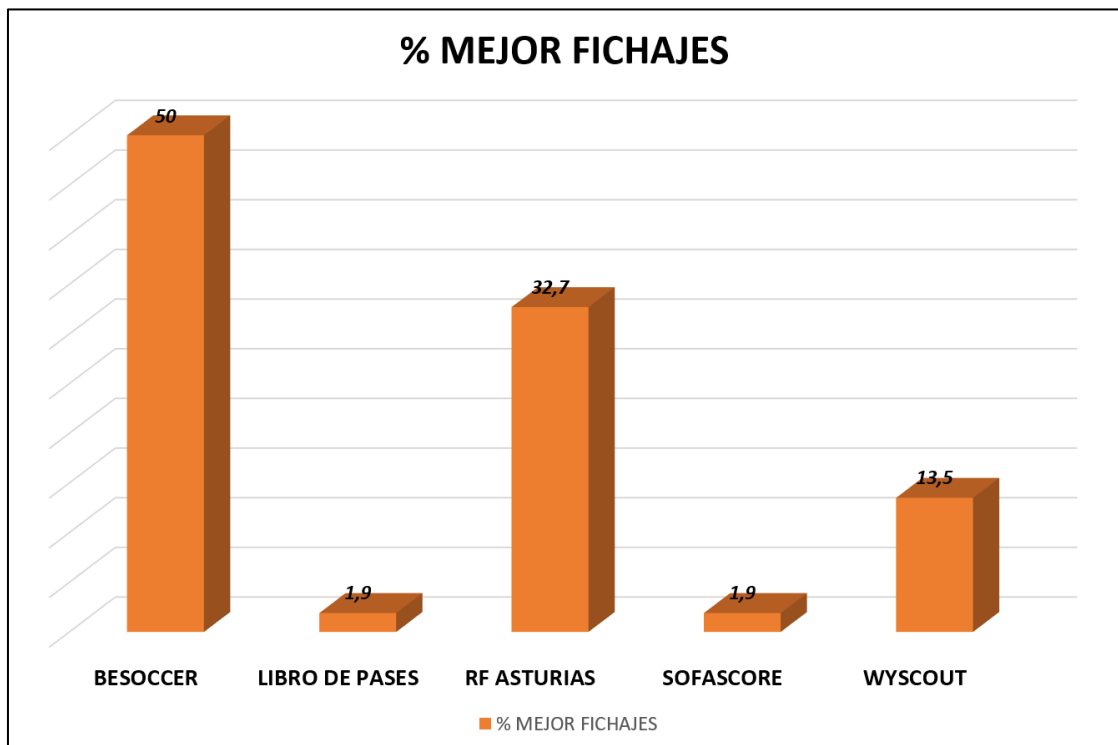


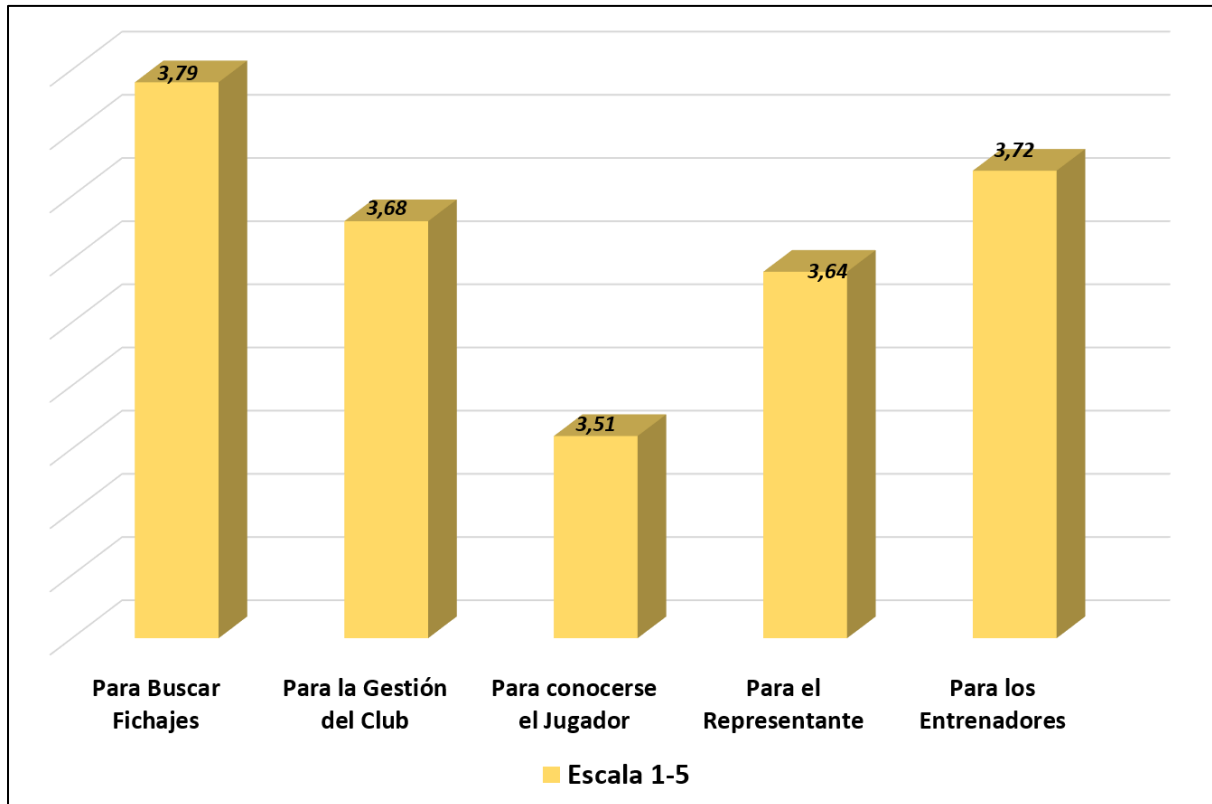
Figura 3.12: Mejor APP de Big Data para Fichajes.



Todas las utilidades posibles de las Apps de Big Data son valoradas de forma positiva (por encima de la mediana de 3 puntos sobre 5), ahora bien, con algunas diferencias entre ellas, así (ver figura 3.13):

- Dos utilidades más importantes: para buscar fichajes y para uso de los entrenadores.
- Dos utilidades interesantes: para la gestión del club y para el representante.
- Una utilidad menos: para conocerse mejor el propio jugador.

Figura 3.13: Utilidades del Big Data.



En consecuencia, la percepción de los encuestados sobre a qué tipo de agentes del fútbol van a afectar las tecnologías del Big Datos, los resultados indican que (ver figura 3.14):

- Sobre todo, a Clubes y Ojeadores.
- También, a entrenadores y representantes.
- Menos a los propios jugadores.

Finalmente, existe una opinión enfrentada entre el porcentaje de jugadores/exjugadores que indican que el Big Data será de aplicación a los equipos grandes y medianos (47,3%) y quienes opinan que acabarán llegando a todos los clubes de fútbol (casi un 42%) (ver figura 3.15).

Figura 3.14: A Quién afectará más el Big Data en el Fútbol.

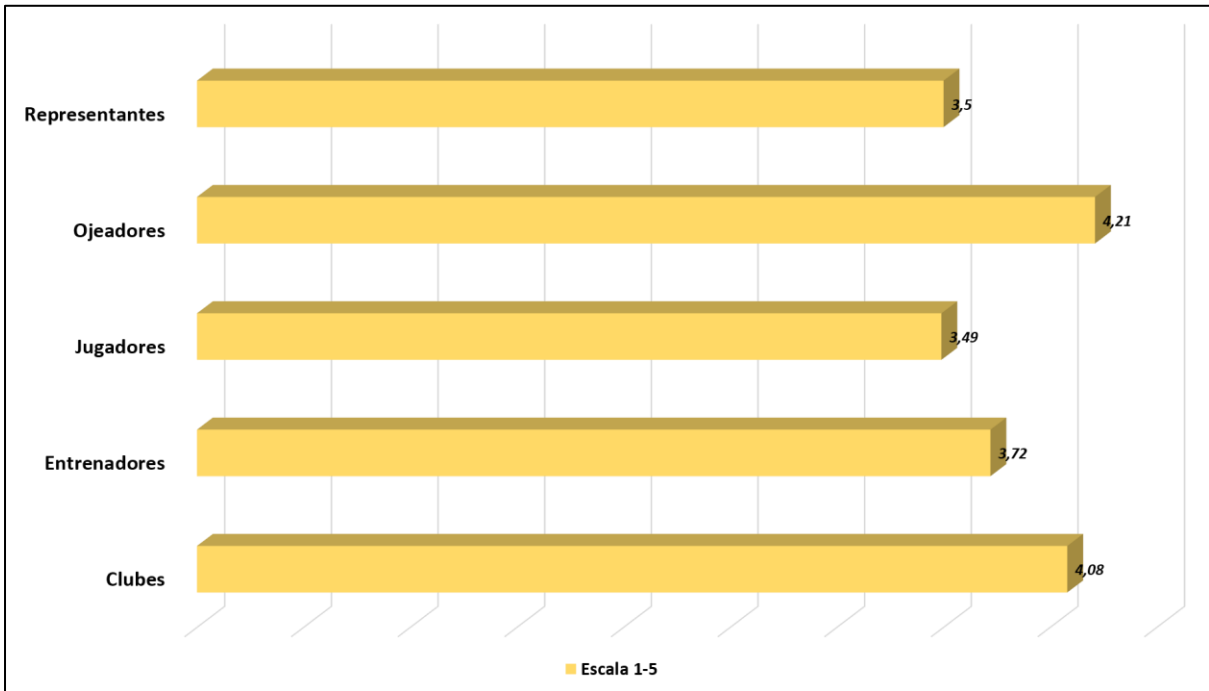
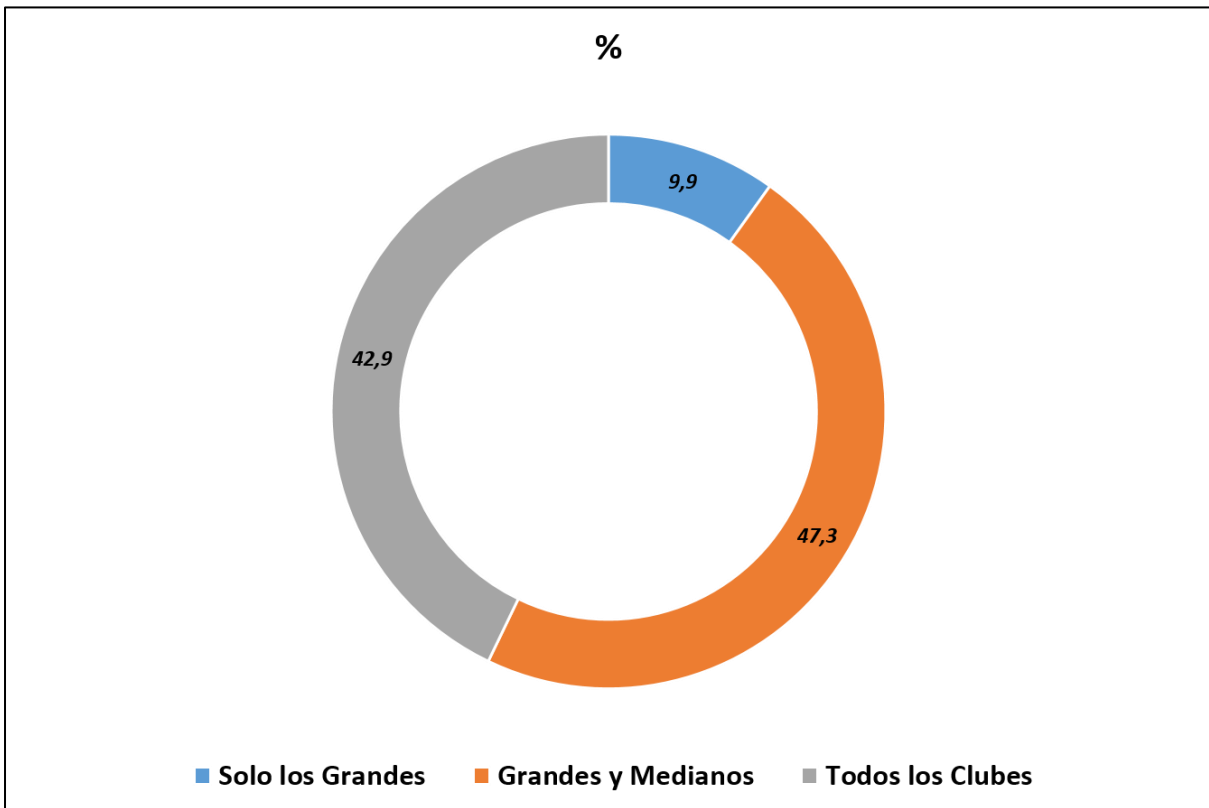


Figura 3.15: Quién usará el Big Data en el Fútbol.



CONCLUSIONES

En primer lugar, deben destacarse dos principales cuestiones. La primera, la enorme importancia que los jugadores tienen sobre la estructura económica de los clubes, en la medida que son la principal fuente de gasto, y a su vez, mediante los traspasos y las cesiones también una importante fuente de ingresos. La segunda, el importante cambio en la tecnología de los datos están produciendo en el mercado de fichajes en el fútbol profesional, facilitando más información, con mayor transparencia y con una elevada difusión. Aspectos que mejoran el funcionamiento del mercado de fichajes como tal.

De una forma más concreta se pretenden destacar las siguientes cuestiones:

1. Los representantes, agentes e intermediarios en el mercado de fichajes mantienen una importancia principal para su funcionamiento. No obstante, se plantean algunas cuestiones a resolver: la fuerte presión que estos realizan sobre los clubes, que origina fichajes más motivados por intereses económicos que por razones deportivas. La segunda, el problemático papel de las comisiones, no solo por el elevado valor de las mismas sino también por las derivadas fiscales y jurídicas que pueden suponer para el jugador.
2. Lea erupción de los datos, de todo tipo dentro del deporte. Fomentada y desarrollada inicialmente por los medios de comunicación, para ofrecer mejores imágenes, realidad inversiva y datos de interés para el público. Sin embargo, actualmente este fenómeno de la información se está desarrollando a través de las aplicaciones móviles. De tal manera, que hoy existen en el mercado, a nivel internacional, una gran diversidad de Apps con diferentes enfoques: algunas, las más clásicas dirigidas al público espectador; otras, algo más desarrolladas para ayudar al jugador a conocerse mejor; también empiezan aparecer aplicaciones específicas para los entrenadores, útiles para diseñar sus equipos y para conocer mejor a sus propios jugadores; en menor medida existen algunas Apps cuyo enfoque se dirige a la gestión de los clubes de fútbol, con una perspectiva más completa y global, que va desde atender a los seguidores hasta realizar gestiones diversas.
3. La utilidad de los desarrollos del Big Data, especialmente a través de las Apps de fútbol ya ha quedado evidente en diferentes casos de éxito. Dentro de los mismos debe destacarse por ser pionero las mejoras conseguidas por el club inglés Leicester City para la contratación, definición del equipo, mejoras deportivas de los jugadores e incluso mejoras físicas. Todo ello optimizando el funcionamiento del equipo, lo que le ha permitido obtener existes deportivos muy interesantes.

Por otra parte, considerando los resultados obtenidos en la encuesta realizada en este trabajo se quieren destacar las siguientes conclusiones:

- 1) Los jugadores muestran plena satisfacción con las posibilidades que les ofrece el mercado de fichajes, no obstante, también manifiestan la necesidad de aumentar el control y mejorar la relación jurídica sobre su funcionamiento.
- 2) Existe una clara opinión sobre la elevada influencia de los representantes frente al escaso papel decisor de los jugadores. De tal manera que los resultados indican que debe aumentar el control del fichaje por parte de los jugadores, y también de los clubes, a costad e reducir la influencia de los representantes.
- 3) Uno de los principales problemas que para los jugadores consultados tienen los representantes son sus elevadas comisiones, en el caso del fútbol semiprofesional llegan a ser prohibitivas, a costa de un reducido interés ellos representantes hacia el jugador.
- 4) Los representantes se mantienen en el caso de los jugadores que compiten en categorías superiores, en este caso en segunda división o en primera federación.
- 5) De forma llamativa se ha encontrado que son también este tipo de jugadores, los de altas categorías quienes tienen y utilizan más las Apps del Big Data del mundo del

fútbol. Algo que resulta llamativo en la medida que se mueven en el mercado a través de los representantes,

- 6) Aún, existiendo un número importante de Apps en el estudio, se han considerado hasta quince casos, la realidad es que existe un gran desconocimiento y un uso reducido de las mismas, que prácticamente se concentra en solo dos: Besocerr y RFA.
- 7) La práctica totalidad de los jugadores ven en estas Apps una enorme utilidad para el mercado de fichajes en la medida que permite a todos los intervinientes conocer datos, estadísticas y otras cuestiones de interés para cada jugador individual.
- 8) Siguiendo el uso actual de este tipo de Apps de Big Data es muy superior en lo clubes grandes, se observan una opinión mayoritaria a que pronto serán de uso por parte de clubes regionales de tamaño más mediano.

BIBLIOGRAFÍA

AFE (ed.) (2020): *Empleabilidad de los Futbolistas tras el Fútbol*. Madrid.

Aguilar, R. V. P. (2015): Entidades Deportivas, Fiscalidad del Fútbol, Ayudas Estatales y Deuda de los Clubes. ¿Es Viable el Actual Modelo? *Cadernos de Derecho Actual*, (3), 479-497.

Alcolea-Díaz, G., y Santamaría, J. V. G. (2019): Los derechos audiovisuales del fútbol en España en la era digital: entre la televisión de pago y el streaming. *Revista latina de comunicación social*, (74), 418-433.

Anguita, A. (2019): *Estudio y Análisis de resultados y encuestas económicas. Movimientos económicos en el mundo del fútbol a nivel europeo y nacional*. TFG, Universidad de Jaén.

Barajas, A. A. (2004): Valuation model for football clubs based on the key factors of their business. *MPRA Paper*, 13158, 1-431.

Barajas, A.; Sánchez, P. y Urrutia, I. (2020): El Mercado de Traspaso De Futbolistas: Un Análisis Internacional. *Revista Decision* 10.

Barrero, A. M., Gutiérrez, I. M., y Prieto, M. F. (2021): Análisis del modelo de juego en un equipo de fútbol profesional de la Bundesliga de Alemania: estudio caso. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (39), 628-634.

Barrio, S. (2020): *Análisis del Valor De Mercado de los Jugadores de Fútbol Profesionales. Comparativa entre las Principales Ligas Europeas*. TFG, Universidad de Comillas, Madrid.

Beltrán, D. F., Casas, D. F. y Usma, J. C. (2017): *Estudio del Mercado de Transferencias en el Fútbol colombiano y español dentro del marco de los Negocios Internacionales*. Trabajo Fin de Grado. Universitaria Uniagustiniana.

Blanco, M. (2006): El Real Madrid Club de Fútbol: La aplicación de un modelo empresarial a una entidad deportiva en España. *Universia Business Review*, Actualidad Económica | Tercer Trimestre.

Boixadós, M.; Valiente, L.; Mimbbrero, J.; Torregrosa, M. y Cruz. J. (1998): Papel de los Agentes de Socialización en Deportistas en Edad Escolar. *Revista de Psicología del Deporte*, 7(2), pp. 295-310.

Casáis, L., Lago, C., Lago, J., Iglesias, S. y Gómez, M. (2011): Indicadores de rendimiento competitivo que diferencian equipos ganadores y perdedores de la liga española. *Revista de preparación física en el fútbol*, 2, 44-53.

Casimiro, M. Á., Pino-Ortega, J., & Rico-González, M. (2021). Big Data Applied to Team Sport Athletes' Performance. In *The Use of Applied Technology in Team Sport* (pp. 193-198). Routledge.

Castro, M. (1991): *El fichaje como salario de los futbolistas*. ANEP.

Coca, E.L. (2022): *Modelo Económico del fútbol profesional en España: Análisis de la sostenibilidad económica y deportiva del F.C. Barcelona*. Universidad de Comillas, Madrid.

Conde, M. (2020): *Datos en el Fútbol, los desafíos que vienen*. Ed. Big Data Sports.

Cortés, A. (2005): Cláusula de Exclusividad en los Contratos de Representación de Agentes: ¿Se reconoce al fin? *Iusport*.

Cortés, M. (2021): *Aplicación de los Modelos de Valoración de Jugadores en favor del equilibrio competitivo en el fútbol europeo*. TFG, Universidad de Comillas, Madrid.

Cuesta, X. (2011): El fútbol y el negocio del entretenimiento global. Los clubes como multinacionales del ocio. *Comunicación y Sociedad*, 25(1), pp. 141-166.

- DELOITTE (ed.) (2021): Las ligas de fútbol con más ingresos. En *Annual Review of Football Finance*. Madrid.
- Díaz-Mirábile, E.; Petz, F. y López-Palma, S. (2020): Intermediación y representación en el fútbol. Pasado, presente y futuro. *Revista Mendoza Legal*.
- Díez-García, J. y Uscanga, A. (2020): *La Contratación Internacional de Menores en Clubes de Fútbol: ¿Es Legítimo evadir la Ley cuando ésta no es justa? Análisis desde la Perspectiva de España y México*. Trabajo Fin de Grado. Universidad Tecnológica Latinoamericana.
- Fantini, A. E. (2021): El “Big Data” y su presencia en la gestión y en la toma de decisiones. *Noticias CIELO*, (11), 4.
- FIFA (ed.) (2023): *Reglamento sobre Agentes de Fútbol*. Suiza.
- Gallegos, B. J. (2019): *Estimación del valor de mercado de jugadores de fútbol a nivel de Conmebol*. TFG, Universidad de Guayaquil.
- Gatius, A. y Huch, J. M. (2012): *Barça-Real Madrid: compitiendo por liderar el negocio del fútbol*. Editorial Almuzara.
- Gerbaudo, G. (2020): Los agentes en el fútbol. Pasado, presente y futuro de su regulación. *Diario Suplemento Derecho del Deporte*. 27 - 20.07.
- Gil, A. (2018): *El modelo económico del fútbol en España. Caso del Atlético de Madrid*. TFG, Universidad de Comillas, Madrid.
- Gílmaz; E. (2019): *Ingresos por Derechos de Televisión en el Fútbol Profesional y su Impacto en el Equilibrio Competitivo y la Política de Fichajes. Estudio de la Liga Española y la Premier League Inglesa*. TFG, Universidad de Comillas, Madrid.
- Goig, R. L. (2018): Prácticas e identificaciones transnacionales en el fútbol europeo: un estudio referido a nueve países. *Revista de Humanidades*, (34), 155-172.
- Gómez-Carvajal, Í. (2021). *Estudio de técnicas de data science para la predicción de rendimientos deportivos*. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Madrid.
- González-Rivera, A. (2020): *Propuesta para el análisis y procesamiento de datos de fútbol, mediante una aplicación de registro en tiempo real*. Trabajo Fin de Grado, Universidade da Coruña.
- Gutiérrez, J. (2020): *Régimen Jurídico de los Agentes de Futbolistas*. Trabajo Fin de Máster. Universidad Europea de Madrid.
- Isaza, C. y Maya, L. F. (2021): *Modelo de adaptación para la predicción del impacto generado por la compra de un jugador sobre los ingresos ordinarios y extraordinarios de un equipo de fútbol*. Trabajo Fin de Grado. Universidad EIA.
- KPMG (ed.) (2016): *Impacto socio-económico del fútbol profesional en España*. Madrid.
- Latorre, P. y Nieto, A. (2018): *Midiendo la entrada de talento en la Liga de Fútbol Profesional: Un análisis de la década 2007-2017*. TFG, Universidad de Zaragoza.
- Llames, R. (1999): Selección de Jóvenes Deportistas en Fútbol. *Revista de Psicología del Deporte*, 8 (2), pp. 249-257.
- Llorente, P. (2020): *Impacto del Big Data en el Deporte y en el Fútbol*. TFG, Universidad de Comillas, Madrid.
- Lopez-Sanchez, J. M. (2022): *Identificación de estrategias de juego en ligas europeas de fútbol*. Trabajo Fin de Master. Universitat Politècnica de Valencia.
- Lora, M. (2003): *El Derecho deportivo: Entre el servicio público y el mercado*. Ed. Dyckinson, Madrid.

- Malagón, M.- P. (2019): *Machine Learning en el mundo del fútbol*. Trabajo Fin de Master. Universitat Politècnica de Valencia.
- Maqueira, J. M. y Bruque, S. (2011): Gestión del talento en la empresa. Lecciones desde el ámbito deportivo: modelos Fútbol Club Barcelona 'versus' Real Madrid Club de Fútbol. *Harvard Deusto Business Research*. 3 (2), pp. 101-116.
- Marco, D. (2016): *Fútbol profesional y delito de defraudación tributaria: a vueltas con el régimen especial de los derechos de imagen en el IRPF*. TFG, Universidad de Zaragoza.
- Marcos, R. (2021): *Explotación Estadística de Almacenes de Datos de Fútbol*. TFG, Universidad de Salamanca.
- Martínez-Iglesias, J. J. (2020): *Análisis del impacto del VAR sobre el modelo de negocio de los clubes de fútbol*. Trabajo Fin de Grado. Universidad de Comillas
- Martínez-Lemos, R. I. (2015): Sociedades anónimas deportivas de la liga de fútbol profesional en España: un análisis empresarial descriptivo. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, (408), 39-55.
- Mayoral, C. (2018): *Sistema Big Data Para Procesos Futbolísticos*. Trabajo de Fin de Grado, Universidad Carlos III de Madrid.
- Melgarejo, J. C. (2019): *Explotación Económica de los Derechos de Imagen en el Fútbol*. TFG, Universidad de Jaén.
- Montero, E. (2021): *Estrategias de internacionalización por medio de acciones deportivas. El caso de los fichajes de futbolistas como estrategia de marketing en la liga española*. TFG, Universitat de Barcelona.
- Montes, F. J. (2022): *Cuando el fútbol dejó de ser deporte. Reflexiones*. Anuario Jurídico y Económico Escurialense, 55, pp. 303-332.
- Muñoz, P. (2022): *El Derecho del Fútbol ante los Clubes Estado. El Caso Mbappé*. TFG, Universidad de Comillas, Madrid.
- Palomar, A. y Descalzo, A. (2001): Los derechos de imagen en el ámbito del deporte profesional (Especial referencia al fútbol). *Revista Española de Derecho Constitucional*, Nº 62, pp. 376-381.
- Pazo, C.I. (2011): *El proceso de formación de los jugadores españoles de fútbol de alta competición*. Tesis Doctoral, Universidad de Huelva.
- Peralta, I. (2022): *Predicción de cambios en el valor de mercado de futbolistas profesionales usando técnicas de Machine Learning*. TFG, Universidad de Sevilla.
- Pérez-Cervantes, S. (2020): *La situación financiera de clubes de fútbol profesional*. TFG, Universidad Politécnica de Cartagena.
- Pérez-Esteban, M. (2019): *El salario de los futbolistas profesionales: naturaleza, límites e irregularidades*. Trabajo Fin de grado. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Triviño, J. y Cañizares, E. (2016): Los fondos de inversión en el fútbol. Algunos problemas éticos y jurídicos. *Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi*, Nº 18, pp. 73-88.
- Perote, J. (2021): *El Agente de Deportistas Profesionales*. TFG, Universidad de Valladolid.
- Piñeiro de la Esperanza, M. (2021): *La nueva realidad: hacia la mercantilización del fútbol profesional*. TFG, Universidad de Comillas.
- Pousa, D. (2021): *Aplicación de la Estadística en el Ámbito Deportivo*. TFG, Universidade de A Coruña.
- PWC (ed.) (2018): *Impacto económico, fiscal y social del fútbol profesional en España*. Madrid.

Ramos, J. (2021): *Sostenibilidad de la industria del fútbol en España tras la aplicación del Fair Play Financiero*. TFG, Universidad de Zaragoza.

Rilova, M.N. (2020): *El valor económico del fútbol femenino*. TFG, Universidad de Valladolid.

Rivas, E. C. y Triviño, J. L. P. (2015): Algunos problemas jurídicos, sociales y económicos de la propiedad de terceros (TPO) en el fútbol. *Revista Aranzadi de derecho de deporte y entretenimiento*, (48), 211-229.

Sánchez, D. M., Gavira, J. F. y Díaz, Á. R. (2014): De la democratización del deporte a la hegemonía de los mercados: el caso español. *Movimiento*, 20, 109-124.

Sánchez-Santos, J.M. y Sánchez-Gabarre, M. E. (eds.) (2021): *Deporte y regulación: nuevos escenarios y desafíos*. Actas del XI Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte. Servizo de Publicacións, Universidade da Coruña.

Simmons, R., y Berri, D. (2019): Los mercados de trabajo en el deporte de equipo profesional. *Papeles de Economía Española, Deporte y Economía*, 159, 148-164.

Zabarte, G. (2022): *Utilización de Técnicas de Aprendizaje Automático para la Predicción del Rendimiento de los Jugadores de Fútbol*. Trabajo Fin de Máster, Universidad Politécnica de Madrid.

ANEXOS

CUESTIONARIO



¿Crees que el mercado de fichajes es beneficioso para el fútbol en general?

- Nada
- Poco
- Algo
- Bastante
- Mucho

¿Crees que el mercado de fichajes es transparente?

- Nada
- Poco
- Algo
- Bastante
- Mucho

¿Crees que el mercado de fichajes debería estar más regulado?

- Para nada
- Un poco más
- Algo más
- Bastante más
- Mucho más

¿Cuál es tu opinión acerca de las cláusulas de rescisión de los jugadores?

- Muy mala
- Mala
- Neutral
- Buena
- Muy buena

¿Quién crees que debería tener más control sobre los traspasos de los jugadores?*

	El que menos	Intermedio	El que más
Jugador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Club	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 5

SOBRE LOS REPRESENTANTES

Descripción (opcional)

Título de la imagen



¿Cómo calificarías el papel de los representantes en el mercado de fichajes de fútbol?

- Muy negativo
- Negativo
- Neutral
- Positivo
- Muy positivo

¿Hasta qué punto son importantes los representantes en el mercado de fichajes de fútbol?

- Nada importantes
- Poco importantes
- Intermedio
- importantes
- Muy importantes

¿En qué medida crees que los representantes pueden afectar las decisiones de los clubes a la hora de fichar jugadores?

- En nada
- En poco
- En algo
- En bastante
- En mucho

¿Qué piensas sobre las comisiones que ganan los representantes en los traspasos de jugadores?

- Son muy bajas
- Son bajas
- Son correctas
- Son altas
- Son muy altas

¿Cómo crees que evolucionará la figura de los representantes en el futuro?

- A desaparecer
- A perder importancia
- Quedarán como están
- Irán a más
- Irán a mucho más

Después de la sección 2 Ir a la siguiente sección

Sección 3 de 5

SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Descripción (opcional)

Título de la imagen



¿Qué opinión tienes sobre el papel de los medios de comunicación en los traspasos de jugadores?

- Son muy negativos
- Son negativos
- Intermedio
- Son importantes
- Son muy importantes

¿Qué papel juegan los medios de comunicación en la generación de rumores y noticias falsas en el mercado de fichajes?

- Muy poco
- Poco
- Normal
- Bastante
- Mucho

Después de la sección 3 Ir a la siguiente sección

Sección 4 de 5

SOBRE LAS TECNOLOGÍAS

Descripción (opcional)

Título de la imagen



A continuación, aparece una Lista de APPS sobre fútbol y jugadores. ¿Conoces y/o has utilizado alguna de ellas?

	No conozco	Conozco no uso	Usa ya no uso	Se usa en mi cl..	Uso solo yo
BESODDER	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DREAMFOOTB..	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FOOTPLAYER	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
GM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LIBRODEPASES	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LONGOMATCH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PEAKFEAT	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PICOD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PITZ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RFFUTBOL AS..	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SOFASCORE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SPORTLYZER	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
STATS ZONE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TEAMTAG	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WYSCOUT	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Si conoces/Usas alguna de esas APPS, ¿Cuál crees que es la mejor para ti como jugador? (solo una)

Texto de respuesta corta

.....

Si conoces/Usas alguna de esas APPS, ¿Cuál crees que es la mejor para buscar fichajes? (solo una)

Texto de respuesta corta

.....

¿En general, crees que las APPS de jugadores, estadísticas, videos y demás, pueden ser útiles?

	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
Para buscar fic..	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para el Club	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para el Jugador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para el Repres..	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para los Entren..	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Algunos equipos de fútbol, de momento los más grandes, están utilizando el BIG DATA (Análisis de Datos) para buscar y elegir nuevos fichajes, sean de jóvenes promesas o para sus equipos. ¿Crees que estas Tecnologías se desarrollaran en todos los niveles del fútbol?

- No, solo a los grandes
- A equipos grandes y medianos
- Llegará a todos los equipos

Finalmente, ¿A quién crees que afectará más esta manera tecnológica de hacer fichajes?

	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
Clubs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrenadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jugadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dirigentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Representantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Después de la sección 4 Ir a la siguiente sección

Sección 5 de 5

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Descripción (opcional)

Título de la imagen



¿Cuántos años llevas compitiendo en categorías federadas de fútbol?

- 5 o menos
- 10 o menos
- 15 o menos
- 16 o más

¿De una forma aproximada, por cuántos Clubs de fútbol has pasado en tus competiciones?

- 1 o 2
- 3 o 4
- 5 o 6
- 7 u 8
- 9 o 10
- más de 10

¿Cuál ha sido la Categoría más alta en la que has competido?

Texto de respuesta corta

¿En qué posición juegas actualmente?

- Portero
- Defensa
- Mediocentro
- Delantero

¿Tienes o has tenido alguna vez un Representante?

- No, nunca tuve
- Tuve ya no tengo
- Si, tengo

RESULTADOS SPSS

	Estadísticos descriptivos					
	N Estadístico	Mínimo Estadístico	Máximo Estadístico	Media Estadístico	Media Error estándar	Desviación estándar Estadístico
P01	91	1,00	5,00	4,3736	,08509	,81170
P02	91	1,00	4,00	2,3297	,06821	,65073
P03	91	1,00	5,00	3,2637	,14393	1,37304
P04	90	1,00	5,00	3,4667	,07932	,75252
N válido (por lista)	90					

Tabla de frecuencia

P05J					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	1,00	2	2,2	2,2	2,2
	2,00	12	13,2	13,2	15,4
	3,00	77	84,6	84,6	100,0
Total		91	100,0	100,0	

P05C					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	1,00	9	9,9	9,9	9,9
	2,00	70	76,9	76,9	86,8
	3,00	12	13,2	13,2	100,0
Total		91	100,0	100,0	

P05A					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	1,00	53	58,2	58,2	58,2
	2,00	34	37,4	37,4	95,6
	3,00	4	4,4	4,4	100,0
Total		91	100,0	100,0	

	Estadísticos descriptivos					
	N Estadístico	Mínimo Estadístico	Máximo Estadístico	Media Estadístico	Media Error estándar	Desviación estándar Estadístico
P06	91	1,00	5,00	2,8022	,09786	,93357
P07	91	1,00	5,00	3,2418	,10048	,95848
P08	91	2,00	5,00	4,0769	,07692	,73380
P09	91	3,00	5,00	4,0330	,08335	,79513
P10	91	1,00	5,00	3,3846	,10220	,97490
P11	91	1,00	5,00	2,5934	,16756	1,59846
P12	91	2,00	5,00	4,0659	,10576	1,00887
N válido (por lista)	91					

P13BE					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	1,00	4	4,4	4,4	4,4
	2,00	19	20,9	21,1	25,6
	3,00	24	26,4	26,7	52,2
	4,00	12	13,2	13,3	65,6
	5,00	31	34,1	34,4	100,0
Total		90	98,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,1		
Total		91	100,0		

P13DF					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	1,00	42	46,2	48,3	48,3
	2,00	37	40,7	42,5	90,8
	3,00	7	7,7	8,0	98,9
	4,00	1	1,1	1,1	100,0
Total		87	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	4	4,4		
Total		91	100,0		

		P13FP			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	45	49,5	51,7	51,7
	2,00	36	39,6	41,4	93,1
	3,00	5	5,5	5,7	98,9
	4,00	1	1,1	1,1	100,0
	Total	87	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	4	4,4		
Total		91	100,0		

		P13GM			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	78	85,7	89,7	89,7
	2,00	7	7,7	8,0	97,7
	3,00	2	2,2	2,3	100,0
	Total	87	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	4	4,4		
Total		91	100,0		

		P13LP			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	67	73,6	77,0	77,0
	2,00	18	19,8	20,7	97,7
	3,00	2	2,2	2,3	100,0
	Total	87	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	4	4,4		
Total		91	100,0		

		P13LM			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	74	81,3	85,1	85,1
	2,00	6	6,6	6,9	92,0
	3,00	2	2,2	2,3	94,3
	5,00	5	5,5	5,7	100,0
	Total	87	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	4	4,4		
Total		91	100,0		

		P13PF			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	80	87,9	92,0	92,0
	2,00	4	4,4	4,6	96,6
	3,00	3	3,3	3,4	100,0
	Total	87	95,6	100,0	
Perdidos	Sistema	4	4,4		
Total		91	100,0		

		P13PC			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	79	86,8	91,9	91,9
	2,00	5	5,5	5,8	97,7
	3,00	1	1,1	1,2	98,8
	4,00	1	1,1	1,2	100,0
	Total	86	94,5	100,0	
Perdidos	Sistema	5	5,5		
Total		91	100,0		

		P13PT			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	78	85,7	94,0	94,0
	2,00	3	3,3	3,6	97,6
	3,00	2	2,2	2,4	100,0
	Total	83	91,2	100,0	
Perdidos	Sistema	8	8,8		
Total		91	100,0		

		P13RFA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	22	24,2	25,0	25,0

	2,00	13	14,3	14,8	39,8
	3,00	9	9,9	10,2	50,0
	4,00	32	35,2	36,4	86,4
	5,00	12	13,2	13,6	100,0
	Total	88	96,7	100,0	
Perdidos	Sistema	3	3,3		
Total		91	100,0		

P13SS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	59	64,8	66,3	66,3
	2,00	8	8,8	9,0	75,3
	3,00	9	9,9	10,1	85,4
	4,00	3	3,3	3,4	88,8
	5,00	10	11,0	11,2	100,0
	Total		89	97,8	100,0
Perdidos	Sistema	2	2,2		
Total		91	100,0		

P13ST

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	66	72,5	75,9	75,9
	2,00	19	20,9	21,8	97,7
	3,00	2	2,2	2,3	100,0
	Total		87	95,6	100,0
	Perdidos	Sistema	4	4,4	
Total		91	100,0		

P13SZ

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	76	83,5	87,4	87,4
	2,00	3	3,3	3,4	90,8
	3,00	1	1,1	1,1	92,0
	4,00	1	1,1	1,1	93,1
	5,00	6	6,6	6,9	100,0
	Total		87	95,6	100,0
Perdidos	Sistema	4	4,4		
Total		91	100,0		

P13TT

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	80	87,9	92,0	92,0
	2,00	5	5,5	5,7	97,7
	3,00	2	2,2	2,3	100,0
	Total		87	95,6	100,0
Perdidos	Sistema	4	4,4		
Total		91	100,0		

P13WY

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	70	76,9	80,5	80,5
	2,00	4	4,4	4,6	85,1
	3,00	2	2,2	2,3	87,4
	4,00	11	12,1	12,6	100,0
	Total		87	95,6	100,0
Perdidos	Sistema	4	4,4		
Total		91	100,0		

P14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BESOCER	43	47,3	62,3	62,3
	DREAMFOOTALL	1	1,1	1,4	63,8
	FOOTPLAYER	1	1,1	1,4	65,2
	LIBRODEPASES	14	15,4	20,3	85,5
	RFASTURIAS	8	8,8	11,6	97,1
	SOFASCORE	1	1,1	1,4	98,6
	WYSCOUT	1	1,1	1,4	100,0
	Total		69	75,8	100,0

Perdidos	Sistema	22	24,2	
Total		91	100,0	

P15

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BESOCER	26	28,6	50,0	50,0
	RFASTURIAS	17	18,7	32,7	82,7
	SOFASCORE	1	1,1	1,9	84,6
	WYSCOUT	7	7,7	13,5	98,1
	OTRAS	1	1,1	1,9	100,0
	Total	52	57,1	100,0	
Perdidos	Sistema	39	42,9		
Total		91	100,0		

Estadísticos descriptivos

	N Estadístico	Mínimo Estadístico	Máximo Estadístico	Media Estadístico	Desviación estándar Estadístico
P16A	90	1,00	5,00	3,7889	,12788
P16B	91	1,00	5,00	3,6813	,10585
P16C	85	1,00	5,00	3,5176	,11669
P16D	90	1,00	5,00	3,6444	,12867
P16E	90	1,00	5,00	3,7222	,11288
N válido (por lista)	84				

P17

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	9	9,9	9,9	9,9
	2,00	43	47,3	47,3	57,1
	3,00	39	42,9	42,9	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Estadísticos descriptivos

	N Estadístico	Mínimo Estadístico	Máximo Estadístico	Media Estadístico	Desviación estándar Estadístico
P18A	91	1,00	5,00	4,0879	,10558
P18B	90	1,00	5,00	3,7222	,09744
P18C	90	1,00	5,00	3,4889	,11089
P18D	90	2,00	5,00	4,2111	,08726
P18E	90	1,00	5,00	3,5000	,10511
N válido (por lista)	89				

P19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	5	5,5	5,6	5,6
	2,00	24	26,4	26,7	32,2
	3,00	31	34,1	34,4	66,7
	4,00	30	33,0	33,3	100,0
	Total	90	98,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,1		
Total		91	100,0		

P20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 o 2	34	37,4	37,4	37,4
	3 o 4	39	42,9	42,9	80,2
	5 o 6	8	8,8	8,8	89,0
	7 u 8	10	11,0	11,0	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

P21

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CADETES	30	33,0	34,9	34,9
	JUVENILES	5	5,5	5,8	40,7
	3FEDE	6	6,6	7,0	47,7
	2FEDE	8	8,8	9,3	57,0
	1FEDE	22	24,2	25,6	82,6
	2DIV	15	16,5	17,4	100,0
	Total	86	94,5	100,0	

Perdidos	Sistema	5	5,5	
Total		91	100,0	

P22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	PORTERO	14	15,4	15,7	15,7
	DEFENSA	28	30,8	31,5	47,2
	MEDIOCENTRO	16	17,6	18,0	65,2
	DELANTERO	31	34,1	34,8	100,0
	Total	89	97,8	100,0	
Perdidos	Sistema	2	2,2		
Total		91	100,0		

P23

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	40	44,0	44,0	44,0
	ANTES	31	34,1	34,1	78,0
	SIGUE	20	22,0	22,0	100,0
	Total	91	100,0	100,0	

Tablas cruzadas

P19 * P23

Tabla cruzada

		P23			Total	
		NUNCA	ANTES	SIGUE		
P19	1,00	Recuento	4	1	0	5
		Recuento esperado	2,2	1,7	1,1	5,0
	2,00	Recuento	19	5	0	24
		Recuento esperado	10,4	8,3	5,3	24,0
	3,00	Recuento	12	19	0	31
		Recuento esperado	13,4	10,7	6,9	31,0
	4,00	Recuento	4	6	20	30
		Recuento esperado	13,0	10,3	6,7	30,0
Total		Recuento	39	31	20	90
		Recuento esperado	39,0	31,0	20,0	90,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	64,944 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	68,872	6	,000
Asociación lineal por lineal	38,962	1	,000
N de casos válidos	90		

a. 3 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,11.

P20 * P23

Tabla cruzada

		P23			Total	
		NUNCA	ANTES	SIGUE		
P20	1 o 2	Recuento	27	7	0	34
		Recuento esperado	14,9	11,6	7,5	34,0
	3 o 4	Recuento	12	22	5	39
		Recuento esperado	17,1	13,3	8,6	39,0
	5 o 6	Recuento	1	2	5	8
		Recuento esperado	3,5	2,7	1,8	8,0
	7 u 8	Recuento	0	0	10	10
		Recuento esperado	4,4	3,4	2,2	10,0
Total		Recuento	40	31	20	91
		Recuento esperado	40,0	31,0	20,0	91,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
--	-------	----	--------------------------------------

Chi-cuadrado de Pearson	71,227 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	70,131	6	,000
N de casos válidos	91		

a. 6 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,76.

P21 * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P21	CADETES	Recuento	25	0	5	30
		Recuento esperado	12,2	10,8	7,0	30,0
	JUVENILES	Recuento	5	0	0	5
		Recuento esperado	2,0	1,8	1,2	5,0
	3FEDE	Recuento	1	0	5	6
		Recuento esperado	2,4	2,2	1,4	6,0
	2FEDE	Recuento	3	0	5	8
		Recuento esperado	3,3	2,9	1,9	8,0
	1FEDE	Recuento	0	22	0	22
		Recuento esperado	9,0	7,9	5,1	22,0
	2DIV	Recuento	1	9	5	15
		Recuento esperado	6,1	5,4	3,5	15,0
Total		Recuento	35	31	20	86
		Recuento esperado	35,0	31,0	20,0	86,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	98,931 ^a	10	,000
Razón de verosimilitud	115,914	10	,000
Asociación lineal por lineal	19,668	1	,000
N de casos válidos	86		

a. 10 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,16.

P22 * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P22	PORTERO	Recuento	2	2	10	14
		Recuento esperado	6,0	4,9	3,1	14,0
	DEFENSA	Recuento	16	7	5	28
		Recuento esperado	12,0	9,8	6,3	28,0
	MEDIOCENTRO	Recuento	11	5	0	16
		Recuento esperado	6,8	5,6	3,6	16,0
	DELANTERO	Recuento	9	17	5	31
		Recuento esperado	13,2	10,8	7,0	31,0
Total		Recuento	38	31	20	89
		Recuento esperado	38,0	31,0	20,0	89,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	33,357 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	32,136	6	,000
Asociación lineal por lineal	2,962	1	,085
N de casos válidos	89		

a. 3 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,15.

Tablas cruzadas

P13BE * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P13BE	1,00	Recuento	3	1	0	4
		Recuento esperado	1,7	1,4	,9	4,0
	2,00	Recuento	5	4	10	19
		Recuento esperado	8,2	6,5	4,2	19,0
	3,00	Recuento	8	16	0	24

		Recuento esperado	10,4	8,3	5,3	24,0
	4,00	Recuento	8	4	0	12
		Recuento esperado	5,2	4,1	2,7	12,0
	5,00	Recuento	15	6	10	31
		Recuento esperado	13,4	10,7	6,9	31,0
Total		Recuento	39	31	20	90
		Recuento esperado	39,0	31,0	20,0	90,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	33,021 ^a	8	,000
Razón de verosimilitud	38,379	8	,000
Asociación lineal por lineal	,554	1	,457
N de casos válidos	90		

P13DF * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P13DF	1,00	Recuento	20	7	15	42
		Recuento esperado	17,9	14,5	9,7	42,0
	2,00	Recuento	12	20	5	37
		Recuento esperado	15,7	12,8	8,5	37,0
	3,00	Recuento	4	3	0	7
		Recuento esperado	3,0	2,4	1,6	7,0
	4,00	Recuento	1	0	0	1
		Recuento esperado	,4	,3	,2	1,0
Total		Recuento	37	30	20	87
		Recuento esperado	37,0	30,0	20,0	87,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,977 ^a	6	,009
Razón de verosimilitud	19,101	6	,004
Asociación lineal por lineal	2,196	1	,138
N de casos válidos	87		

P13FP * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P13FP	1,00	Recuento	24	6	15	45
		Recuento esperado	20,2	14,5	10,3	45,0
	2,00	Recuento	11	20	5	36
		Recuento esperado	16,1	11,6	8,3	36,0
	3,00	Recuento	3	2	0	5
		Recuento esperado	2,2	1,6	1,1	5,0
	4,00	Recuento	1	0	0	1
		Recuento esperado	,4	,3	,2	1,0
Total		Recuento	39	28	20	87
		Recuento esperado	39,0	28,0	20,0	87,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,564 ^a	6	,003
Razón de verosimilitud	21,501	6	,001
Asociación lineal por lineal	,775	1	,379
N de casos válidos	87		

P13GM * P23

P13LP * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P13LP	1,00	Recuento	33	14	20	67
		Recuento esperado	29,3	22,3	15,4	67,0
	2,00	Recuento	4	14	0	18
		Recuento esperado	7,9	6,0	4,1	18,0
	3,00	Recuento	1	1	0	2
		Recuento esperado	,9	,7	,5	2,0

Total	Recuento	38	29	20	87
	Recuento esperado	38,0	29,0	20,0	87,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,305 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	24,701	4	,000
Asociación lineal por lineal	,163	1	,687
N de casos válidos	87		

P13LM * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P13LM	1,00	Recuento	31	28	15	74
		Recuento esperado	32,3	24,7	17,0	74,0
	2,00	Recuento	5	1	0	6
		Recuento esperado	2,6	2,0	1,4	6,0
	3,00	Recuento	2	0	0	2
		Recuento esperado	,9	,7	,5	2,0
	5,00	Recuento	0	0	5	5
		Recuento esperado	2,2	1,7	1,1	5,0
Total		Recuento	38	29	20	87
		Recuento esperado	38,0	29,0	20,0	87,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,111 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	23,823	6	,001
Asociación lineal por lineal	5,608	1	,018
N de casos válidos	87		

P13PF * P23

P13PC * P23

P13PT * P23

P13RFA * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P13RFA	1,00	Recuento	9	3	10	22
		Recuento esperado	9,5	7,5	5,0	22,0
	2,00	Recuento	5	3	5	13
		Recuento esperado	5,6	4,4	3,0	13,0
	3,00	Recuento	6	3	0	9
		Recuento esperado	3,9	3,1	2,0	9,0
	4,00	Recuento	13	19	0	32
		Recuento esperado	13,8	10,9	7,3	32,0
	5,00	Recuento	5	2	5	12
		Recuento esperado	5,2	4,1	2,7	12,0
Total		Recuento	38	30	20	88
		Recuento esperado	38,0	30,0	20,0	88,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	29,159 ^a	8	,000
Razón de verosimilitud	36,569	8	,000
Asociación lineal por lineal	2,046	1	,153
N de casos válidos	88		

P13SS * P23

P13ST * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P13ST	1,00	Recuento	33	13	20	66
		Recuento esperado	28,8	22,0	15,2	66,0
	2,00	Recuento	4	15	0	19
		Recuento esperado	8,3	6,3	4,4	19,0
	3,00	Recuento	1	1	0	2

	Recuento esperado	,9	,7	,5	2,0
Total	Recuento	38	29	20	87
	Recuento esperado	38,0	29,0	20,0	87,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,921 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	27,403	4	,000
Asociación lineal por lineal	,117	1	,733
N de casos válidos	87		

P13SZ * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P13SZ	1,00	Recuento	34	27	15	76
		Recuento esperado	33,2	25,3	17,5	76,0
	2,00	Recuento	2	1	0	3
		Recuento esperado	1,3	1,0	,7	3,0
	3,00	Recuento	1	0	0	1
		Recuento esperado	,4	,3	,2	1,0
	4,00	Recuento	0	1	0	1
		Recuento esperado	,4	,3	,2	1,0
	5,00	Recuento	1	0	5	6
		Recuento esperado	2,6	2,0	1,4	6,0
Total		Recuento	38	29	20	87
		Recuento esperado	38,0	29,0	20,0	87,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,327 ^a	8	,027
Razón de verosimilitud	16,991	8	,030
Asociación lineal por lineal	5,481	1	,019
N de casos válidos	87		

P13TT * P23

P13WY * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P13WY	1,00	Recuento	35	25	10	70
		Recuento esperado	30,6	23,3	16,1	70,0
	2,00	Recuento	2	2	0	4
		Recuento esperado	1,7	1,3	,9	4,0
	3,00	Recuento	1	1	0	2
		Recuento esperado	,9	,7	,5	2,0
	4,00	Recuento	0	1	10	11
		Recuento esperado	4,8	3,7	2,5	11,0
Total		Recuento	38	29	20	87
		Recuento esperado	38,0	29,0	20,0	87,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	33,818 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	31,540	6	,000
Asociación lineal por lineal	20,551	1	,000
N de casos válidos	87		

P16A * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P16A	1,00	Recuento	3	0	0	3
		Recuento esperado	1,3	1,0	,7	3,0
	2,00	Recuento	4	1	10	15
		Recuento esperado	6,5	5,2	3,3	15,0
	3,00	Recuento	6	8	0	14
		Recuento esperado	6,1	4,8	3,1	14,0
	4,00	Recuento	13	6	5	24
		Recuento esperado	10,4	8,3	5,3	24,0

5,00	Recuento	13	16	5	34
	Recuento esperado	14,7	11,7	7,6	34,0
Total	Recuento	39	31	20	90
	Recuento esperado	39,0	31,0	20,0	90,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	30,715 ^a	8	,000
Razón de verosimilitud	31,702	8	,000
Asociación lineal por lineal	1,003	1	,317
N de casos válidos	90		

P16B * P23

Tabla cruzada

		NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total	
P16B	1,00	Recuento	4	0	0	4
		Recuento esperado	1,8	1,4	,9	4,0
	2,00	Recuento	6	2	0	8
		Recuento esperado	3,5	2,7	1,8	8,0
	3,00	Recuento	7	5	5	17
		Recuento esperado	7,5	5,8	3,7	17,0
	4,00	Recuento	13	23	10	46
		Recuento esperado	20,2	15,7	10,1	46,0
	5,00	Recuento	10	1	5	16
		Recuento esperado	7,0	5,5	3,5	16,0
Total		Recuento	40	31	20	91
		Recuento esperado	40,0	31,0	20,0	91,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,890 ^a	8	,007
Razón de verosimilitud	25,396	8	,001
Asociación lineal por lineal	3,774	1	,052
N de casos válidos	91		

P16C * P23

Tabla cruzada

		NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total	
P16C	1,00	Recuento	4	0	0	4
		Recuento esperado	1,8	1,5	,7	4,0
	2,00	Recuento	6	2	5	13
		Recuento esperado	6,0	4,7	2,3	13,0
	3,00	Recuento	4	7	5	16
		Recuento esperado	7,3	5,8	2,8	16,0
	4,00	Recuento	13	21	5	39
		Recuento esperado	17,9	14,2	6,9	39,0
	5,00	Recuento	12	1	0	13
		Recuento esperado	6,0	4,7	2,3	13,0
Total		Recuento	39	31	15	85
		Recuento esperado	39,0	31,0	15,0	85,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	29,360 ^a	8	,000
Razón de verosimilitud	32,573	8	,000
Asociación lineal por lineal	2,047	1	,153
N de casos válidos	85		

P16D * P23

Tabla cruzada

		NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total	
P16D	1,00	Recuento	7	0	0	7
		Recuento esperado	3,0	2,4	1,6	7,0
	2,00	Recuento	4	3	0	7
		Recuento esperado	3,0	2,4	1,6	7,0
	3,00	Recuento	9	6	10	25
		Recuento esperado	10,8	8,6	5,6	25,0

4,00	Recuento	11	7	5	23
	Recuento esperado	10,0	7,9	5,1	23,0
5,00	Recuento	8	15	5	28
	Recuento esperado	12,1	9,6	6,2	28,0
Total	Recuento	39	31	20	90
	Recuento esperado	39,0	31,0	20,0	90,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,658 ^a	8	,008
Razón de verosimilitud	23,931	8	,002
Asociación lineal por lineal	4,062	1	,044
N de casos válidos	90		

P16E * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P16E	1,00	Recuento	3	0	0	3
		Recuento esperado	1,3	1,0	,7	3,0
	2,00	Recuento	4	1	5	10
		Recuento esperado	4,3	3,4	2,2	10,0
	3,00	Recuento	6	8	5	19
		Recuento esperado	8,2	6,5	4,2	19,0
	4,00	Recuento	11	19	5	35
		Recuento esperado	15,2	12,1	7,8	35,0
	5,00	Recuento	15	3	5	23
		Recuento esperado	10,0	7,9	5,1	23,0
Total		Recuento	39	31	20	90
		Recuento esperado	39,0	31,0	20,0	90,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,968 ^a	8	,005
Razón de verosimilitud	23,140	8	,003
Asociación lineal por lineal	,840	1	,359
N de casos válidos	90		

P17 * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P17	1,00	Recuento	2	2	5	9
		Recuento esperado	4,0	3,1	2,0	9,0
	2,00	Recuento	23	20	0	43
		Recuento esperado	18,9	14,6	9,5	43,0
	3,00	Recuento	15	9	15	39
		Recuento esperado	17,1	13,3	8,6	39,0
Total		Recuento	40	31	20	91
		Recuento esperado	40,0	31,0	20,0	91,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,721 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	32,093	4	,000
Asociación lineal por lineal	,548	1	,459
N de casos válidos	91		

P18A * P23

P18B * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P18B	1,00	Recuento	2	0	0	2
		Recuento esperado	,9	,7	,4	2,0
	2,00	Recuento	4	1	0	5
		Recuento esperado	2,2	1,7	1,1	5,0
	3,00	Recuento	7	10	10	27
		Recuento esperado	11,7	9,3	6,0	27,0
	4,00	Recuento	14	19	5	38

	Recuento esperado	16,5	13,1	8,4	38,0
5,00	Recuento	12	1	5	18
	Recuento esperado	7,8	6,2	4,0	18,0
Total	Recuento	39	31	20	90
	Recuento esperado	39,0	31,0	20,0	90,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,505 ^a	8	,006
Razón de verosimilitud	24,937	8	,002
Asociación lineal por lineal	,035	1	,852
N de casos válidos	90		

P18C * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P18C	1,00	Recuento	3	0	0	3
		Recuento esperado	1,3	1,0	,7	3,0
	2,00	Recuento	4	3	5	12
		Recuento esperado	5,2	4,1	2,7	12,0
	3,00	Recuento	7	18	5	30
		Recuento esperado	13,0	10,3	6,7	30,0
	4,00	Recuento	15	8	5	28
		Recuento esperado	12,1	9,6	6,2	28,0
	5,00	Recuento	10	2	5	17
		Recuento esperado	7,4	5,9	3,8	17,0
Total		Recuento	39	31	20	90
		Recuento esperado	39,0	31,0	20,0	90,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,500 ^a	8	,009
Razón de verosimilitud	21,522	8	,006
Asociación lineal por lineal	,536	1	,464
N de casos válidos	90		

P18D * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P18D	2,00	Recuento	3	1	0	4
		Recuento esperado	1,7	1,4	,9	4,0
	3,00	Recuento	4	7	0	11
		Recuento esperado	4,8	3,8	2,4	11,0
	4,00	Recuento	7	20	10	37
		Recuento esperado	16,0	12,7	8,2	37,0
	5,00	Recuento	25	3	10	38
		Recuento esperado	16,5	13,1	8,4	38,0
Total		Recuento	39	31	20	90
		Recuento esperado	39,0	31,0	20,0	90,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	29,297 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	35,599	6	,000
Asociación lineal por lineal	,026	1	,872
N de casos válidos	90		

P18E * P23

Tabla cruzada

			NUNCA	P23 ANTES	SIGUE	Total
P18E	1,00	Recuento	4	0	0	4
		Recuento esperado	1,7	1,4	,9	4,0
	2,00	Recuento	4	2	0	6
		Recuento esperado	2,6	2,1	1,3	6,0
	3,00	Recuento	7	24	5	36
		Recuento esperado	15,6	12,4	8,0	36,0
	4,00	Recuento	14	5	10	29

	Recuento esperado	12,6	10,0	6,4	29,0
5,00	Recuento	10	0	5	15
	Recuento esperado	6,5	5,2	3,3	15,0
Total	Recuento	39	31	20	90
	Recuento esperado	39,0	31,0	20,0	90,0

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	36,539 ^a	8	,000
Razón de verosimilitud	43,345	8	,000
Asociación lineal por lineal	1,029	1	,310
N de casos válidos	90		

Correlaciones

		P19	P21	P22	P23
P19	Correlación de Pearson	1	,251*	-,073	,662**
	Sig. (bilateral)		,020	,500	,000
	N	90	85	88	90
P21	Correlación de Pearson		1	,118	,481**
	Sig. (bilateral)			,281	,000
	N			85	86
P22	Correlación de Pearson			1	-,183
	Sig. (bilateral)				,085
	N				89
P23	Correlación de Pearson				1
	Sig. (bilateral)				
	N				

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**.. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).