



TRABAJO FIN DE GRADO

Deporte y COVID-19. Una respuesta de marketing al impacto de la crisis en la provincia de Almería

Sports and COVID-19. A marketing response to the impact of the crisis in Almeria

Autor: Adrián Heredia Céspedes

Tutores: D. Jose Luis Ruíz Real

Dña. Nieves García de Frutos

**GRADO EN MARKETING E
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
UNIVERSIDAD DE ALMERÍA
CURSO ACADÉMICO 2020 / 2021
ALMERÍA, MAYO DE 2021

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. METODOLOGÍA.....	4
3. ANÁLISIS DEL SECTOR.....	6
3.1. El entorno del sector	6
3.1.1. Análisis político-legal.....	6
3.1.2. Análisis económico.....	8
3.1.3. Análisis social y Hábitos de consumo	11
3.1.4. Análisis tecnológico y medioambiental.....	15
3.2. Análisis de la competencia	18
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	22
4.1. Análisis de las entrevistas en profundidad.....	22
4.2. Análisis estadístico del cuestionario digital.....	24
4.3. Limitaciones del estudio.....	35
5. CONCLUSIONES	37
5.1. La captación.....	37
5.2. Concienciación social	40

1. INTRODUCCIÓN

El sector de la actividad física en nuestro país ha gozado de una creciente popularidad en la última década gracias, en gran parte, a los éxitos cosechados por los deportistas profesionales en sus campos, así como a las diversas campañas de concienciación llevadas a cabo para toda la población acerca de la importancia de estas actividades en la práctica de una vida saludable. Cabría esperar, por lo tanto, que este sector cobrase una relevancia aún mayor tras la globalización de la crisis sanitaria provocada por el virus SARS-CoV-2, o “coronavirus”, como se le conoce popularmente, que ha golpeado las sociedades y economías de todo el mundo. Sin embargo, el sector se ha visto afectado de muchas maneras distintas.

La crisis sanitaria ha evidenciado una serie de problemas subyacentes en el sector, que no eran (y no son) tratados con la importancia que requieren y que han ido creciendo al ritmo al que se propagaban los casos de infectados. No hay que dudar de que no es ni el único sector afectado ni el que se encuentra en una peor situación, siendo que otros como la hostelería o el turismo han sufrido pérdidas económicas mucho mayores, pero sigue siendo un hecho difícil de explicar que, precisamente aquellos negocios y empresas que podrían ayudar a contener o al menos mitigar los efectos de este tipo de crisis, no hayan salido reforzados por la situación.

Para poner esta afirmación en contexto, la revista Fissac Magazine se ha encargado, durante el último año, de recoger y divulgar estudios relacionados con la fisiología, la salud y el deporte en relación con el coronavirus y la gran mayoría llegan a la misma conclusión: el mayor peligro ante una crisis sanitaria con riesgo de fallo cardiorrespiratorio es el sedentarismo. Este hábito es el que afecta negativamente en mayor medida a los posibles síntomas que pueda desarrollar un paciente contagiado con el virus, llegando a multiplicar por 8¹ la tasa de mortalidad frente a aquellos que lleven un estilo de vida activo; y siendo más peligroso que el hecho de fumar habitualmente o de tener enfermedades preexistentes.

La investigación realizada, con entrevistas a profesionales de distintos ámbitos de la actividad física, encuestas y búsqueda de información secundaria ha puesto en manifiesto

¹ Según los datos recabados por el Hospital Clínico San Carlos, en Madrid.

la necesidad de tomar una serie de medidas que coloquen al mundo de la actividad física en el escalón que le corresponde como herramienta de defensa frente a posibles situaciones similares en el futuro, siendo estas partes de escenarios que la propia ONU y sus organismos asociados como el IPBES² no descartan en un futuro cercano. Mientras tanto, la situación del sector en España es la contraria, siendo que el CCAES informó en octubre que solo el 0'28% de los brotes registrados eran asociados a actividades deportivas, cuando las medidas implementadas en relación con las mismas podrían destruir casi el 50% de la estructura empresarial³ del sector.

El propósito del trabajo es analizar la trayectoria recorrida por el sector en la provincia de Almería durante este último año, la evolución de sus datos económicos y la opinión pública respecto de este, localizar los mayores problemas presentes en la actualidad y realizar una propuesta a nivel de marketing y comunicación para acelerar su proceso de recuperación.

² Plataforma Intergubernamental de Ciencia y Política sobre Biodiversidad y Servicios de los Ecosistemas.

³ Según informa la FNEID

2. METODOLOGÍA

La búsqueda de información secundaria se centró en dos puntos concretos, dibujar un retrato de la realidad actual a la que se enfrenta el sector deportivo desde los puntos social, económico, político, legal, medioambiental y tecnológico; y analizar la presencia y la evolución de los distintos productos y servicios sustitutivos de la actividad física. Para ello, se indagó entre las bases de datos de los principales organismos públicos y privados relacionados con el sector de actividad analizado y las plataformas de análisis y recolección de datos oficiales a nivel comunitario y estatal.

A partir de la información recopilada, se programaron entrevistas con profesionales de la actividad física a nivel provincial y estatal, organizadas en bloques temáticos y realizadas de forma semiestructurada. El criterio para seleccionar a los entrevistados se basó en dotar de la suficiente representatividad a los distintos subcampos de la actividad física. Entre los entrevistados hay 4 trabajadores del sector público y 5 del sector privado.

Las opiniones transmitidas por los profesionales se plasmaron en un cuestionario digital, que se remitió a los usuarios de distintas redes sociales y plataformas de mensajería móvil de la provincia de Almería, trabajando con un muestreo no probabilístico por conveniencia. En este caso, se optó por no limitar las respuestas a los individuos que realicen actividad física de forma frecuente, sino que se trató de alcanzar una población variada en edad y hábitos de consumo. Los requisitos para participar eran ser mayor de 16 años y haber residido en la provincia de Almería al menos durante el primer Estado de Alarma. El cuestionario fue validado la semana del 22 de febrero por una muestra de 10 voluntarios, 4 hombres y 6 mujeres, de entre 18 y 44 años, entre los que participaron deportistas aficionados, profesionales, no deportistas y padres de deportistas de la provincia de Almería.

La muestra la forman 321 encuestas válidas, realizadas por personas de entre 16 y 74 años. Para esta variable, la media ha sido de 36 años y la moda, 22. El 53'9% de los encuestados son mujeres frente al 46'1% de hombres. Finalmente, en cuanto a la distribución geográfica, el 59'2% de los encuestados reside en el municipio de Almería capital, repartiéndose el 40'8% restante entre el resto de municipios almerienses.

El cuestionario se organizó en 3 bloques, siendo uno de ellos de respuesta exclusiva para el conjunto de los encuestados que afirmasen ser practicantes de actividades físicas en el primer bloque. Contení 28 preguntas, 9 de ellas medidas en escala Likert. Entre el resto de preguntas, están las ya nombradas cuestiones demográficas; 6 preguntas de respuesta múltiple, 2 preguntas dicotómicas y 8 de elección única. Fue creado directamente de forma digitalizada y transcrito en la plataforma *Google Forms* para ser enviada a través de correos electrónicos, cadenas de mensajes y anuncios en redes sociales a los participantes. El cuestionario promedia un intervalo de entre 15 y 20 minutos en ser realizado, según se registró durante la validación. Se envió entre el 26 de febrero y el 7 de marzo de 2021.

Para el análisis se utilizó el software IBM SPSS Statistics versión 26. En el análisis y la discusión de resultados se incluyen únicamente aquellos análisis que fueron significativamente relevantes para un nivel de confianza del 90%. El resto de análisis, así como sus pruebas de significación están disponibles bajo petición.

Por último, a partir de los análisis correspondientes y del resto de información acumulados, se procedió a realizar una serie de conclusiones y, a partir de ellas, establecer un grupo de propuestas para los colectivos público y privado, que sirvan de apoyo al sector y que ayuden a recuperarse al sector desde el ámbito económico y social.

3. ANÁLISIS DEL SECTOR

Este análisis se realizará, en medida de lo posible, con los datos relativos a la provincia de Almería, aunque se incluirán también las estadísticas de mayor relevancia referidas a Andalucía o al Estado español en general. Trataremos el entorno del sector desde el punto de vista del ocio y de la salud, siendo estos los dos principales campos a los que se pueden asociar las empresas relacionadas con la actividad física, tanto por sus competidores o clientes potenciales, como por el resto de actores del sector.

3.1.El entorno del sector

3.1.1. Análisis político-legal

La realidad política del período estudiado, desde marzo de 2020 a marzo de 2021, no tiene precedente alguno en la historia de la democracia española, puesto que se ha tratado de un año convulso marcado principalmente por el decreto de un primer Estado de Alarma nacional que duró desde el 14 de marzo de 2020 hasta el 21 de junio del mismo año, iniciándose el segundo el 25 de octubre, hasta el 9 de mayo de 2021. Ambos decretos iban acompañados de una serie de medidas que limitaron enormemente la posibilidad de realizar un amplio abanico de actividades físicas, dado que se restringió la circulación de personas por los espacios nocturnos en horario nocturno – variable entre comunidades autónomas -, así como la libre circulación de personas entre territorios o el aforo en espacios cerrados.

También hay que mencionar la fecha del 18 de mayo de 2020, cuando se inició el llamado *Plan para la Transición hacia una Nueva Normalidad*, anunciado en nota de prensa por el Consejo de Ministros el 28 de abril. Este comunicado establecía una desescalada de las limitaciones en 4 fases, sobre las cuales se avanzaría en función de los casos registrados, durando cada una de estas un mínimo de 2 semanas. Se puede observar la planificación temporal inicial en la Figura 2.1.

A partir de este momento, las restricciones sanitarias pasaron a ser competencia autonómica, siendo que las autoridades andaluzas establecieron un sistema de flexibilización o endurecimiento de estas en base al número de infectados registrados en el municipio en el plazo de 14 días inmediatamente anterior al día analizado.

Figura 2.1. Cronograma inicial del Plan de Desescalada del Consejo de Ministros



Fuente: Gobierno de España. Recuperado de la cuenta oficial en la red social de Twitter del Gobierno de España.

Las principales medidas que se adoptaron, con relación a los centros de actividad física y otras entidades relacionadas con el deporte fueron las siguientes⁴:

- Artículo 7. Limitación de la libertad de circulación de las personas. Este artículo contemplaba algunos supuestos bajo los cuáles sí se podía circular, llamadas “*causa mayor o situación de necesidad*” entre las cuales no se encontraba el desplazamiento a instalaciones deportivas o la realización de actividad física al aire libre, siendo la única excepción a esta regla, en primera instancia, los deportistas profesionales y los deportistas federados, tras la flexibilización de las restricciones sanitarias del 16 de mayo⁵. Al entrar en el Plan de Transición, estas afectaban a los municipios de forma distinta cada semana.
- Artículo 9. Medidas de contención en el ámbito educativo y de la formación. Al suspenderse la actividad educativa presencial en todas las etapas formativas, las asignaturas con mayores complicaciones para la adaptación a modalidades “on line” fueron, por su propia naturaleza, las relacionadas con las actividades físicas.

⁴ Medidas extraídas del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el Estado de Alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

⁵ Capítulo IX, Condiciones en las que debe desarrollarse la actividad deportiva. Artículos 39-43

- Artículo 10. Medidas de contención en el ámbito de la actividad comercial, equipamientos culturales, establecimientos y actividades recreativas, actividades de hostelería y restauración, y otras adicionales. En su primer y tercer apartados establece la prohibición de realizar eventos deportivos o de acudir a centros de entrenamiento de cualquier tipo, no considerando esta clase de actividad empresarial como de primera necesidad.
- El resto de artículos relacionados con el régimen sancionador o la suspensión de plazos administrativos, que afectaron en la misma medida a estos negocios que al resto de sectores.

Los gimnasios, piscinas y otros centros de actividad física y deportiva comenzaron realmente a desarrollar de nuevo su actividad durante las dos primeras semanas de junio, durante las cuales cerca del 90% de estos centros reanudaron su actividad, según el gerente de la Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas – en adelante, FNEID -, Alberto García, aunque sí que mantuvieron limitaciones de aforo, uso, higiene y horario.

El Real Decreto 926/2020, que declaró el segundo Estado de Alarma, contenía artículos muy similares, añadiendo algunos como el Artículo 10, que fijaba la capacidad de las delegaciones territoriales para flexibilizar o suspender las restricciones, o endurecerlas según el caso, por lo que los centros de actividades deportivas, los clubes y asociaciones vieron su situación variar en función de la Fase de Alerta en la que se encontrase su municipio, según lo establecido por la Junta de Andalucía el 28 de octubre de 2020.

El plan de la Comunidad, establecido por niveles de riesgo, distinguía a los municipios en 2 bloques de indicadores epidemiológicos y asistenciales; y 4 niveles de gravedad, siendo el de riesgo más bajo el nivel 1, o la nueva normalidad, sobre el que no se aplicaban restricciones adicionales a las del BOE vigente. El resto de niveles exigía al sector desde limitaciones de aforo (siendo la más liviana del 65% del aforo), hasta el cierre absoluto de la actividad, pasando por la limitación de horarios para las instalaciones o para el deporte base.

3.1.2. Análisis económico

El impacto económico, tanto a nivel monetario como a nivel de afiliados a la seguridad social, de la crisis sanitaria ha sido y sigue siendo de naturaleza más que considerable.

Obviamente, los sectores que se han visto más afectados han sido aquellos clasificados como no esenciales, entre los que se encuentra la actividad física. Si observamos la figura 2.2, podremos ver cómo, durante el primer estado de alarma, se paralizó cerca de la mitad (50'8%) del valor añadido bruto – en adelante VAB – de la sección que engloba las actividades deportivas en la clasificación del CNAE⁶ 2009 (la R, concretamente con el número 93), en Almería, situándose ligeramente por encima de la media andaluza, del 47'3%.

Tabla 2.1. Peso del valor añadido bruto de las actividades no permitidas bajo el Estado de Alarma por provincias, en porcentajes.

Secciones CNAE	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
A	0'2	0'0	0'4	0'3	0'1	0'1	0'3	0'3	0'3
B, C, D, E	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0
C	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0
F	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0
G, H, I	40'0	29'0	43'4	34'3	41'1	34'3	36'9	50'1	35'4
J	1'6	2'4	2'9	1'2	1'8	3'5	1'0	1'5	1'3
K	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0	0'0
L	13'9	14'5	9'6	8'3	11'9	8'3	2'8	23'7	12'4
M, N	2'9	2'2	2'8	1'7	3'7	1'6	1'5	5'0	2'1
O, P, Q	0'8	1'5	0'5	0'5	0'9	0'2	1'1	0'5	1'2
R, S, T, U	47'3	50'8	51'6	38'7	51'4	46'7	44'1	47'7	45'6
TOTAL	14'0	12'0	14'1	10'0	14'2	10'2	9'4	22'1	11'6

Fuente: Recuperado del Informe sobre la explotación estadística de la información de la Contabilidad Regional y Provincial Anual de Andalucía con relación a los distintos escenas de actividad durante el estado de alarma por el COVID-19

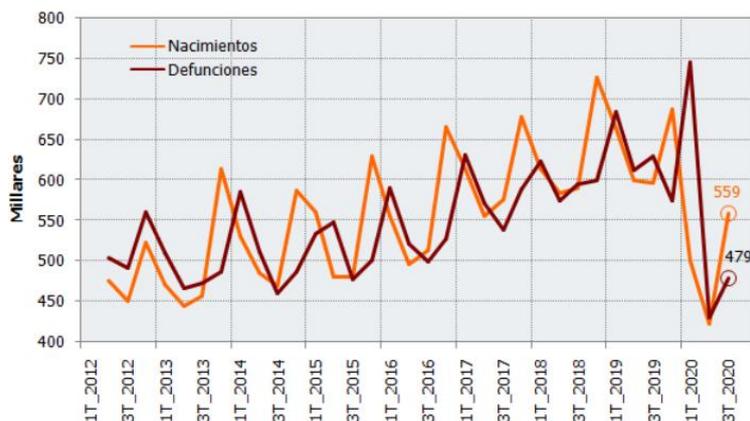
A la parte porcentual correspondiente a las actividades deportivas hay que sumarle un porcentaje adicional del 1'5% de la sección P, educación, correspondiente a las formaciones en actividad física. Estos porcentajes fueron aún mayores durante la primera fase del estado de alarma, cuando la distinción entre actividades esenciales y no esenciales paralizaron hasta el 70'7% de la sección en la provincia, según el mismo informe elaborado por el Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía⁷.

⁶ Clasificación Nacional de Actividades Económicas

⁷ Informe elaborado el 29 de mayo de 2020.

En cuanto a la creación de empleo, nos remitimos a los últimos datos procesados por el Instituto, del tercer trimestre de 2020, en su informe sobre demografía de las relaciones laborales en la crisis del COVID-19.

Gráfico 2.1. Creación y extinción de relaciones laborales, saldos trimestrales. Datos absolutos.



Fuente: Recuperado del Informe sobre demografía de las relaciones laborales en la crisis del COVID-19 del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía, tercer trimestre del 2020.

En el gráfico 2.1 se hace notar con intensidad la reacción del mercado laboral frente al coronavirus. Si bien es cierto que la caída de nacimientos y el auge de las defunciones ha coincidido desde 2013 en el primer trimestre de cada ejercicio, justo tras la campaña navideña, el número de relaciones extinguidas no había superado al de creadas en el trimestre anterior desde 2012, uno de los picos más altos de la anterior crisis económica.

Por otro lado, el pico correspondiente al segundo trimestre no tiene precedentes en los últimos años, aunque esto pueda deberse principalmente a la falta de turistas y a los menores ingresos recaudados por el sector hostelero y a que la implantación de los Expedientes de Regulación Temporales de Empleo (ERTE) evitaron que muchas relaciones laborales se extinguieran por completo, manteniéndose en su lugar reducidas o suspendidas sin extinción propiamente dicha. Pese a que esta medida es socialmente positiva, también tiene su repercusión económica, puesto que desde abril de 2020 a enero de 2021 se contabilizaron 564.741 personas protegidas por ella solo en Andalucía⁸, que recibieron en total 1.775 millones de euros del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE).

⁸ Datos recuperados del [Diario de Sevilla](#), el 17 de febrero de 2021.

La recuperación del tercer trimestre parece influenciada por la suspensión del primer estado de alarma, por lo que cabe esperar una tendencia opuesta al establecerse el segundo por un período de 6 meses.

Por último, el Instituto Nacional de Estadística nos proporciona una herramienta experimental que ha desarrollado para desglosar, entre otras cosas, el número de empresas registradas y de autónomos por sección del CNAE supervivientes en cada trimestre y provincia, por lo que nos encontramos con los siguientes datos para la provincia de Almería:

Tabla 2.2. Datos de empresas y autónomos supervivientes en 2021 en Almería.

Almería	División CNAE	Cohorte 1 enero 2020			Supervivencias primer trimestre (1 Abril 2020)		Supervivencias segundo trimestre (1 Julio 2020)		Supervivencias tercer trimestre (1 Octubre 2020)		Supervivencias cuarto trimestre (1 Enero 2021)	
		Número	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%		
	Total	16.540	14.170	85,67	13.621	82,35	13.028	78,77	12.578	76,05		
Empresas registradas	93 - Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	268	223	83,21	206	76,87	191	71,27	185	69,03		
	Total	39.813	37.337	93,78	36.548	91,80	35.507	89,18	34.508	86,68		
Total autónomos	Hombre	24.871	23.407	94,11	22.951	92,28	22.376	89,97	21.798	87,64		
	Mujer	14.942	13.930	93,23	13.597	91,00	13.131	87,88	12.710	85,06		
93 - Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	Total	355	328	92,39	322	90,70	301	84,79	289	81,41		
	Hombre	219	203	92,69	198	90,41	186	84,93	180	82,19		
	Mujer	136	125	91,91	124	91,18	115	84,56	109	80,15		

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por el INE.

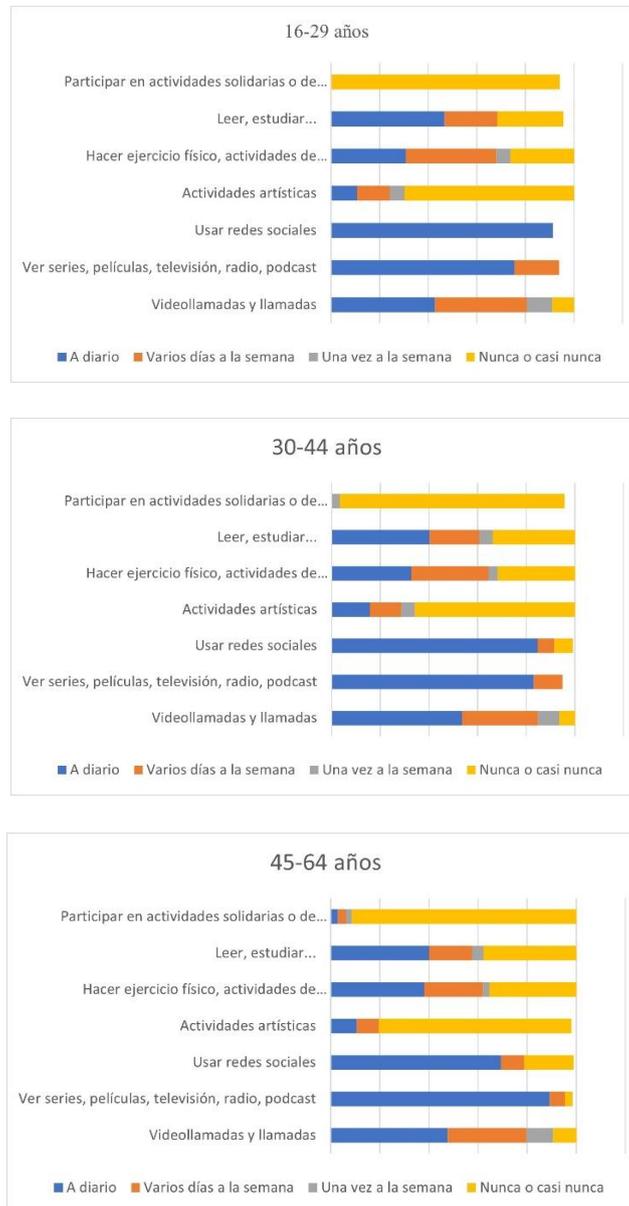
En la tabla, que recoge las cifras de empresas y autónomos que existían en enero de 2020 y su evolución durante el año natural, podemos ver cómo los índices de supervivencia para el 1 de enero de 2021 en el sector de las actividades deportivas son más bajos que la media de las actividades en Almería, siendo que el 30'97% de las primeras y el 18'59% de los segundos han desaparecido, cuando los porcentajes para la provincia son del 23'95% y el 13'32%, respectivamente, por lo que claramente se trata de un sector altamente perjudicado.

3.1.3. Análisis social y Hábitos de consumo

El Instituto de Estadística se ha encargado de recoger una serie de indicadores de la calidad de la vida social de los andaluces durante el estado de alarma. En primer lugar, se realizaron varias encuestas sobre los hábitos y condiciones de vida de la población en el año 2020 según el sexo, el grupo de edad o el nivel de estudios. Por otro lado, se realizaron encuestas provinciales sobre el estado de salud física y mental, la dificultad para afrontar el confinamiento o el grado de optimismo.

Resulta especialmente interesante observar los datos según la edad del encuestado para comparar las costumbres de los 4 grupos observados.

Gráfico 2.2. Distribución del tiempo dedicado a cada tipo de actividad durante el estado de alarma por grupos de edad.





Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de la Encuesta social 2020 sobre hábitos y condiciones de vida de la población andaluza durante el estado de alarma. Encuesta anual.

De estos gráficos se pueden extraer varias reflexiones. Cuando hablamos del grupo de edad más joven, vemos que la frecuencia en la que realizaban actividad física frecuentemente (varios días a la semana o a diario), está situada al mismo nivel que el del resto de grupos de edad, con la salvedad de que, entre todos, son el grupo que menor porcentaje ha afirmado realizarlo a diario, con el 30'7%, con una media intergrupar del 37'8% y un máximo en el grupo de mayores de 65 años, con el 50'5%. Sin embargo, también es el grupo que en menos ocasiones ha contestado que nunca o casi nunca realiza ejercicio, con el 26'3%, cuando la media entre los grupos es del 32%. En general, la actividad más popular ha sido la televisión y la radio, con un 95'5% de media intergrupar, sin duda un pasatiempo al alcance de la amplia mayoría de la población, que no se ve afectado por las restricciones sanitarias.

Estos porcentajes han de ser tomados en su contexto, puesto que el grupo de 16-29 años acapara también mayores frecuencias en otras categorías como el uso de redes sociales (91'1%) o la cantidad de estudio (68'4%), mientras que los grupos de edad superiores dominan en las categorías de ver series, televisión o radio, realizar actividades artísticas o de voluntariado. Los hábitos de vida “digitales” llegan a triplicar en frecuencia al ejercicio físico, lo que puede ser tanto un síntoma de una diferencia en las prioridades de los individuos más jóvenes entre ambos como la consecuencia de no poder realizar deportes individuales, grupales o en general actividad física en el exterior en las mismas condiciones durante varios períodos del año 2020.

En relación con esto último, hay una nueva estadística sobre los hábitos de vida saludables antes y después del confinamiento, según los grupos de edad, que resulta más concreta y esclarecedora, puesto que se refiere únicamente al período comprendido entre marzo y

mayo como punto de referencia al que apelar. En la tabla 2.3 vemos recogidos los hábitos: ejercicio, consumo de bebidas alcohólicas, fumar, dormir y alimentarse. Para todos los grupos, sin excepción, el hábito del ejercicio ha salido perjudicado, con una media intergrupala del 53% y siendo el que presenta porcentajes más altos en la columna de “peor que antes del confinamiento”, excepto para el conjunto 16-29 años, que presenta estadísticas ligeramente superiores en el consumo de alcohol y en los hábitos de sueño.

Tabla 2.3. Comparación en la realización de hábitos saludables antes y después del confinamiento

Edad	Medida	Graduación de hábitos				
		TOTAL	Más/Mejor que antes del confinamiento	Igual que antes del confinamiento	Menos/Peor que antes del confinamiento	NP
TOTAL	Realizar ejercicio	100,0%	18,4%	26,1%	53,0%	2,5%
	Consumir bebidas alcohólicas	100,0%	5,8%	25,1%	24,8%	44,3%
	Fumar	100,0%	9,6%	12,5%	6,2%	71,7%
	Dormir	100,0%	10,6%	49,2%	40,0%	-
	Alimentarse	100,0%	23,9%	58,9%	17,2%	-
De 16 a 29 años	Realizar ejercicio	100,0%	30,4%	23,8%	43,6%	-
	Consumir bebidas alcohólicas	100,0%	-	16,9%	44,6%	34,6%
	Fumar	100,0%	14,4%	13,4%	9,6%	62,6%
	Dormir	100,0%	15,9%	37,0%	46,9%	-
	Alimentarse	100,0%	31,5%	49,3%	19,3%	-
De 30 a 44 años	Realizar ejercicio	100,0%	19,5%	25,7%	53,9%	-
	Consumir bebidas alcohólicas	100,0%	11,4%	26,7%	23,6%	38,3%
	Fumar	100,0%	13,8%	14,2%	7,0%	64,9%
	Dormir	100,0%	12,9%	43,5%	43,7%	-
	Alimentarse	100,0%	27,3%	47,8%	24,9%	-
De 45 a 64 años	Realizar ejercicio	100,0%	17,2%	24,7%	56,4%	-
	Consumir bebidas alcohólicas	100,0%	5,4%	32,2%	21,5%	40,9%
	Fumar	100,0%	8,7%	15,5%	6,1%	69,8%
	Dormir	100,0%	7,4%	52,4%	39,9%	-
	Alimentarse	100,0%	23,3%	60,8%	15,9%	-
De 65 y más años	Realizar ejercicio	100,0%	8,0%	31,1%	54,8%	6,1%
	Consumir bebidas alcohólicas	100,0%	-	18,4%	13,8%	66,9%
	Fumar	100,0%	-	-	-	92,3%
	Dormir	100,0%	8,4%	62,4%	28,9%	-
	Alimentarse	100,0%	13,7%	78,9%	7,3%	-

Fuente: Recuperada partir de los datos de las encuestas sociales sobre hábitos y condiciones de vida del Instituto de Estadística y Cartografía, período 2020.

También resulta interesante observar como la percepción del estado de salud ha ido cambiando entre los usuarios debido al confinamiento, siendo que el 17'5% de personas que decían gozar de salud excelente cree que ha empeorado, mientras que el 22'2% de personas que creían tener mala salud ahora dicen haber mejorado.

Tabla 2.4. Comparación de la percepción del estado de salud antes y durante el confinamiento

Edad	Estado de salud actual	Estado de salud anterior al confinamiento			
		Total	Excelente - Muy buena	Buena	Regular - Mala
TOTAL	TOTAL	100'0	100'0	100'0	100'0
	Excelente - Muy buena	36'7	82'5	7'4	-
	Buena	46'6	14'6	83'3	22'2
	Regular - Mala	16'7	2'9	9'3	73'3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de las encuestas sociales sobre hábitos y condiciones de vida del Instituto de Estadística y Cartografía, período 2020.

Estos cambios porcentuales tan similares pueden deberse a la adopción de distintos hábitos durante el período de confinamiento, y la situación se repite, aunque con porcentajes algo más elevados, a la hora de hablar de la salud mental, en la tabla 2.5.

Tabla 2.5. Comparación de la percepción del estado de salud mental antes y durante el confinamiento

Estado de salud mental anterior al confinamiento					
Edad	Estado de salud mental actual	TOTAL	Excelente - Muy buena	Buena	Regular - Mala
TOTAL	TOTAL	100'0	100'0	100'0	100'0
	Excelente - Muy buena	33,6	69,7	4,5	-
	Buena	47,9	23,0	77,7	24,7
	Regular - Mala	18,01	7,1	17,6	68,7

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de las encuestas sociales sobre hábitos y condiciones de vida del Instituto de Estadística y Cartografía, período 2020.

En este caso, es el 30'1% de encuestados el que considera que su salud mental ha empeorado, cuando antes era excelente o muy buena, mientras que el 24'7% ve su situación mejorar con respecto a la situación anterior. Aquí, de nuevo, entran factores sociales y personales fuera del control de cualquier institución, pero no deja de ser preocupante que 3 de cada 10 personas se hayan visto afectadas personalmente en su estado de salud mental, en especial en un momento de crisis económica y social de tal magnitud.

Los hábitos de consumo relacionados con el deporte también pueden desempeñar un factor diferencial en el sector turístico. 4 de cada 10 españoles afirman que la presencia de instalaciones deportivas es una característica importante o imprescindible que valoran a la hora de elegir sus alojamientos turísticos⁹, además de que en 2019 1.5 millones de turistas llegaron a España por motivos directamente relacionados con el deporte, según datos del INE.

3.1.4. Análisis tecnológico y medioambiental

Estos análisis tienen menor importancia para la realidad actual, sin embargo, sí que hay algunos elementos que han condicionado y condicionarán los costes tecnológicos de la mayoría de empresas: los costes derivados de la transformación digital y el reparto de mercancías; y los costes derivados de la implementación de medidas de seguridad necesarias para afrontar la crisis sanitaria. Estos segundos varían entre empresas según su localización, el tipo de negocio y el local, y van desde la inversión en equipos de

⁹ Según los datos recopilados por la Agencia de noticias internacional EFE

protección básicos (mascarillas, gel hidroalcohólico y guantes) a la implementación de barreras de protección, equipos electrónicos o sistemas de ventilación.

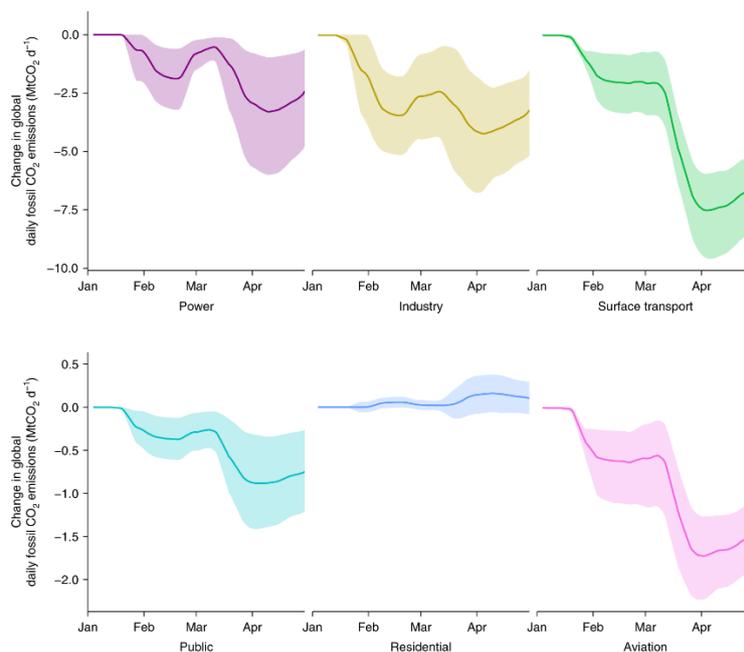
En cuanto al ámbito tecnológico, la transformación digital ha acelerado a marchas forzadas debido a las medidas adoptadas por los distintos gobiernos, dado que muchos comercios y empresas de servicios fueron declaradas como no esenciales y tuvieron que adaptarse al formato del teletrabajo o habilitar la posibilidad de realizar compras *online*. El proyecto europeo H2020 ENVISION¹⁰, del que forman parte 3 profesionales de la Universidad de Murcia, ha analizado cerca de 3000 empresas de diversos tamaños y sectores para comprobar la implementación de los servicios digitales en sus modelos de negocio y han detectado una intención de mantener estos servicios a largo plazo, siendo vistos como el camino a seguir para crecer como empresas. Entre las conclusiones que transmite Carolina López, docente de Organización de empresas y una de las investigadoras, destaca la afirmación de que las transformaciones digitales son las que permitirán que los distintos sectores afronten exitosamente la crisis económica actual y las sucesivas.

Según IDC Research España, filial de la mayor empresa proveedora de inteligencia de mercado a nivel mundial, se prevé que el gasto en tecnologías de la información se recupere en 2021 y que alcance los 44.900 millones de euros. La previsión para 2020 era ligeramente superior, de 45.300 millones, pero la crisis sanitaria ha ralentizado el crecimiento. Sin embargo, la empresa realiza algunas matizaciones sobre estas predicciones, ya que cree que el gasto de las empresas se enfocara, precisamente, en implementar o mejorar los servicios digitales; avanzando en la hiperconectividad de los datos, la hiperautomatización o la mejora de la experiencia de usuario. Se espera que el gasto en infraestructuras tecnológicas aumente en un 32%, en software en un 2'9% y en servicios digitales en un 1'8%.

Por otro lado, la situación medioambiental ha mejorado en algunos aspectos, a la vez que surgen nuevos retos comunes a todas las sociedades. De acuerdo con los investigadores de la revista científica Nature Climate Change, las emisiones de CO² decrecieron una media de 17% en abril de 2020, si lo comparamos con la cifra media del año 2019.

¹⁰ Proyecto financiado por el programa de innovación e investigación European Union's Horizon 2020, para monitorizar y conseguir los distintos objetivos en innovación de modelos de negocios sostenibles para PYMES.

Gráfico 2.3. Reducción en las emisiones de CO², por sectores



Fuente: Recuperado del artículo en *Nature Climate Change* de Le Quéré y otros, 2020

Las gráficas sectoriales del gráfico 2.3 muestran cómo los distintos confinamientos y restricciones sanitarias han contribuido al descenso de las emisiones, siendo la industria y el transporte por carretera los principales artífices de la reducción. Aunque estos datos son aproximados, se han podido estimar gracias a los informes económicos de varios países, que han mostrado un receso en la demanda de energía, carburantes y consumo en general. A falta de la confirmación de datos oficiales, los autores proyectaban un 5'7% menos de emisiones para ese año, gracias también a medidas como la peatonalización de calles, la extensión del teletrabajo, o la necesidad de conseguir una mayor eficiencia en el sector de los transportes y la logística de mercancías.

Aunque estos cambios podrían ser pasajeros y no estructurales debido a la crisis sanitaria, el IPBES ha advertido en su informe de octubre de 2020 que el coronavirus habría costado aproximadamente entre 8 y 16 billones de dólares a la economía mundial, mientras que implementar estrategias globales que permitan producir sin dañar como hasta ahora la fauna y el resto de elementos naturales podría costar unos 50.000 millones al año; una cifra significativamente menor, teniendo en cuenta que no descartan la aparición de nuevos virus de origen animal en el futuro por la pérdida de biodiversidad.

3.2. Análisis de la competencia

Para analizar la competencia del sector de la actividad física vamos a catalogarlo como fuente de entretenimiento, por lo que deberemos considerar al resto de actividades que se pueden realizar en el tiempo libre, que no pertenecen al ámbito educativo ni laboral. El ocio se puede agrupar en varios campos, pero dada la situación actual, vamos a agruparlos en dos categorías:

- Ocio disponible en casa
- Ocio en exteriores

Aunque matizaremos también, en algunas de sus subcategorías, cuáles tienen como protagonistas los pasatiempos relacionados con el deporte.

Claramente, los máximos beneficiarios de las restricciones de ocio han sido las actividades de la primera categoría, hablamos de ya masificadas actividades digitales, la televisión y los videojuegos. Estos últimos son, de hecho, la industria audiovisual que más ha facturado a nivel mundial el pasado 2020, según *Games Industry*, el sitio web líder mundial del mercado de los videojuegos, un total de 174'9 mil millones de dólares, siendo el 91% de los ingresos, digitales, lo que evidencia más si cabe el impacto positivo que ha tenido la pandemia en sus cifras.

Lo que hace de las actividades digitales un duro competidor es su capacidad de transformarse en cualquier otra actividad de ocio, para así englobar a todas las demás. El INE realizó una encuesta sobre el uso de las tecnologías de la información en los últimos 3 meses, para personas de 16 a 74 años, y de sus respuestas se extrae la misma conclusión. Para ponerlo en contexto, en la tabla 2.6 podemos observar, sin entrar en distinciones por sexo, que hay un mayor número de personas que utilicen estos medios como fuente de información (81'5%) o para reproducir música (73'2%) antes que para participar en redes sociales (69'4%), actividad que se podría considerar básica en el día a día de muchas personas.

Aunque no aparece la categoría de realizar deporte a través de plataformas digitales, el diario *El Periódico* (González, 2020) ha recogido declaraciones de diversos profesionales del sector, que aseguran que los e-commerce en el mercado de los artículos deportivos se ha disparado y que el tráfico a plataformas de entrenamiento digital no ha disminuido a

niveles pre-pandemia, pese al pequeño bajón post confinamiento, por lo que esperan que esta modificación de los hábitos se vuelva estructural y creciente de ahora en adelante.

Tabla 2.6. Porcentaje de la población que realiza cada tipo de actividad gracias a tecnologías de la información, por sexos.

Actividad	Mujeres	Hombres
Recibir o enviar correo electrónico	80,2	83,7
Telefonar o realizar videollamadas a través de Internet	84,9	81,9
Participar en redes sociales (con un perfil de usuario)	71,2	67,5
Usar mensajería instantánea	96,9	95,1
Buscar información sobre bienes o servicios	83,4	84,6
Leer noticias, periódicos o revistas de actualidad on-line	79,7	83,3
Escuchar música (emitida por Internet o en streaming) o descargar música	71,5	74,9
Ver programas emitidos por Internet (en directo o en diferido) de canales de televisión	48,2	52,1
Ver películas o videos bajo demanda de empresas comerciales	57,3	60,9
Ver contenidos de video de sitios para compartir	74,5	77,3
Jugar o descargar juegos	36,2	43,2
Buscar información sobre temas de salud	78,3	65,5
Concertar una cita con un médico a través de una página web o de una app de móvil	46,8	39,6
Acceder a archivos personales de salud	19,1	18,6
Acceder a otros servicios de salud on line en lugar de ir al hospital	23,7	20,2
Realizar algún curso on line (o parcialmente on line)	28,7	27,9
Utilizar material de aprendizaje on line que no sea un curso completo on line	37,8	37,5
Comunicarse con monitores o alumnos utilizando portales o sitios web educativos	35,0	28,7
Vender bienes o servicios	12,8	17,2
Utilizar Banca electrónica	64,5	68,8
Colgar contenidos propios (texto, fotos, etc.) en una página web para ser compartidos	40,8	40,6
Utilizar un espacio de almacenamiento en Internet	42,9	49,3
Realizar apuestas on line por dispositivos móviles o fijos en salones de juego o similar	2,3	4,9

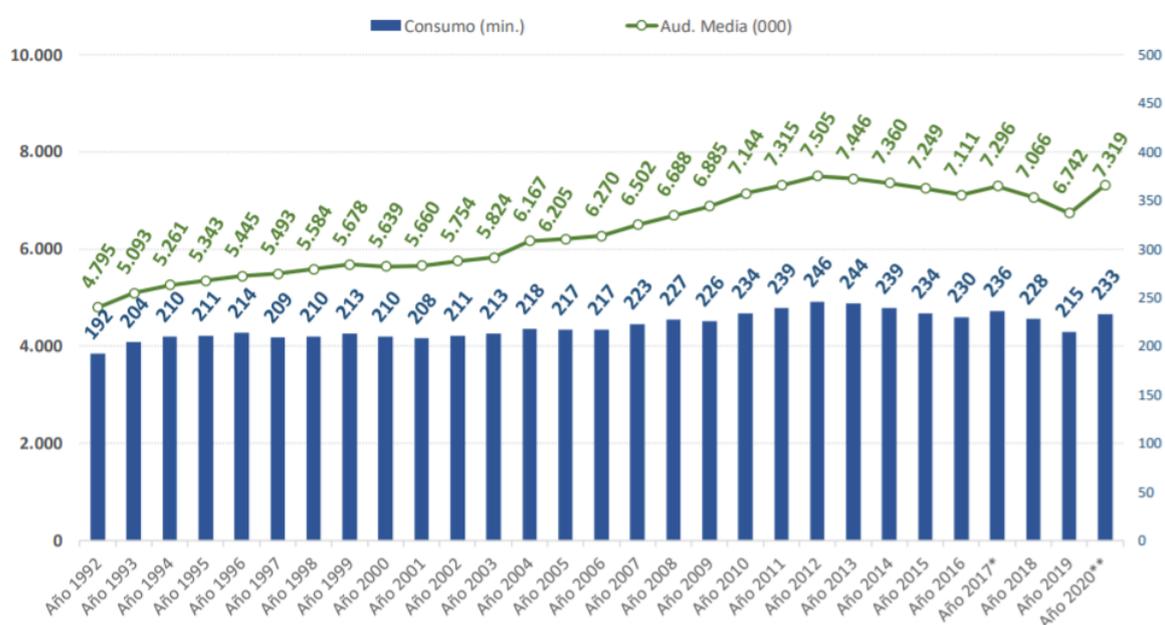
Fuente: Datos recuperados de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. INE, 2020.

Otras actividades a tener en cuenta para realizar desde casa, sin necesitar internet para ello, son la visualización de contenidos vía televisión, la reproducción de música o actividades artísticas como la lectura, la escritura o la pintura; teniendo el usuario también capacidad de practicar estas últimas gracias a dispositivos digitales, sin recurrir a Internet. Algunos datos destacables son:

- En el mundo de la lectura, diversos informes y empresas del sector destacan el gran crecimiento del mercado digital. El Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros de 2020 destaca el hecho de que el máximo histórico de lectura semanal llegó durante el confinamiento, situándose en 8 horas y 25 minutos. Además, el 68% de los españoles afirma haber leído libros durante el 2020.

- La televisión empieza a ser un producto destinado a un grupo de edad más avanzada y a ser menos apreciado por los grupos de edad más jóvenes, según la consultora Nielsen. El informe del GECA¹¹ muestra el descenso del número de minutos visualizados desde 2012, con el repunte del último año como algo que no parece sostenible en el tiempo, puesto que los datos de abril de 2021 estiman un descenso de 73 minutos visualizados de media al día frente al mismo mes de 2020 (221 frente a 296, respectivamente).

Gráfico 2.4. Evolución histórica anual del consumo televisivo en minutos y en audiencia media en cifras totales diarias para toda la población española.



Fuente: Datos recuperados del Balance GECA 2020

En cuanto a los datos del ocio en exteriores, hay dos factores a tener en cuenta. El primero es el nivel de alerta sanitaria de cada municipio, que condiciona las características de muchos servicios de ocio, como los centros comerciales, el turismo o la hostelería. Y, por otro lado, la sensación de seguridad que cada individuo sienta a la hora de plantearse realizar alguna actividad o contratar algún servicio.

El gráfico resultante de la encuesta de la Organización de Consumidores nos muestra cómo los gimnasios y centros deportivos transmiten una gran sensación de incomodidad entre los usuarios, siendo el tercero que mayor inseguridad crea a los encuestados, aunque la Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas haya reivindicado con

¹¹ Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual

datos en mano que se trata de instalaciones seguras, solo superados por el transporte público y los actos culturales, estando por encima de otras actividades potencialmente capaces de transmitir el virus como las visitas a centro comerciales o los restaurantes.

Gráfico 3.5. Encuesta sobre los hábitos de los españoles tras la pandemia



Fuente: Recuperado del sitio web de la Organización de Consumidores y usuarios, 2020.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis de las entrevistas en profundidad

Previo a realizar técnicas de investigación primarias cuantitativas, se citó a diversos profesionales del mundo de la actividad física, tanto del sector público como del privado, para abordar algunos tópicos de especial interés dada la situación provocada por el coronavirus:

- 1) En qué ámbitos se ha hecho notar la influencia de la crisis sanitaria con más intensidad
- 2) Realización de adaptaciones digitales o de cualquier otra índole
- 3) Cambios de hábitos detectados entre los consumidores
- 4) Principales retos y amenazas en el futuro cercano
- 5) Aspectos positivos extraídos de la situación de crisis sanitaria
- 6) Conclusiones propias del sector público/privado extraídas de la actuación del contrario
- 7) Propuestas de mejora para el sector

En general, muchos de los profesionales coinciden en varios aspectos clave, recogidos en la tabla 4.1.

Tabla 4.1. Recopilación de la opinión de los profesionales del sector de la actividad física

	SECTOR PÚBLICO	SECTOR PRIVADO
1)	Destacan como grandes afectados a los gimnasios e instalaciones cubiertas.	Todas las partes de la cadena productiva se han visto afectados en gran medida. Empresas del sector, proveedores, trabajadores, patrocinadores y organizadores de eventos.
2)	Escasa, búsqueda de la eficiencia en ciertos procesos. Adaptación intermedia. Problemas detectados en la formación debido a que los profesionales no están especializados en medios online.	Variada, desde creación de plataformas e infraestructuras a adaptación de servicios y eficiencia de procesos
3)	Disminuyen las licencias federativas y municipales, en especial en los deportes de contacto y los deportes de equipo.	Aumenta el número de hombres en los gimnasios. Las secciones de entrenamientos de fuerza se ven reforzadas frente a las clases monitorizadas.

4)	Revertir la situación generada en la sociedad, que ha intercambiado las actividades físicas por otros hábitos menos saludables. Preocupación por el horizonte temporal de la pandemia.	Captar nueva clientela y establecer de forma permanente el modelo de negocio bilateral presencial-online. Solucionar el problema del intrusismo laboral por parte de <i>influencers</i> . Obtener un mayor reconocimiento por parte de las entidades públicas.
5)	La buena actuación y coordinación de las distintas organizaciones vinculadas al deporte.	La responsabilidad mostrada por los colaboradores y el resto de empresas; la calidad del factor humano
6)	El sector privado ha realizado las acciones necesarias para salir adelante y ha cumplido con sus responsabilidades de forma correcta	La actuación del sector público ha sido confusa, inconsistente y con falta de transparencia. No se comprenden los criterios de clasificación de actividades en esenciales y no esenciales.
7)	Ambos sectores coinciden en la importancia de establecer al sector de la actividad física como un nuevo pilar para la salud de los habitantes de nuestro país, hablando no solo de su caracterización como sector económico propio, sino de construir puentes entre empresas y profesionales del deporte y otras ramas de la salud.	

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas realizadas a diversas personalidades del sector

También, dentro de la discusión sobre el tema 7, el sector privado propone la derivación desde las consultas médicas a centros deportivos especializados y autorizados para tratar enfermedades y afecciones de diversa índole, al igual que se hace con los profesionales de la fisioterapia o la farmacología.

Además, existe una creencia en el sector privado acerca de la idoneidad de la elección de las autoridades competentes en deporte y una posible revisión de estos cargos en el futuro, puesto que creen que las decisiones adoptadas no pueden haber sido adoptadas por expertos de la materia.

Por la parte del sector público, creen que desde la parte administrativa se podrían clarificar algunos datos y mejorar el tratamiento estadístico de los datos, para dotar de transparencia a los mismos y permitir que aquellos usuarios que deban o deseen analizar el sector desde el punto de vista social y económico puedan hacerlo sin mayores complicaciones, lo que podría aportar futuras soluciones y mejoras a problemas subyacentes.

Gracias a la participación de los encuestados, se amplió el cuestionario añadiendo variables como el método por el que conocieron a su influencer o plataforma online para realizar actividad física (Pregunta 16), la consecuente predisposición a contratar un sistema de suscripción sobre deporte (Pregunta 17), así como varios ítems de la pregunta 19 y 25.

4.2. Análisis estadístico del cuestionario digital

Comenzamos, el análisis de nuestra muestra de 321, población compuesta por habitantes de Almería provincia, desde los 16 a los 74 años, situando la media en los 36 años, aproximadamente.

Tratamos, en primer lugar, con los análisis descriptivos y comparativos entre las preguntas relacionadas con la frecuencia de realización de actividades deportivas, las cuales muestran un leve traslado hacia categorías inferiores, como se puede ver en la tabla 4.2.

Tabla 4.2. Variables 1 y 2 del cuestionario digital

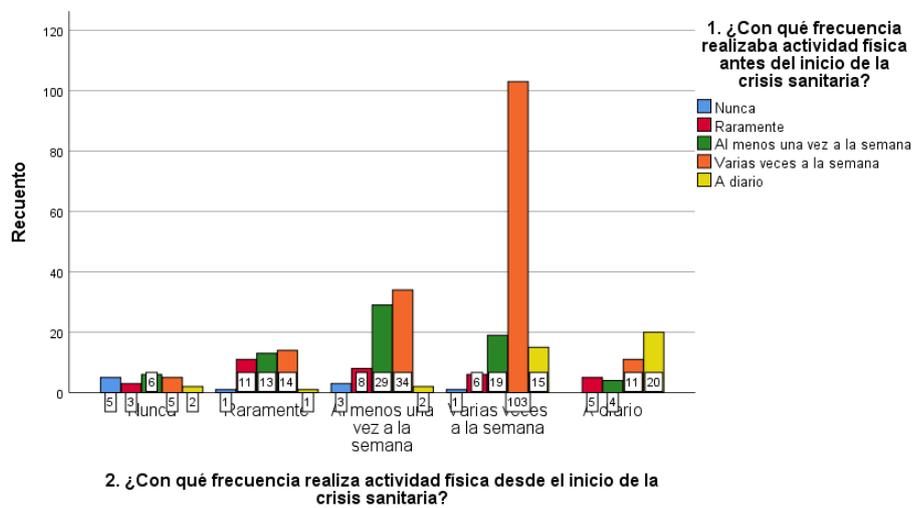
Frecuencia	P1. Antes de la crisis		P2. Desde la crisis	
	N	%	N	%
Nunca	10	3'1	21	6'5
Raramente	33	10'3	40	12'5
Al menos una vez a la semana	71	22'1	76	23'7
Varias veces a la semana	167	52	144	44'9
A diario	40	12'5	40	12'5

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

El único dato que se mantiene estable es el de deportistas que realizan deporte a diario. Sin embargo, esto no significa que los 40 encuestados no hayan cambiado su respuesta. El gráfico 4.1 nos muestra cómo, desde la crisis, hay 20 personas que hacen deporte a diario cuando antes no lo hacían, distribuyéndose en 5 personas que raramente hacían deporte, 4 que lo hacían al menos una vez a la semana y 11 que lo practicaban varias veces a la semana, pero no a diario. Por el lado opuesto, por lo tanto, hay otras 20 personas que ya no realizan deporte a diario, siendo su redistribución de un 75% hacia la categoría inmediatamente inferior, aunque un 10% afirma no realizar deporte nunca.

Estos resultados son muy similares a los extraídos de la pregunta 3 acerca de la percepción del cambio que el usuario tiene hacia sus propios hábitos, donde cerca del 39% admitió haber disminuido su frecuencia de realización, frente al 23'1% que afirmó haber aumentado.

Gráfico 4.1. Gráficos de barras agrupadas resultante de cruzar las preguntas 1 y 3 del cuestionario.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

Al cruzar estos datos con la pregunta número dos, obtenemos los resultados de la tabla 4.3. Que nos indica que más de la mitad de las personas que respondieron que desde el inicio de la crisis no realizan nunca deporte, lo hacen de forma escasa o como mucho una vez a la semana, notan un descenso en su práctica respecto a sus costumbres anteriores a la pandemia.

Tabla 4.3. Tabla cruzada entre las variables 2 y 3 del cuestionario.

		2. ¿Con qué frecuencia realiza actividad física desde el inicio de la crisis sanitaria?					Total	
		Nunca	Raramente	Al menos una vez a la semana	Varias veces a la semana	A diario		
3. Diría que desde el inicio de la crisis sanitaria, la frecuencia en la que realiza actividad física...	Sigo sin realizar actividad física	Recuento	9 ^a	1 ^b	0 ^b	0 ^b	10	
		% del total	2,8%	0,3%	0,0%	0,0%	3,1%	
	Ha descendido	Recuento	12 ^a	26 ^a	44 ^a	41 ^b	1 ^c	124
		% del total	3,7%	8,1%	13,7%	12,8%	0,3%	38,6%
	Ha permanecido igual o parecido	Recuento	0 ^a	12 ^{b, c}	18 ^c	63 ^b	20 ^b	113
		% del total	0,0%	3,7%	5,6%	19,6%	6,2%	35,2%
Ha aumentado	Recuento	0 ^a	1 ^a	14 ^b	40 ^b	19 ^c	74	
	% del total	0,0%	0,3%	4,4%	12,5%	5,9%	23,1%	
Total		Recuento	21	40	76	144	40	321
		% del total	6,5%	12,5%	23,7%	44,9%	12,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

Una vez llegados a este punto, toca averiguar los motivos principales por los que los encuestados respondieron de la forma en la que lo hicieron, para lo cual la pregunta 4 obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 4.4. Tabla de frecuencias variable 4.

	RESPUESTAS		PORCENTAJE DE CASOS	
	N	%		
MOTIVOS NO REALIZAR DEPORTE	Razones de salud	28	13'4	17'0
	Falta de tiempo	56	26'8	33'9
	Falta de opciones interesantes para mis preferencias personales	40	19'1	24'2
	No hay instalaciones cerca de mi domicilio o lugar de trabajo	22	10'5	13'3
	No creo que sea seguro realizar actividad física	29	13'9	17'6
	No considero necesario hacer actividad física	4	1'9	2'4
	Falta de opciones a mi alcance económico	13	6'2	7'9
	Razones derivadas de las restricciones	17	8'1	10'3
	Total	209	100	126'7

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

Como vemos, el principal detonante de estos cambios en el consumo fue la falta de tiempo, con casi una cuarta parte de las respuestas, seguida por la falta de opciones acordes al gusto del individuo y la seguridad percibida durante la realización de las actividades. Resulta especialmente interesante haber obtenido este motivo en concreto en primer lugar, dado que la lógica dictamina que, en una situación de encierros forzados, toques de queda nocturnos y demás restricciones, el tiempo libre para el usuario aumente, por lo que puede ser un indicativo de que para mucha gente el realizar actividad física no está entre las prioridades a cubrir en estos períodos y que se hayan decantado por otras opciones de ocio.

Tabla 4.5. Motivos para no realizar deporte según la edad del encuestado

Motivos para no realizar deporte ³		16-29	30-44	45-60	+60	Total
		Razones de salud	Recuento	8	5	14
	% dentro de \$Motivos	28,6%	17,9%	50,0%	3,6%	
Falta de tiempo	Recuento	27	16	12	1	56
	% dentro de \$Motivos	48,2%	28,6%	21,4%	1,8%	
Falta de opciones interesantes para mis preferencias personales	Recuento	24	9	6	1	40
	% dentro de \$Motivos	60,0%	22,5%	15,0%	2,5%	
No hay instalaciones cerca de mi domicilio o trabajo	Recuento	10	6	5	1	22
	% dentro de \$Motivos	45,5%	27,3%	22,7%	4,5%	
No creo que sea seguro realizar actividad física	Recuento	7	7	15	0	29
	% dentro de \$Motivos	24,1%	24,1%	51,7%	0,0%	
No considero necesario hacer actividad física	Recuento	1	1	1	1	4
	% dentro de \$Motivos	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	
Falta de opciones a mi alcance económico	Recuento	4	4	5	0	13
	% dentro de \$Motivos	30,8%	30,8%	38,5%	0,0%	
Razones derivadas de las restricciones	Recuento	0	5	10	2	17
	% dentro de \$Motivos	0,0%	29,4%	58,8%	11,8%	
Total	Recuento	53	42	63	7	165

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

Observando la distribución por grupos de edad, vemos que la mayoría de personas que habría marcado esta opción pertenecen al grupo de 16-29 años, siendo este grupo también el que denuncia con mayor frecuencia la falta de instalaciones o de opciones de su interés para realizar dichas actividades. El grupo de 30-44, por su parte, distribuye de forma bastante uniforme las razones argumentadas, destacando ligeramente el aspecto económico y las restricciones sanitarias. La siguiente categoría, que abarca hasta los 60 años, prioriza los motivos de salud y seguridad ante el resto, así como las restricciones sanitarias, de nuevo.

Por otro lado, cabe destacar que el tipo de actividad realizada por los encuestados es realmente variado, con porcentajes similares para cada opción, siendo en orden descendente un 22'4% realiza deportes individuales, un 19'6% se ejercitan en la naturaleza, mientras el 18'4% se dedica al deporte en casa o a los deportes de equipo, un 14'4% entrena en el gimnasio, y por último el 6'8% se decanta por contratar los servicios de un entrenador personal.

De entre estas, en todas las categorías salvo los gimnasios, y los deportistas con entrenador personal ha descendido mayoritariamente el gasto económico en material o actividades, como se ve en la tabla 4.6 de nuevo respuesta esperada puesto que aquellos aficionados a deportes de otra índole han visto muy limitadas sus opciones en varios puntos de la pandemia, mientras que aquellos que deban pagar una cuota por los servicios de gimnasios o *coachs* ven mantenido, o incluso aumentado, su gasto mensual.

Tabla 4.6. Variación del gasto económico según la actividad física realizada

		7. ¿Diría usted que ha aumentado o descendido su gasto económico en artículos o actividades deportivas desde la crisis del coronavirus?			Total	
		Ha descendido	Ha permanecido parecido	Ha aumentado		
Actividad física realizada ^a	Deportes individuales	Recuento	59	29	27	115
		% dentro de \$Actividad	51,3%	25,2%	23,5%	
	Deportes de equipo	Recuento	57	20	18	95
		% dentro de \$Actividad	60,0%	21,1%	18,9%	
	Actividades en gimnasio	Recuento	35	20	19	74
		% dentro de \$Actividad	47,3%	27,0%	25,7%	
	Entrenamientos con entrenador personal	Recuento	16	4	15	35
		% dentro de \$Actividad	45,7%	11,4%	42,9%	
	Actividades en la naturaleza	Recuento	61	20	20	101
		% dentro de \$Actividad	60,4%	19,8%	19,8%	
	Actividades físicas en casa	Recuento	53	21	21	95
		% dentro de \$Actividad	55,8%	22,1%	22,1%	
Total		Recuento	281	114	120	515

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

La mayoría de encuestados sigue en general esta línea de porcentajes, ya que el 57'2% dice que su gasto ha descendido, frente al 19'9% que ha visto aumentado su gasto. Destaca, por el contrario, el grupo de la categoría *entrenamientos con entrenador personal*, con un porcentaje mucho más repartido, registrando casos de aumento en un 42'9% y disminución de 45'7%, que podrían tratarse simplemente de la contratación o el despido de estos servicios, normalmente más costosos que el resto de ítems.

La variable 8, que hace referencia a los factores con mayor importancia para los encuestados a la hora de realizar una actividad física u otra, nos permite extraer varias conclusiones interesantes. La primera de ellas se puede observar en la tabla 4.7. Donde vemos que los factores de mayor relevancia, con cierta diferencia, para el conjunto son la salud y la atracción que sienten hacia la actividad.

Tabla 4.7. Comparación de las medias entre categorías, variable 8.

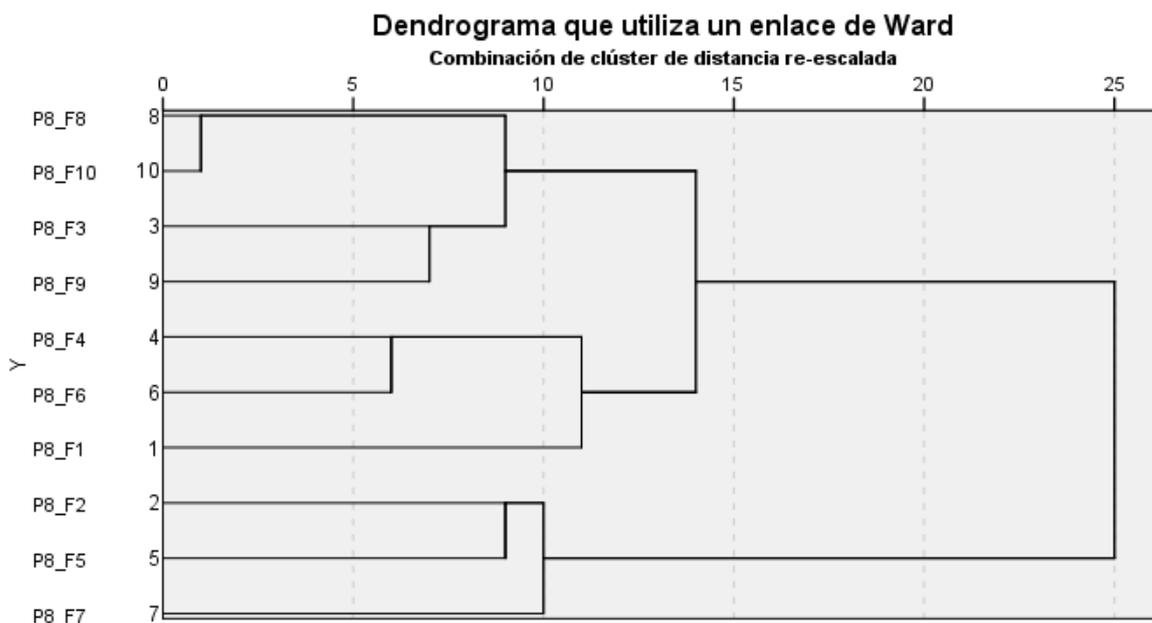
	N	Media
F1. Costumbres	271	5,10
F2. Individual	270	4,37
F3. Aire libre	271	5,49
F4. Instalación segura	265	5,62
F5. Poco equipo	268	4,76
F6. Segura en grupo	270	5,38
F7. Económica	270	4,93
F8. Saludable	270	6,44
F9. Cercanía	271	5,67
F10. Atracción	270	6,56

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

Por otro lado, los factores menos importantes para la mayoría de personas son la capacidad de realizar ese deporte de forma individual, con poco equipamiento y con disponibilidad para hacerlo de forma gratuita o bajo coste. Esto podría indicar, en un principio, que la cuota de mercado correspondiente a los consumidores de estos servicios de bajo coste es reducida en comparación a los segmentos de mercado que valoran más la variedad o la calidad de los servicios.

Sin embargo, mediante el método de Ward, se ha podido clasificar las motivaciones en dos grupos bien diferenciados de consumidores: Los que sí valoran estos 3 aspectos por encima del resto, y los que dan mayor relevancia al resto, como se puede ver en el dendograma del gráfico 4.2.

Gráfico 4.2. Dendrograma correspondiente al análisis clúster de la pregunta 8.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

En cuanto al carácter de estas valoraciones, los grupos encontrados podrían no ser fruto de la eventualidad vigente, sino de un tema más bien estructural, dado que la cuestión 9, que preguntaba precisamente acerca de la posible influencia de la crisis sanitaria en sus respuestas anteriores, aclaraba que la que más había afectado a los encuestados era la seguridad, pero el resto de cambios, porcentualmente hablando, es bajo, mientras que la cantidad de personas que dicen no haber modificado sus costumbres supera al resto.

Gráfico 4.3. Gráfico de sectores sobre los cambios de hábitos de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

La variable número 10 nos muestra que el 20'6% de los encuestados se ha visto obligado en algún momento a cambiar de municipio para realizar su actividad, porcentaje de la población nada desdeñable pero cuya importancia también explica que el primer ítem de la

variable 11, que preguntaba sobre la frecuencia de traslados a otros municipios para poder realizar deportes del agrado del consumidor, sea la que tiene la media más baja de todas las de la tabla 4.8, con un 1'33.

Tabla 4.8. Comparación de medias entre categorías, variable 11.

	N	Media
F1. Mayor frecuencia traslado	296	1,33
F2. Municipios mejor gestionados	295	2,80
F3. Dificultad	295	2,46
F4. Seguridad	296	3,43
F5. Encarecimiento	295	1,77
F6. Preocupación	296	3,10
F7. Gestión adecuada	296	2,10

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

En la misma tabla podemos ver cómo las afirmaciones con las que estaban más de acuerdo los encuestados eran las que trataban sobre la seguridad haciendo deporte y la preocupación por su situación en un futuro cercano, mientras que no se muestran demasiado apegados a las gestiones realizadas por sus ayuntamientos. Tras comparar las medias de este último factor con el municipio de residencia, no se han observado diferencias significativas que pudieran indicar que hay una mejor gestión en el resto de municipios de la provincia en comparación con la capital, dado que planteando las hipótesis:

- H0: La calidad de la gestión de los municipios ha sido parecida
- H1: La calidad de la gestión de los municipios no ha sido parecida

Encontramos los resultados de la Tabla 4.9 tras la prueba de muestras independientes:

Tabla 4.9. Comparación entre medias independientes, pregunta 7, según el lugar de residencia del encuestado.

		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	90% de intervalo de confianza de la diferencia	
								Inferior	Superior	
F7. Creo que la gestión del Ayuntamiento y otras autoridades competentes ha sido el adecuado para mi actividad deportiva	Se asumen varianzas iguales	,422	,516	1,274	294	,204	,236	,186	-,070	,543
	No se asumen varianzas iguales			1,276	262,441	,203	,236	,185	-,069	,542

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

Como el nivel de significación supera nuestro 0'1 de confianza, aceptamos la hipótesis nula y no encontramos diferencias significativas entre la percepción de la calidad de las distintas gestiones por parte de los Ayuntamientos. Esto es importante a la hora de realizar campañas de comunicación o programas de actuación, puesto que la opinión es prácticamente igual de negativa para ambos (2'20 puntos de media frente a 1'96, respectivamente).

Otro aspecto a la hora de abordar el tema de la comunicación es la seguridad percibida por el usuario. Según las respuestas a la variable 12, en la tabla 4.10, las únicas categorías que son consideradas seguras por un porcentaje elevado de la población son la de deporte individual y el deporte al aire libre.

Tabla 4.10. Actividades consideradas seguras por los encuestados. Datos absolutos y porcentajes.

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Actividades consideradas seguras	Deporte individual	262	36'1	81'6
	Deporte en equipo	50	6'9	15'6
	Actividades en gimnasio	58	8'0	18'1
	Actividad con entrenador personal	76	10'5	23'7
	Actividad en naturaleza / aire libre	279	38'5	86'9
TOTAL		725	100	225'9

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

Los porcentajes, como se puede ver, son mucho más elevados que los de las otras 3 categorías, pese a que el número de brotes asociado a gimnasios y centros deportivos es bajo, no se ha logrado transmitir esa sensación de seguridad a los usuarios. En cuanto al deporte en el domicilio, hay varios aspectos reseñables.

Comparando las respuestas de ambas variables, vemos que existe un mercado potencial de un tamaño interesante, dado que es un tipo de consumo que agrupa cerca del 40% (suma de las filas 2 y 4 de la pregunta 13) actualmente y casi un 65% (suma de las filas 2 y 4 de la pregunta 14) en intención de compra futura, por lo que adaptar el modelo de negocio para dar cabida a estos usuarios podría ser diferencial para los centros deportivos.

Tabla 4.11. Resultados, en valor absoluto y porcentaje, preguntas 13 y 14.

13. Sobre el deporte en casa...			14. Sobre el futuro y realizar deporte en casa...		
	N	%		N	%
No he practicado nunca deporte en casa	55	17'1	No lo realizo y no me interesa hacerlo	72	22'4
Ya realizaba deporte en casa frecuentemente antes de la crisis sanitaria	44	13'7	No lo realizo, pero planeo hacerlo en el futuro	68	21'2
Sólo lo practiqué durante la cuarentena	137	42'7	Pienso parar de hacerlo cuando se acabe la crisis sanitaria	41	12'8
Empecé durante la cuarentena y he continuado desde entonces	85	26'5	Pienso continuar haciéndolo, aunque acabe la crisis sanitaria	140	43'6
TOTAL	321	100	TOTAL	321	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

Estos porcentajes cobran aún más importancia si los comparamos con la intención de compra de los encuestados respecto a los eventos deportivos (pregunta 24), una actividad mucho más arraigada y popular pero que suma, entre sus 3 categorías positivas, un 56'4% de intencionalidad, dividiéndose a partes casi iguales entre los que planean volver a consumir dichos espectáculos sin importar las condiciones y aquellos que prefieren eventos con condiciones específicas, (28'3% y 28'1%, respectivamente). Observamos, tras esto, cuáles son los métodos más eficaces para llegar al consumidor:

Tabla 4.12. Resultados, en valor absoluto y porcentaje, preguntas 15 y 16.

15. En el caso de realizar deporte en casa...			16. En caso de hacerlo gracias a influencers o plataformas...		
	N	%		N	%
No lo realizo	97	30'2	Por recomendación de un amigo o familiar	48	23'8
He contratado los servicios de un entrenador personal	8	2'5	Por anuncios en redes sociales	31	15'3
He seguido clases de influencers en redes sociales y youtube	78	24'3	Buscando activamente en navegadores en Internet	75	37'1
He hecho uso de plataformas online especializadas	67	20'9	Es la adaptación online de mi servicio habitual (gimnasio, entrenador personal)	23	11'4
He recurrido a mis propios conocimientos sobre el tema	71	22'1	Por páginas webs y blogs especializados	17	8'4
TOTAL	321	100	TOTAL	194¹²	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

¹² En la tabla están descontados 119 casos perdidos y 8 respuestas inválidas

La pregunta 16 surgió a raíz de la importancia dada por los usuarios de la validación a las plataformas online y a los *influencers* del deporte, corroborada por el cuestionario y acumulando entre ambas un 45'2% de las respuestas. Con ella, podemos observar como hay realmente un público que busca activamente servicios que satisfagan sus necesidades, y otro público que se capta por el boca a boca entre usuarios, por lo que ambos, que suman un 59'9% de los casos válidos, son grupos susceptibles de captación a través de anuncios y comunicaciones.

Para acabar con este apartado, mencionar que el 72'3% de los encuestados dice no estar dispuesto a pagar un sistema de suscripción mensual a una plataforma online de este estilo, por lo que su implementación podría realizarse a la par que la continuación de las actividades presenciales, hasta que este modelo de negocio haya penetrado más en el mercado.

El siguiente bloque de preguntas estaba dedicado a la percepción del deporte como sector y a la gestión de su actividad por parte de las autoridades públicas. Las conclusiones son claras, cerca del 92% opina que el deporte debería ser considerada una actividad esencial (variable 18) y el 95% cree que no se ha fomentado la realización de estas actividades a nivel social o que sí se ha intentado, pero sin el ahínco suficiente para superar las barreras creadas por la crisis sanitaria (variable 21). A la hora de valorar la actuación de los Ayuntamientos, órganos con ciertas competencias a lo largo del último año, obtuvimos los siguientes resultados:

Tabla 4.13. Resultados, en valor absoluto y porcentaje, preguntas 20 y 22.

20. Valoración hacia las autoridades municipales, sector deporte			22. Valoración hacia la comunicación de las autoridades		
	N	%		N	%
Muy mala	40	12'5	Muy mala	51	15'9
Mala	115	35'8	Mala	140	43'6
Buena	125	38'9	Buena	103	32'1
Muy buena	37	11'5	Muy buena	24	7'5
Excelente	4	1'2	Excelente	3	0'9
TOTAL	321	100	TOTAL	321	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

Los resultados hablan por sí solos. Los almerienses no sólo creen que se ha tratado mal, o de forma correcta como mucho (acumulando hasta el valor “Buena” el 87’3% de las respuestas), al sector, sino que además opinan que la comunicación no ha sido la adecuada para transmitir las decisiones adoptadas. Estos resultados, unidos a los de la pregunta 23 sobre las fuentes de comunicación consultadas, nos remite lo siguiente:

Tabla 4.14. Valoración de la comunicación de las autoridades según la fuente de información relacionada consultada

		22. ¿Cómo valoraría usted la comunicación de las autoridades acerca de la normativa sobre prácticas deportivas durante la crisis del Covid 19?					Total
		Muy mala	Mala	Buena	Muy buena	Excelente	
\$GrupoFuentes ^a	Documentos oficiales como el BOE o similares	N 20	57	37	4	2	120
		% 16,7%	47,5%	30,8%	3,3%	1,7%	
	Comunicados de prensa y noticias en periódicos online y prensa escrita	N 25	58	41	11	1	136
		% 18,4%	42,6%	30,1%	8,1%	0,7%	
	Comunicados de las autoridades en redes sociales y otros medios digitales	N 21	49	35	6	1	112
		% 18,8%	43,8%	31,3%	5,4%	0,9%	
	No he conseguido encontrar información fiable acerca de las prácticas deportivas de mi interés	N 3	4	2	0	0	9
		% 33,3%	44,4%	22,2%	0,0%	0,0%	
Total		N 51	140	103	24	3	321

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

La tabla 4.14 recoge específicamente estas 4 categorías, tanto por su peso en la variable “Fuentes consultadas” (60% de las respuestas totales) como por su implicación directa en la cuestión que planteábamos en el párrafo anterior. La mayoría de encuestados considera mala o muy mala la comunicación de las autoridades, sea por sus propios canales o por prensa, y el 77’7% de las personas que no consiguieron encontrar información valoraron la misma de forma negativa, por lo que claramente es un aspecto clave a mejorar.

Para terminar con este apartado, preguntamos a los consumidores acerca de aspectos relacionados con los propios profesionales de la actividad física, reuniendo las medias a las respuestas de las categorías 19 a 25 en la tabla 4.15.

La opinión general es contundente: los profesionales deberían estar mejor valorados, su trabajo debería ser mejor reconocido y el esfuerzo público debería ser mayor, tanto por la mejora de las condiciones a la formación en educación física como a la hora de concienciar al público sobre la importancia del deporte en la salud.

Tabla 4.15. Media de las respuestas obtenidas en cada categoría de las preguntas 19 y 25.

Pregunta	Categoría	Media
P19	Creo que falta concienciación en la población sobre la importancia de la actividad física y la salud	4'40
	Creo que la educación física debería tener mayor importancia en los colegios e institutos	4'41
	Creo que se debería valorar más a los profesionales de la actividad física por su importancia en la salud	4'45
	La situación sanitaria me ha hecho darme cuenta de la importancia de la actividad física en mi salud	3'81
	Creo que la población va a volverse más sedentaria y menos deportista tras la crisis sanitaria	3'19
	Desde el inicio de la crisis sanitaria he adoptado un estilo de vida más saludable	3'11
P23	Creo que las medidas de seguridad adoptadas con relación al deporte son más estrictas de lo que deberían	2'54
	Creo que hay otras opciones de ocio, distintas del deporte, que se han visto beneficiadas	2'89

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recuperados de SPSS

El resto de categorías, aunque menos concluyentes, muestran también un cierto grado de aceptación, dado que los encuestados dicen haberse dado cuenta de la importancia del deporte en la salud gracias a la crisis, muestran una ligera preocupación hacia una posible tendencia sedentaria de la sociedad y creen que han adoptado un estilo de vida más saludable.

Pese a toda la importancia que dan al sector, no parecen acabar de decantarse a la hora de afirmar o negar que las medidas adoptadas por las autoridades hayan sido estrictas o que el sector en sí se haya visto especialmente perjudicado, por lo que cabe plantearse si la mala valoración hacia las autoridades es más desde un punto de vista general que desde la parcialización contra el sector deportivo.

4.3. Limitaciones del estudio

El estudio hay que entenderlo en su contexto, recordemos que el propósito de la investigación es impulsar el sector de la actividad física en la provincia de Almería, por lo que, tanto el grupo de entrevistados como la muestra encuestada, pertenecen exclusivamente a la provincia de Almería y sus resultados no serían totalmente adecuados para extrapolarlos a otras poblaciones. Todo esto teniendo en cuenta que varias de las variables tenían en cuenta el factor geográfico a la hora de plantear las preguntas.

Dentro de su idoneidad para el ámbito local, la intención inicial era haber podido contar con una muestra mayor, o con una mayor variedad de encuestados del resto de municipios de Almería, que permitiesen detectar diferencias significativas entre las opiniones de los habitantes de unos y otros, o al menos haber hecho una agrupación comarcal, opción que finalmente se redujo a solo dos categorías: residencia en Almería Capital y residencia en el resto de la provincia.

La muestra también tiene una media de edad baja, cercana a los 36 años, puesto que el método de contacto es más utilizado por el grupo de población de los 16-29 años, o como mucho del grupo de edad siguiente, hasta los 44 años, lo que hace que las opiniones de los grupos más avanzados pierdan cierta relevancia en el análisis realizado.

5. CONCLUSIONES

Con toda la información recopilada, vemos que el sector de la actividad física se enfrenta a varios retos, ya que tiene unos competidores asentados y con mejor capacidad de captación (los medios digitales, la radio y la televisión, la hostelería...); y que gozan de opciones de realización a distancia o desde el domicilio con un alcance mucho mayor; además de contar con el hándicap de la inseguridad que despiertan las instalaciones deportivas entre los usuarios.

Si bien esta situación adversa es reversible, el trabajo no puede recaer exclusivamente sobre el sector privado, y menos cuando los propios usuarios han mostrado su desagrado con la actuación pública y los empresarios del sector no se han sentido protegidos por las medidas adoptadas desde las autoridades. Por lo tanto, se debería trabajar a partir de ahora en dos flancos principalmente: la captación de usuarios y la concienciación social.

5.1. La captación

Captar a deportistas actuales o potenciales puede ser materia tanto de empresas privadas tradicionales como de clubes y federaciones deportivas, así como de asociaciones públicas, por lo que se debería de comenzar por apostar por un tipo de comunicación distinto al visto hasta ahora en el sector, adaptándose a las necesidades que la llamada nueva normalidad ha instalado en el pensamiento colectivo.

De lo extraído en los informes de consumo durante la cuarentena, unido a los resultados de la tabla 4.12, queda claro que establecer una estrategia de posicionamiento SEM será clave en la captación de clientes por vía digital. No en vano el 45% ha utilizado estos medios para realizar deporte en casa, y casi la cuarta parte de este subconjunto lo ha hecho por simple recomendación de familiares, por lo que el alcance de los anuncios y los resultados en las búsquedas activas todavía es un terreno explotable. Por otro lado, se puede utilizar este medio para promocionar todos los servicios, además de los proporcionados en línea.

En cuanto a los aspectos a comunicar, hay que tener en cuenta que los principales motivos por los que la gente dice hacer menos deporte son salud, tiempo y la existencia de opciones atractivas para el consumidor (Tabla 4.5), por lo que cada centro deportivo deberá de potenciar la imagen de su principal ventaja o ventajas de entre estas de cara al público; o

de reforzarse si se trata de puntos débiles de su negocio. Cotejando esto con los grupos extraídos del análisis clúster (Gráfico 4.3), se puede optar por diferenciar la comunicación en dos partes: promocionar el local como un espacio seguro, de bajo coste y disponible en horarios amplios de apertura; o establecerse como un espacio de opciones variadas, acordes a cada necesidad y de calidad, asegurando también el factor seguridad.

Viendo algunos ejemplos de campañas de gimnasios recurrentes hasta la llegada de la crisis, como los de la figura 5.1, se observan patrones muy concretos en la realización de las campañas: la utilización del fondo negro, o del filtro blanco y negro para las fotografías, el uso de letras mayúsculas en fuentes altas y estrechas sin pie, que aportan sensación de fuerza y dinamismo o la superposición de otros colores llamativos como naranja o amarillo para subrayar las partes importantes del comunicado son elementos que apelan al mismo sentimiento: actividad física es fuerza, es entrenamiento, esfuerzo y conseguir un cuerpo musculado y marcado, como las fotografías.

Si bien este tipo de campañas no tienen por qué desaparecer, su construcción está más que asimilada por el público general y los seguidores del mundo del fitness no van a verse más atraídos por un centro que por otro por este tipo de anuncios, dado que ya de por sí son similares. Se necesita un estilo que sea capaz de atraer a usuarios que disminuyeron su frecuencia de actividad física por los motivos ya analizados, o al porcentaje de población que nunca ha sido usuaria de centros deportivos, pero que la situación sanitaria ha provocado una necesidad en ellos de comenzar a realizar hábitos de vida saludable.

Figura 5.1. Ejemplos de campañas de comunicación de gimnasios y centros deportivos



Fuente: Imágenes recuperadas de los navegadores web

Aquí presentamos una alternativa. La figura 5.2 representa un ejemplo de lo que podría ser una nueva campaña de comunicación, más centrada en el usuario principiante, que busca la actividad por salud personal y por seguridad, sin importar la categoría elegida:

Figura 5.2. Propuesta de comunicación



Fuente: Realización propia

Esta propuesta, que carece de nombre y logo comercial, así como de medios de contacto o precios, podría ser una plantilla de inicio para una empresa que quiera transmitir estos valores: salud, trabajo personalizado, seguridad, que no están reñidos con la búsqueda de un estado físico mejor o la mejora del rendimiento en un área, pero que apela de un modo diferente al visto anteriormente. Según los entrevistados, el núcleo duro de los centros deportivos está formado por un grupo de deportistas que tienen un objetivo de rendimiento y cuya movilidad entre empresas es muy baja, por lo que hay que tratar de captar otros segmentos.

Este tipo de comunicados se puede adaptar también a colectivos específicos, como el de la tercera edad, especialmente sensible a los riesgos de la crisis sanitaria. En el caso de la figura 5.3, realizamos una propuesta para entrenadores personales, o para centros deportivos que ofrezcan este servicio, de nuevo distinguiéndose con una imagen de tonalidad clara, sencilla y cercana, con un estilo de redacción y caligrafía alejado de lo visto anteriormente, dejando atrás esa sensación de vigorosidad, más atrayente para colectivos de menos edad.

Personalizar la comunicación, ya sea por vía personal telefónica o digital, es otro factor que puede hacer que el sector se recupere también a nivel económico y de usuarios,

aspecto que ha golpeado a todos los tipos de actividad de manera similar, como ya hemos visto entre los datos proporcionados por la tabla 4.6 y lo comunicado por varios entrevistados e informes.

Figura 5.3. Propuesta de comunicación para el colectivo de la tercera edad



Fuente: Realización propia

5.2. Concienciación social

El otro aspecto que hay que cuidar, especialmente desde el ámbito público, es la concienciación acerca de la importancia del ejercicio físico en los más jóvenes en particular y en la sociedad en general. No se trata sólo de un deber social, sino también de un ejercicio de mejora de la maltrecha imagen de las autoridades, que no consiguen llegar en Almería siquiera a un 50% de aprobados entre los casos analizados, tanto a nivel de actuación como de comunicación (tabla 4.13).

Si bien es cierto que en el pasado se han llevado a cabo algunas propuestas, como el programa *Mueve la calle: ¡actívate!*¹³ De la Unión Europea, realizado en la av. Federico García Lorca en 2019, en el presente y futuro cercano las propuestas deberían repetirse, aprovechando las principales ventajas de la provincia para la realización de actividad física:

- Es la provincia con más horas de sol de España, por lo que las actividades en la naturaleza o al aire libre están disponibles la mayor parte del año. Esto puede usarse tanto para fomentar la actividad privada concediendo permisos para utilizar espacios públicos como para la organización de actividades de difusión, formación

¹³ Se reunieron 26 disciplinas deportivas realizando demostraciones y clases abiertas al público

o entretenimiento en estos enclaves con base deportiva, como carreras, rutas senderistas, competiciones de orientación, deportes acuáticos, etc. Tanto para colectivos específicos (infancia, tercera edad) como de inscripción libre. También debe usarse como reclamo para ese turismo deportivo de creciente importancia mencionado por la Agencia EFE.

- La provincia cuenta con varios deportistas profesionales y semiprofesionales en distintas disciplinas. La apelación a figuras de referencia en los principales deportes de la provincia es un valor añadido para los grupos de población más jóvenes, cuyas cifras de afiliados a las distintas federaciones recordemos que ha descendido notablemente (tabla 4.1).
- Coordinación entre asociaciones de salud y autoridades. Al igual que se realizan campañas de concienciación para las Enfermedades de Transmisión Sexual, la violencia de género, o la educación vial; se podría contar con la presencia de las grandes asociaciones como la Cruz Roja para realizar eventos de concienciación en lugares frecuentados por un número considerable de habitantes del municipio, que proporcionasen información sobre los beneficios del ejercicio ante un posible contagio de Covid-19 u otras enfermedades.

En resumen, realizar programas de intervención y cooperación entre entidades públicas y privadas y aumentar el presupuesto en comunicación para este sector, entendiendo este gasto como una inversión que puede evitar tener que soportar los costes derivados de un mayor número de contagios o de enfermos en el futuro, procedentes de los servicios sanitarios o de las distintas prestaciones sociales dedicadas a paliar posibles bajas laborales, como ha ocurrido durante el año 2020.

6. BIBLIOGRAFÍA

Agencia Efe. (2021, 23 abril). El 44,1% de los españoles exige deporte al ir de turismo. *www.efe.com*. <https://www.efe.com/efe/espana/deportes/el-44-1-de-los-espanoles-exige-deporte-al-ir-turismo/10006-4519176>

Atresmedia. (2021, 26 febrero). Aumenta la lectura de libros, que llegó a su máximo histórico durante el confinamiento por la pandemia del cor. *Antena 3 Noticias*. https://www.antena3.com/noticias/cultura/aumenta-la-lectura-de-libros-que-llego-a-su-maximo-historico-durante-el-confinamiento-por-la-pandemia-del-coronavirus_202102266039158b6716f00001046cee.html

Batchelor, J. (2020, diciembre). *The Year in Numbers 2020*. <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-12-21-gamesindustry-biz-presents-the-year-in-numbers-2020>

Clasificación Nacional de Actividades Económicas. (s. f.). *CNAE 2009 grupo R*. <https://www.cnae.com.es/>. <https://www.cnae.com.es/actividades.php?grupo=R>

CORDIS / *European Commission*. (2020). <https://cordis.europa.eu/>. <https://cordis.europa.eu/article/id/231190-tools-for-smes-to-innovate-their-business-models/es>

Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas. (2020, 2 noviembre). *FNEID reivindica los gimnasios como espacios seguros ante el Covid-19* [Comunicado de prensa]. <https://www.agesport.org/fneid-reivindica-los-gimnasios-como-espacios-seguros-ante-el-covid-19/>

Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual. (2021). *El Balance GECA. Año 2020*. <https://www.geca.es/geca/informes/20201230--El%20balance%20del%20a%C3%B1o%20-%202020.pdf>

González, B. (2020, 20 noviembre). El «boom» del deporte en casa. *elperiodico*. <https://www.elperiodico.com/es/deportes/20201106/deporte-casa-coronavirus-8190659>

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. (2020a). *Encuesta Social 2020. Hábitos y Condiciones de Vida de la Población Andaluza Durante el Estado de Alarma*. https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/informe/anual?CodOper=b3_2374&idNode=45781

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. (2020b). *Informe sobre demografía de las relaciones laborales en la crisis del COVID-19 Tercer trimestre 2020*. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/afiliadosSS/informe-covid0320.htm>

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. (2020c). *Informe sobre la explotación estadística de la información de la Contabilidad Regional y Provincial Anual de Andalucía en relación a los distintos escenarios de actividad provocados durante el estado de alarma por el COVID-19*. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/crta/informe-covid.htm>

Instituto Nacional de Estadística. (2020, noviembre). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*. https://www.ine.es/prensa/tich_2020.pdf

Instituto Nacional de Estadística. (2021). *Company Demographic Profile*. https://www.ine.es/en/experimental/codem/experimental_codem_en.htm

Le Quéré, C., Jackson, R. B., Jones, M. W., Smith, A. J. P., Abernethy, S., Andrew, R. M., De-Gol, A. J., Willis, D. R., Shan, Y., Canadell, J. G., Friedlingstein, P., Creutzig, F., & Peters, G. P. (2020). Temporary reduction in daily global CO₂ emissions during the COVID-19 forced confinement. *Nature Climate Change*, 10(7), 647–653. <https://doi.org/10.1038/s41558-020-0797-x>

Lugo, M. T. B. (2021, 6 mayo). La OMS intentará prevenir pandemias mediante el análisis de datos y la inteligencia artificial. *ABC*. https://www.abc.es/sociedad/abci-intentara-prevenir-pandemias-mediante-analisis-datos-y-inteligencia-artificial-202105060121_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F

Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática. (2020a, marzo 14). *BOE-A-2020-3692 Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se*

declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. [Comunicado de prensa]. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/03/14/463/con>

Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática. (2020b, mayo 16). *Orden SND/414/2020, de 16 de mayo, para la flexibilización de determinadas restricciones de ámbito nacional establecidas tras la declaración del estado de alarma en aplicación de la fase 2 del Plan para la transición hacia una nueva normalidad.* [Comunicado de prensa]. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-5088

Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática. (2020c, octubre 25). *Real Decreto 926/2020, de 25 de octubre, por el que se declara el estado de alarma para contener la propagación de infecciones causadas por el SARS-CoV-2.* [Comunicado de prensa]. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-12898&p=20201104&tn=1#a1-2>

Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. (2020, 28 abril). *El Consejo de Ministros aprueba el Plan de Transición hacia una Nueva Normalidad* [Comunicado de prensa]. <https://www.mscbs.gob.es/gabinete/notasPrensa.do?id=4884>

Nicolás, C. L. (2020, 6 octubre). 2020: el año que aceleró la transformación digital. *The Conversation*. <https://theconversation.com/2020-el-ano-que-acelero-la-transformacion-digital-147246>

Organización de Consumidores y Usuarios. (2020, 28 julio). *Hábitos de los españoles tras la pandemia: menos ocio, menos gasto en vacaciones y menos inversiones* # [Comunicado de prensa]. <https://www.ocu.org/organizacion/prensa/notas-de-prensa/2020/habitostraspandemia280720>

Organización de las Naciones Unidas. (2020, 4 noviembre). Unos 850.000 virus desconocidos podrían causar pandemias si no dejamos de explotar la naturaleza. *Noticias ONU*. <https://news.un.org/es/story/2020/10/1483222>

Pascual, J. (2019, 29 septiembre). «Mueve la calle» lleva 26 deportes a la Rambla de Almería. *Radio Marca Almería*. <https://www.radiomarcaalmeria.com/mueve-la-calle-lleva-26-deportes-a-la-rambla-de-almeria/>

Rojas, M. J. S. (2021, 10 abril). Realizar ejercicio, más importante que otros factores de riesgo tradicional en la lucha contra el COVID-19. *Fissac*. <https://fissac.com/realizar-ejercicio-mas-importante-que-otros-factores-de-riesgo-tradicional-en-la-lucha-contra-el-covid-19/>

Sevilla, D. (2021, 17 febrero). Andalucía tiene a 131.584 trabajadores en ERTE que cuestan 66,8 millones. *Diario de Sevilla*. https://www.diariodesevilla.es/economia/Andalucia-trabajadores-ERTE-cuestan-millones_0_1548145581.html

Torrejón, L. (2020, 1 diciembre). *Las Predicciones de IDC para 2021* [Entrada de Blog]. BLOG IDC SPAIN. <https://www.blog-idcspain.com/las-predicciones-de-idc-para-2021/>

Unión Europe. (s. f.). *Envision 2020*. <https://Envision-H2020.Eu/>. <https://envision-h2020.eu>

ANEXOS

Anexo 1. Bloques, entrevistados y preguntas de la entrevista semiestructurada

El orden establecido abajo no es necesariamente el seguido en la totalidad de las entrevistas.

1. ¿En qué parte habéis notado más la influencia del virus?
2. ¿Habéis realizado algún tipo de adaptación a vuestro negocio para afrontar esta crisis?
3. ¿Cómo ha cambiado la actuación de vuestros clientes/usuarios para vosotros?
4. ¿Qué es lo que más os preocupa de cara al futuro cercano?
5. ¿Sacáis alguna nota positiva de esta situación?
6. **Sector privado:** ¿Os habéis sentido respaldados/cuidados por el sector público? ¿Creéis que su actuación ha sido correcta? ¿Esperáis más por su parte para el futuro?
7. **Sector público:** ¿Qué opináis de la respuesta del sector privado a esta situación?

El grupo de entrevistados estuvo formado por dos miembros del grupo de Clubes y Federaciones Deportivas, 4 miembros del sector público y 3 miembros del sector privado.

Anexo 2. Encuesta y codificación

2.1. Codificación del cuestionario en SPSS

Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia realizaba actividad física antes del inicio de la crisis sanitaria?	
0	Nunca
1	Raramente
2	Al menos una vez al mes
3	Al menos una vez a la semana
4	Varias veces a la semana
5	A diario
Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia realiza actividad física desde el inicio de la crisis sanitaria?	
0	Nunca
1	Raramente
2	Al menos una vez al mes
3	Al menos una vez a la semana
4	Varias veces a la semana
5	A diario
Pregunta 3. Diría que desde el inicio de la crisis sanitaria, la frecuencia en la que realiza actividad física...	
0	Sigo sin realizar actividad física
1	Ha descendido
2	Ha permanecido igual o parecido

3	Ha aumentado
Pregunta 4. En caso de que no realice actividad física, o de que su frecuencia haya descendido, indique el posible motivo o motivos	
0	Respuesta inválida
1	Razones de salud
2	Falta de tiempo
3	Falta de opciones interesantes para mis preferencias personales
4	No hay instalaciones cerca de mi domicilio o trabajo
5	No creo que sea seguro realizar actividad física
6	No considero que sea necesario realizar actividad física
7	Falta de opciones a mi alcance económico
8	Razones derivadas de las restricciones
Pregunta 5. ¿Qué tipo de relación tiene usted con el sector deporte? Seleccione una o más opciones	
0	Ninguna relación
1	Deportista por afición
2	Deportista profesional
3	Miembro de un organismo público relacionado con el deporte
4	Trabajador del sector deportivo en empresa privada
5	Monitor / entrenador
6	Periodista deportivo
7	Padre / madre / tutor de un deportista
Pregunta 6. ¿Qué tipo de práctica(s) deportiva(s) realiza usted con mayor frecuencia? Seleccione una o más opciones	
1	Deportes individuales
2	Deportes de equipo
3	Actividades en gimnasio
4	Entrenamientos con entrenador personal
5	Actividades en la naturaleza
6	Actividades físicas en casa
Pregunta 7. ¿Diría usted que ha aumentado o descendido su gasto económico en artículos o actividades deportivas desde la crisis del coronavirus?	
0	Mi gasto económico ha descendido
1	El gasto ha permanecido igual o parecido
2	Mi gasto económico ha aumentado
Pregunta 8. Señale, con un valor del 1 al 7, la importancia que tiene para usted cada uno de los siguientes factores a la hora de elegir una actividad. Elija el 0 como "No sabe, no contesta"	
P8.1. La práctica pertenece a mis costumbres habituales como deportista	
P8.2. La actividad se practica de forma individual	
P8.3. La actividad se puede realizar al aire libre	
P8.4. La(s) instalación(es) en la que puedo realizar mi actividad está correctamente desinfectada y asegurada frente a Covid 19	
P8.5. La actividad necesita de poco equipamiento o instalaciones	
P8.6. La actividad se puede realizar en grupo de forma segura	
P8.7. La actividad tiene opciones gratuitas o de bajo coste	
P8.8. La actividad es especialmente beneficiosa para mi salud/condiciones físicas particulares	
P8.9. Puedo realizar la actividad cerca de mi domicilio	
P8.10. La actividad me resulta entretenida/agradable de realizar	
0	No sabe / No contesta
1	Ninguna importancia
2	Muy poca importancia
3	Poca importancia
4	Algo de importancia
5	Bastante importancia
6	Mucha importancia
7	Máxima importancia
Pregunta 9. En relación con la pregunta anterior, ¿ha cambiado alguna de sus preferencias desde que empezó la crisis sanitaria? Elija una o más opciones	
0	No, he intentado realizar la misma actividad
1	Sí, doy más importancia al tipo de actividad
2	Sí, doy más importancia a la cercanía a mi trabajo/residencia
3	Sí, prefiero realizar actividades en sitios más seguros frente al Covid
4	Sí, realizo actividades de menor coste monetario
5	Sí, ahora prefiero realizar mi actividad desde casa

Pregunta 10. ¿Se ha visto obligado en algún momento a cambiar de municipio/provincia para poder realizar actividades deportivas de su interés?	
0	No
1	Sí
Pregunta 11. Valore, en una escala del 1 al 5, las siguientes afirmaciones. Si no sabe qué, responder, use la opción 0 = No sabe, no contesta	
P11.1. He salido con mayor frecuencia de mi municipio para realizar actividades deportivas de mi interés que en otros años	
P11.2. Creo que hay municipios/provincias que han gestionado mejor la situación en condiciones similares	
P11.3. Me ha resultado difícil encontrar opciones interesantes para realizar actividades deportivas en mi municipio	
P11.4. Me he sentido seguro durante la realización de mis actividades deportivas desde su autorización el pasado mayo	
P11.5. He notado un encarecimiento de las actividades deportivas en mi municipio	
P11.6. Me preocupa el estado de mi actividad deportiva en mi municipio en el presente y futuro cercanos	
P11.7. Creo que la gestión del Ayuntamiento y otras autoridades competentes ha sido el adecuado para mi actividad deportiva	
0	No sabe / No contesta
1	Totalmente en desacuerdo
2	Parcialmente en desacuerdo
3	Opinión neutra
4	Parcialmente de acuerdo
5	Totalmente de acuerdo
Pregunta 12. ¿Cuál(es) de los siguientes tipos de actividades físicas considera usted seguras para la situación actual? (Seleccione 1 o más)	
1	Deporte individual
2	Deportes en equipo
3	Actividad en gimnasio
4	Actividad en centros de entrenamiento personal
5	Actividades en la naturaleza/aire libre
Pregunta 13. Sobre el deporte en casa...	
0	No he practicado nunca deporte en casa
1	Ya realizaba deporte en casa frecuentemente antes de la crisis sanitaria
2	Sólo lo practiqué durante la cuarentena
3	Empecé durante la cuarentena y he continuado desde entonces
Pregunta 14. Sobre el futuro y realizar deporte en casa...	
0	No lo realizo y no me interesa hacerlo
1	No lo realizo, pero planeo hacerlo en el futuro
2	Pienso parar de hacerlo cuando se acabe la crisis sanitaria
3	Pienso continuar haciéndolo, aunque se acabe la crisis sanitaria
Pregunta 15. En el caso de realizar deporte en casa...	
0	No lo realizo
1	He contratado los servicios de un entrenador personal para ello
2	He seguido clases de "influencers" de la actividad física en redes sociales y youtube
3	He hecho uso de plataformas online especializadas (webs o aplicaciones de gimnasios, nutricionistas...)
4	He recurrido a mis propios conocimientos sobre el tema
Pregunta 16. En caso de realizar deporte gracias a influencers o a plataformas online. ¿Cómo llegó hasta dicho medio?	
0	Respuesta inválida
1	Por recomendación de un amigo o familiar
2	Por anuncios en redes sociales
3	Buscando activamente en navegadores en Internet
4	Es la adaptación online de mi servicio habitual (gimnasio, entrenador personal)
5	Por páginas webs y blogs especializados
Pregunta 17. ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio de suscripción mensual para entrenar en casa bajo supervisión profesional, al estilo de las plataformas online como Netflix?	
0	No
1	Sí, como servicio aislado
2	Sí, como como servicio adicional a la actividad presencial
Pregunta 18. ¿Cree que el sector del deporte y la actividad física debería ser considerado esencial?	
0	No

1		Sí
Pregunta 19. Valore del 1 al 5 (En el que 1 es: totalmente en desacuerdo y 5, totalmente de acuerdo), las siguientes afirmaciones:		
P19.1. Creo que falta concienciación en la población sobre la importancia de la actividad física y la salud		
P19.2. Creo que la educación física debería tener mayor importancia en los colegios e institutos		
P19.3. Creo que se debería valorar más a los profesionales de la actividad física por su importancia en la salud		
P19.4. La situación sanitaria me ha hecho darme cuenta de la importancia de la actividad física en mi salud		
P19.5. Creo que la población va a volverse más sedentaria y menos deportista tras la crisis sanitaria		
P19.6. Desde el inicio de la crisis sanitaria he adoptado un estilo de vida más saludable		
1		Totalmente en desacuerdo
2		Parcialmente en desacuerdo
3		Opinión neutra
4		Parcialmente de acuerdo
5		Totalmente de acuerdo
Pregunta 20. ¿Cómo valoraría usted la actuación de las autoridades competentes en materias relacionadas con el sector DEPORTE y ACTIVIDAD FÍSICA en su municipio durante la crisis del Covid 19?		
1		Muy mala
2		Mala
3		Buena
4		Muy buena
5		Excelente
Pregunta 21. ¿Cree que se ha fomentado la práctica de actividades deportivas desde las autoridades frente a otras opciones de ocio?		
0		No
1		Sí, se ha intentado, pero no lo suficiente
2		Sí, de manera correcta
Pregunta 22. ¿Cómo valoraría usted la comunicación de las autoridades acerca de la normativa sobre prácticas deportivas durante la crisis del Covid 19?		
1		Muy mala
2		Mala
3		Buena
4		Muy buena
5		Excelente
Pregunta 23. ¿Qué fuente o fuentes de información consultaba para encontrar normativas relacionadas con las distintas prácticas deportivas durante la crisis del Covid 19?		
0		No he buscado información
1		Documentos oficiales como el BOE o similares
2		Comunicados de prensa y noticias en periódicos online y prensa escrita
3		Comunicados de las autoridades en redes sociales y otros medios digitales
4		A través de la radio o la televisión
5		Comunicados de empresas del sector
6		A través de amigos y/o familiares
7		No he conseguido encontrar información fiable acerca de las prácticas deportivas de mi interés
Pregunta 24. ¿Estaría dispuesto a asistir a eventos deportivos, si las autoridades lo permitiesen?		
0		No, los eventos deportivos no me interesan como ocio
1		No, prefiero esperar un tiempo antes de volver a asistir a eventos
2		Sí, pero solo en eventos pequeños y de acceso reducido
3		Si, pero solo en eventos al aire libre
4		Sí, tengo intención de hacerlo
Pregunta 25. Valore, en una escala del 1 al 5, las siguientes afirmaciones. Si no sabe qué, responder, use la opción 0 = No sabe, no contesta		
P25.1. Creo que las medidas de seguridad adoptadas con relación al deporte son más estrictas de lo que deberían		
P25.2. Creo que hay otras opciones de ocio, distintas del deporte, que se han visto beneficiadas		
0		No sabe / No contesta
1		Totalmente en desacuerdo
2		Parcialmente en desacuerdo
3		Opinión neutra

4	Parcialmente de acuerdo
5	Totalmente de acuerdo
Pregunta 26. Indique usted su sexo	
1	Mujer
2	Hombre
Pregunta 27. Indique usted su edad (Solo números)	
(Respuesta libre)	
Pregunta 28. Indique usted su código postal	
(Respuesta libre)	

*La categoría 6, periodista deportivo, fue eliminada de la hoja de respuestas, al no ser marcada por ningún encuestado.

2.2. Recodificaciones

- Se elimina la respuesta 14 por ser claramente hecha mal a propósito, con respuestas incoherentes.
- Se elimina la respuesta 242 por ser un duplicado de la respuesta 158. También la 220(Con 219) y la 316 (138), y la 263 (262)

Recodificaciones concretas de las preguntas de respuesta abierta:

Pregunta 4: En caso de que no realice actividad física, o de que su frecuencia haya descendido, indique el posible motivo o motivos. Se crea la categoría número 8: “Factores relacionados con las restricciones sanitarias” para algunas de las respuestas.

<u>Respuesta 27:</u> Cierre de las instalaciones donde lo realizaba u horarios muy temprano Considerada como “Falta de opciones interesantes para mis preferencias personales”
<u>Recodificación 1:</u> Las siguientes razones expuestas en la casilla 1 se pueden recodificar como: Factores relacionados con las restricciones sanitarias.
<ul style="list-style-type: none"> - Cerrado el negocio - Limitaciones de horario y aforo - Trabajo en un gym y doy menos clases - No abren los clubes de deporte - Cierre de las instalaciones donde lo realizaba - Las restricciones en el uso de las instalaciones - Después del parón obligatorio cuesta volver a la normalidad con mascarilla - Al no poder apuntarse uno en actividades de grupo, por eso hago menos deporte - Cierre de mis instalaciones habituales - Bajada de la I tensidad - Las restricciones horarias ha hecho que me sea más difícil - Menos actividad diaria fuera de casa que implique movimiento - Aburrimiento de no poder salir del municipio - Las medidas de locos - No se practican desde que empezó ha ido siendo de forma intermitente - Sobre todo las limitaciones perimetrales - Antes hacia deporte en el gimnasio y ahora lo hago al aire libre un día menos
<u>Recodificación 2:</u>
Respuesta 81: Antes hacia deporte en el gimnasio y ahora lo hago al aire libre un día menos – C2
Respuesta 153: Quedar en paro, y empezar a estudiar - Cat. 2
Respuesta 321 Limitación horaria

<p>– Categoría 2, falta de tiempo Respuesta 200: Desmotivacion - 8 Respuesta 283: Falta de ganas - 8</p>
<p>Respuesta 117: Innecesaria e inválida: “Lo mismo” en referencia a sus respuestas en las preguntas anteriores Respuesta 133: Sigo igual</p>
<p>Codificados como 0: Respuesta no válida</p>
<p>Respuesta 143: “Los gimnasios no me parecen seguros” Considerada como categoría 6: No creo que sea seguro realizar actividad física</p>
<p>Respuesta 183: Razones de salud (lesiones, condiciones físicas) Respuesta 269: Confinamiento domiciliario.. Respuesta 278: Solo deporte que se pueda realizar al aire libre debido al covid</p> <p><u>Recodificadas como Razones de salud, categoría 1</u></p> <p>Respuesta 18: No abren los clubes de deporte Respuesta 26: Cierre de las instalaciones donde lo realizaba u horarios muy temprano</p> <p>Recodificada como “No hay instalaciones abiertas cerca de mi domicilio o trabajo”, categoría 5</p>

Pregunta 16. No se realiza ninguna adición, pero se recodifican algunas de las respuestas:

R93: Profesor de educación física – Categoría 1

R105: ya los conocía – Respuesta inválida

R121: por propia iniciativa – Categoría 3

R147: youtube, Instagram – Categoría 2

R158: No lo practico – Respuesta inválida

R167: Newsletter – Categoría 2

R170: No lo hago – Respuesta inválida

R218: Doy servicio a mis clientes – Categoría 4

R219: Hago bici en casa – Respuesta inválida

R222: No sigo a youtubers – Respuesta inválida

R226: No practico – Respuesta inválida

R257: Youtube – Categoría 2

R258: Lo comenté una famosa en televisión – Respuesta inválida

R262: Plataforma virtual de rodillo de ciclismo – Categoría 4

R266: No lo hago – Respuesta inválida