

ANÁLISIS DEL CONTENIDO SEMÁNTICO DE LOS SITIOS WEB DE CLUBES DE VOLEIBOL FEDERADOS SOBRE EMPRENDIMIENTO, GESTIÓN Y TECNOLOGÍA

ANALYSIS OF SEMANTIC CONTENT ON WEBSITES OF FEDERATED VOLLEYBALL CLUBS ON ENTREPRENEURSHIP, MANAGEMENT AND TECHNOLOGY

Antonio Muñoz Llerena¹ (Tony_mz_ll@hotmail.com)

Jesús Fernández Gavira¹ (jesusfgavira@us.es)

Pablo Caballero Blanco¹ (pcaballero4@us.es)

¹Universidad de Sevilla.

Fecha envío: 14/11/2017

Fecha aceptación: 8/01/2018

Resumen: El trabajo que se presenta es un análisis cuantitativo del contenido semántico de los diversos sitios web de los diferentes clubes de voleibol federados que compitieron en la temporada 2016/2017 en la Copa de Andalucía en categorías Promesa a Juvenil (masculino y femenino), así como los clubes que participaron en la primera división andaluza en categoría Sénior (masculino y femenino). El análisis en cuestión se realizó en torno a tres palabras claves: Emprendimiento, Gestión y Tecnología. El proceso fue realizado mediante el motor de búsqueda de Google, que permite localizar dentro de un determinado dominio web las palabras claves deseadas. Entre los principales resultados obtenidos se encuentran que casi no se detectan los conceptos de emprendimiento y tecnología en las páginas web de los clubes federados andaluces de voleibol, mientras que el concepto de gestión sí parece tener una mayor relevancia en el conjunto del análisis.

Palabras Clave: análisis web, voleibol, emprendimiento, gestión, tecnología

Abstract: The work presented is a quantitative analysis of the semantic content of various websites of the different federated volleyball clubs that competed in the 2016/2017 season in the Andalusian Cup in Promise to Youth categories (male and female), as well as the clubs that participated in the Andalusian first division in the Senior category (male and female). The analysis in question was carried out around three key words: Entrepreneurship, Management and Technology. The process was carried out using the Google search engine, which allows locating the desired keywords within a certain web domain. Among the main results obtained are that the concepts of entrepreneurship and technology are hardly detected in the web pages of the Andalusian volleyball federated clubs, while the concept of management does seem to have a greater relevance in the whole analysis.

Keywords: web analysis, volleyball, entrepreneurship, management, technology

1. Introducción

En los últimos tiempos, el concepto de emprendimiento ha ido ganando importancia en el ámbito laboral, considerándose necesario para todas las empresas en todos los sectores y requiriendo a organizaciones e individuos por igual el desarrollar habilidades emprendedoras para competir en entornos laborales inciertos (Collins, Smith y Hannon, 2006, en González-Serrano, Crespo, Pérez-Campos y Calabuig-Moreno, 2017).

El deporte proporciona empleo a millones de personas en todo el mundo, es visto o jugado por la mayoría de la población y el nivel de élite ha pasado de ser un pasatiempo amateur a convertirse en una industria significativa (Hoye, Smith, Westerbeek, Stewart y Nicholson, 2006). Cuando se trata la aplicación del emprendimiento al deporte, se observa que hay autores que lo definen como "la mentalidad de personas u organizaciones activamente



comprometidas en la persecución de nuevas oportunidades en el contexto deportivo” (Ratten, 2012). Para Hemme, Morais, Bowers y Todd (2017), el emprendimiento deportivo ha surgido en años recientes como una prometedora unión entre el emprendimiento y la gestión deportiva, y combina las facetas económicas, socio-política y emprendedora de la industria deportiva. Este tipo de emprendimiento puede jugar un importante rol en el desarrollo del país, desarrollando una actuación eficaz en el desarrollo empresarial, en el empleo, en la salud física y mental y en el bienestar (González-Serrano et al., 2017).

Ratten (2011) afirma que el emprendimiento es una parte integral de la gestión deportiva, creando una ventaja competitiva para las personas y organizaciones implicadas en el deporte. No obstante, la innovación y el cambio siguen siendo un foco fundamental en el deporte, ya que el emprendimiento deportivo puede verse definido, según el mismo autor, cuando una entidad deportiva actúa de forma colectiva para responder a una oportunidad para crear valor. De esta forma, se antoja necesario conocer qué es la gestión deportiva para poder llevar a cabo el emprendimiento deportivo de forma eficaz. La gestión deportiva implica la aplicación de técnicas y estrategias evidentes en la mayoría de los negocios modernos, gobiernos y organizaciones sin ánimo de lucro. Los gestores deportivos se dedican a realizar planes estratégicos, gestionar recursos materiales y humanos, así como el bienestar de atletas de élite que en ocasiones cobran 100 veces el salario medio, y trabajar en una red global integrada por federaciones deportivas internacionales, organizaciones deportivas nacionales y agencias gubernamentales, entre otras (Hoye et al., 2015).

En la actualidad, en conjunto con el emprendimiento y la gestión deportiva, el otro elemento clave en el continuo desarrollo del deporte es la tecnología. Ésta puede servir para llevar a cabo diversas funciones (Loland, 2002), siendo una de esas funciones la transmisión de información, principalmente a través de sitios web (Cao y Yang, 2016; Corigliano y Baggio, 2006). Debido a ello, se antoja necesario tener sistemas que puedan evaluar la eficacia de la presentación de dicha información a las personas que necesiten acceder a ella. Hoy día, no existe una forma validada de evaluación de sitios web, pero sí existen propuestas clasificables en dos sistemas: métodos de análisis heurísticos y métodos automatizados (Corigliano y Baggio, 2006). Los heurísticos consisten en utilizar un menor número de criterios generalmente aceptados y la evaluación es realizada por expertos, cuyo número aumenta o disminuye según su experiencia en la materia (Karoulis y Pombortsis, 2004), mientras que los automatizados se basan en el empleo de un software para registrar las características de la información de un sitio web mediante un conjunto de criterios como puede ser la búsqueda de palabras clave (Cao y Yang, 2016).

Docekalova (2013) expone en su tesis doctoral que la principal causa del éxito de las ligas femeninas profesionales de voleibol son debido al emprendimiento institucional del país en cuestión. Por ello, se establece que el principal objetivo de este estudio es ver el grado de presencia de conceptos necesarios en cualquier entidad deportiva actual, como son el emprendimiento, la tecnología y la gestión, en los clubes federados andaluces de voleibol, así como discernir qué tipos de acciones se llevan a cabo para con cada uno de estos conceptos. De este modo, se busca comprobar el nivel de control, gestión e innovación que presentan los clubes de voleibol andaluces actuales.

2. Material y método

Siguiendo la trayectoria de las obras de varios autores (Basch, Zybert, Reeves y Basch, 2017; Evans, Chao, Leone, Finney y Fraser, 2016; Kwok, Singla, Phang y Lau, 2017; Pérez-Villalba, Fernández-Gavira y Caballero, 2017; Sones, Grantham y Vieira, 2009), en esta investigación se ha llevado a cabo un análisis cuantitativo del contenido semántico de los diversos sitios web de los diferentes clubes de voleibol federados que compitieron en la temporada 2016/2017 en la Copa de Andalucía en categorías Promesa a Juvenil (masculino y femenino), así como los clubes que participaron en la primera división andaluza en categoría Sénior (masculino y femenino). El análisis en cuestión se realizó en torno a algunas de las tres palabras clave establecidas en la introducción: “Emprendimiento”, “Gestión” y “Tecnología”. El proceso fue ejecutado mediante el motor de búsqueda de Google, cuya búsqueda avanzada permite localizar dentro de un determinado dominio web las palabras clave deseadas (Ruiz y Barnett, 2015). Para ello, se ha de introducir en la barra de búsqueda las palabras clave separadas por los algoritmos booleanos OR, seguidas del comando site:”sitio web en el que se



quiere realizar la búsqueda”. En este caso, la búsqueda que se realizó fue: Emprendimiento OR tecnología OR gestión site:http://sitioweb. Se empleó el software Google Chrome en su función de modo incógnito, de forma que los resultados de la búsqueda no se vieran afectados por las cookies existentes en el ordenador.

El universo de estudio lo conforman los 50 clubes inscritos en la Federación Andaluza de Voleibol que disputaron en la temporada 2016/17 la fase final del Campeonato de Andalucía (CADEBA) en categorías Promesa a Juvenil y los clubes que disputaron la liga regular de Primera División Andaluza Sénior. La muestra ha sido el 100% del universo de estudio, si bien el total de clubes que disponían de web propia eran 34, un 68% del total de la muestra. De estos 34 sitios web, 13 no se han actualizado desde hace, al menos, un año (el 38% de los sitios webs totales).

No obstante, la metodología empleada en esta investigación presenta algunas limitaciones. La primera de ellas es que el motor de búsqueda de Google sólo localiza las páginas que cumplen sus criterios de búsqueda, como podrían ser la inclusión de mapas web o metatags (Pérez-Villalba et al., 2017). De este modo, las páginas que no cumplan los requerimientos o no incluyan las palabras clave no aparecerán en la búsqueda. La segunda limitación es que Google tampoco analiza los resultados en los archivos audiovisuales ni en los documentos protegidos. Así, habría que tener en cuenta las limitaciones anteriores a la hora de interpretar los resultados.

3. Resultados

En la tabla 1 se pueden ver los resultados obtenidos en el análisis. Al evaluar los resultados obtenidos, se puede ver que, en relación a la palabra clave “emprendimiento”, no aparece ningún resultado en ninguna de las 34 webs analizadas.

Tabla 1
Presencia de las palabras clave en los sitios web analizados

	Presencia en clubes con sitio web		Presencia en total de clubes de la muestra	
	(n)	(%)	(n)	(%)
Emprendimiento	0/34	0%	0/50	0%
Tecnología	3/34	8.8%	3/50	6%
Gestión	10/34	29.4%	10/50	20%

No ocurre lo mismo con la palabra clave “tecnología”, que se muestra en 3 de las 34 webs visitadas, lo que conforma un 8.8% de la muestra de clubes que disponen de sitio web y un 6% del total de clubes de la muestra. De estas 3 apariciones, una hace referencia al patrocinio del club “empresa líder en tecnología”, otra a la tienda online del club “tecnología de las zapatillas ASICS” y la última a la tecnología empleada en las pruebas y servicios médicos del club.

Por último, la palabra clave “gestión” es la que mayor número de resultados ha obtenido, con 10 webs en las que aparece (29.4% del total de webs, 20% del total de clubes) y un total de 17 apariciones en esas 10 webs. La naturaleza de las apariciones puede dividirse en varias categorías: gestión del club (6), gestión de grupos y equipos (4), gestión de datos personales (2), gestión de las instalaciones (2), gestión externa (2), y gestión de la Federación Andaluza de Voleibol (1). En lo referente a gestión de club, se hace referencia a noticias o documentos en los que se trata la forma de dirigir el club de la directiva, principalmente en el aspecto deportivo; en cuanto a la gestión de grupos y equipos, abarca las noticias, documentos o información relacionadas con el establecimiento, gestión y dirección de los diferentes grupos de entrenamiento y equipos del club; en la gestión de datos personales se analizan documentos sobre la ley 15/1999 de gestión de datos personales, así como formularios online para la alta de nuevos socios; la categoría de gestión de instalaciones hace referencia a la gestión de alquileres y reservas de las mismas; en cuanto a la gestión externa, se expone información sobre la empresa que utiliza un club para implantar el Sistema de Gestión de la Calidad y la certificación del sello de calidad ISO 9001:2000, aunque esta implantación sucede antes de la creación de la sección de voleibol en el club, y la utilización de un software externo



para gestionar la escuela deportiva; y, por último, la gestión de la Federación Andaluza incluye una noticia periodística en la que el presidente del club habla sobre la gestión de la Federación que se está realizando actualmente.

Hay que tener presente a la hora de analizar los resultados que éstos hacen referencia a los casos en los que en la web del club aparecen las palabras clave exactas que se han buscado. Si se han empleado sinónimos, anglicismos u otras palabras derivadas de las palabras clave (por ejemplo, *management* para la palabra clave “gestión” o tecnológico para la palabra clave “tecnología”), el motor de búsqueda de Google no va a detectar ningún resultado en esa web. También existe una falta de información en las webs de los clubes no actualizadas o inexistentes, que sí pueden estar llevando a cabo acciones emprendedoras pero no estar expuesta en ningún sitio web.

4. Discusión y conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se puede observar que la presencia del concepto de emprendimiento es prácticamente inexistente en las páginas web de los clubes federados andaluces de voleibol, a pesar de su importancia en la sociedad y en el ámbito deportivo actual, tal y como indican autores como Ratten (2011) o Collins et al. (2006). No obstante, sí que tiene una mayor presencia el concepto de gestión en los sitios web de estos clubes, siguiendo la idea de Hoye et al. (2006) de la importancia de la gestión en cualquier organización deportiva. Por otro lado, también es casi testimonial la presencia del término “tecnología”, aunque ésta esté teniendo cada vez mayor importancia en el deporte actual (Loland, 2002). Tampoco es muy empleado el sitio web como forma de transmisión de comunicación, a pesar del gran potencial que podría tener este medio (Cao y Yang, 2016; Corigliano y Baggio, 2006), ya que sólo el 68% de clubes tienen web propia, siendo varios de ellos blogs que no se actualizan desde hace varios años.

Tras hacer la valoración de los resultados, se podrían obtener tres conclusiones principales: La primera, que los clubes federados de voleibol andaluces prácticamente no llevan a cabo acciones de emprendimiento y no se emplea tecnología a la hora de gestionar dichos clubes, o que no están eficazmente comunicadas las iniciativas emprendedoras tomadas por los clubes en sus sitios web y la tecnología empleada en la gestión de los mismos para el conocimiento de las personas ajenas al club; la segunda, que podría ser necesaria una mayor capacidad emprendedora por parte de todos los clubes para llevar el voleibol andaluz a un nivel de desarrollo y de performance superior para poder ser aún más competitivo; y la tercera, que consiste en la idealidad de emplear el sitio web como forma de comunicación eficaz y accesible a todos.

No obstante, hay que matizar estas conclusiones teniendo en cuenta las limitaciones de la metodología de búsqueda empleada, ya que pueden existir actuaciones emprendedoras por parte de los clubes que no se muestran en la web o que se expongan con palabras diferentes a las empleadas en la búsqueda y no aparezcan en los resultados obtenidos, así como puede haber clubes sin web que sí lleven a cabo actuaciones de este tipo. Una forma de solventar esto podría ser el ponerse en contacto personalmente con cada uno de los clubes y obtener información de primera mano sobre qué tipo de acciones se llevan a cabo en cada club en relación con el emprendimiento, la tecnología y la gestión de los mismos.

5. Referencias bibliográficas

- Basch, Corey E., Zybert, Patricia., Reeves, Rachel., y Basch, Charles. E. “What do popular YouTube TM videos say about vaccines?” *Child: Care, Health and Development*, 43(4): 1–5, 2017. <http://doi.org/10.1111/cch.12442>
- Cao, Kaijun., y Yang, Zhaopin. “A study of e-commerce adoption by tourism websites in China”. *Journal of Destination Marketing and Management*, 5(3): 283–289, 2016. <http://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.01.005>
- Collins, Lorna., Smith, Allison., y Hannon, Paul. “Discovering entrepreneurship: an exploration of a tripartite approach to developing entrepreneurial capacities”. *Journal of European industrial training*, 30(3): 188–205, 2006.
- Corigliano, Magda., y Baggio, Rodolfo. On the Significance of Tourism Website Evaluations. En M. Hitz, M. Sigala, y J. Murphy (Eds.), *Information and Communication Technologies in*



- Tourism 2006: Proceedings of the International Conference in Lausanne, Switzerland, 2006* (pp. 320–331). Vienna: Springer Vienna, 2006. http://doi.org/10.1007/3-211-32710-X_43
- Docekalova, Iva. *Institutional entrepreneurship of women's professional volleyball leagues, the United States and Czech Republic*. Alberta: University of Alberta, 2013.
- Evans, Hillary., Chao, Morgan., Leone, Courtney., Finney, Michal., y Fraser, Angela. "Content analysis of web-based norovirus education materials targeting consumers who handle food: An assessment of alignment and readability". *Food Control*, 65: 32–36, 2016. <http://doi.org/10.1016/j.foodcont.2016.01.003>
- González-Serrano, María, Crespo, Josep, Pérez-Campos, Carlos., y Calabuig-Moreno, Ferrán. "The importance of developing the entrepreneurial capacities in sport sciences university students". *International Journal of Sport Policy and Politics*, 9(4): 625-640, 2017. <http://dx.doi.org/10.1080/19406940.2017.1316762>
- Hemme, Florian., Morais, Dominik., Bowers, Mathew., y Todd, Janice. "Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry". *Sport management review*, 20(1): 92-104, 2017. <http://dx.doi.org/10.1016/j.smr.2016.07.005>
- Hoye, Russel., Smith, Aaron., Nicholson, Mathew., y Stewart, Bob. *Sport management: principles and applications*. Abingdon: Routledge, 2015.
- Hoye, Russel., Smith, Aaron., Westerbeek, Hans., Stewart, Bob., y Nicholson, Mathew. *Sport marketing principles and applications*. Boston: Elsevier, 2006.
- Karoulis, Athanasios., y Pombortsis, Andrea. "The heuristic evaluation of web-sites concerning the evaluators' expertise and the appropriate criteria list." *Informatics in education* 3(1): 55, 2004.
- Kwok, Trevor M. Y., Singla, Animesh A., Phang, Kevin., y Lau, Annie Y. S. "YouTube as a source of patient information for varicose vein treatment options". *Journal of Vascular Surgery: Venous and Lymphatic Disorders*, 5(2): 238–243, 2017. <http://doi.org/10.1016/j.jvsv.2016.10.078>
- Loland, Sigmund. "Technology in sport: Three ideal-typical views and their implications". *European Journal of Sport Science*, 2(1): 1-11, 2002.
- Pérez-Villalba, Marta., Fernández-Gavira, Jesús., y Caballero, Pablo. "La presencia del concepto de RSC en los sitios web de las empresas de turismo activo de Andalucía y su valor para los centros educativos escolares". *Espiral. Cuadernos del Profesorado*, 10(21): 118-125, 2017.
- Ratten, Vanessa. "Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management". *International entrepreneurship and management journal*, 7(1): 57-69, 2011.
- Ratten, Vanessa. "Sport entrepreneurship: Challenges and directions for future research". *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 4(1): 65–76, 2012.
- Ruiz, Jeanette., y Barnett, George. "Exploring the presentation of HPV information online: A semantic network analysis of websites". *Vaccine*, 33(29): 3354–3359, 2015. <http://doi.org/10.1016/j.vaccine.2015.05.017>
- Sones, Morgan., Grantham, Susan., y Vieira, Edwards. "Communicating CSR via pharmaceutical company web sites: Evaluating message frameworks for external and internal stakeholders". *Corporate Communications: An International Journal*, 14(2): 144–157, 2009. <http://doi.org/10.1108/13563280910953834>

