

## La financiación del deporte de alto rendimiento femenino en la CAPV The financing of women's high performance sports in the Basque Country

Judit Martínez Abajo, María Teresa Vizcarra Morales, María Gema Lasarte Leonet, Pilar Aristizabal Llorente  
Universidad del País Vasco (España)

**Resumen.** La financiación del deporte de alto rendimiento es un reto en la actualidad, especialmente para las deportistas. Ellas acceden a becas y patrocinios, pero con mayor dificultad que sus compañeros. En instituciones como el Consejo Superior de Deporte se elaboran programas específicos como el de mujer y deporte, pero no se revisa su efectividad. A través de 18 entrevistas y tres focus group se ha estudiado la financiación de las carreras deportivas de varias deportistas de la CAPV. Se ha dado voz a las deportistas para conocer sus impresiones sobre el apoyo económico recibido a lo largo de sus carreras deportivas. Algunos resultados de este estudio de caso muestran que las deportistas lamentan el escaso y tardío apoyo recibido a través de becas y sponsors y ponen de manifiesto la necesidad de un mayor soporte económico en sus carreras deportivas. Concluyen que urge caminar hacia la profesionalización en sus carreras deportivas para mejorar su eficacia.

**Palabras clave:** Deporte femenino, financiación, alto rendimiento, patrocinio y becas.

**Abstract.** The financing of high-performance sports is a challenge today, especially for female athletes. They access scholarships and sponsorships, yet with more difficulties than their male peers. In institutions such as the Higher Sports Council, specific programs, such as that of women and sports, are developed. However, their effectiveness is not reviewed. Through 18 interviews and three discussion groups, the financing of the sports careers of several athletes from the Basque Country has been studied. Sportswomen have been given a voice to know their impressions of financial support or lack thereof throughout their sports careers. Some of the results from this study show that athletes claim to have little and late support, received through scholarships and sponsors, and highlight the need for greater financial support in their sports careers. They conclude that it is urgent to move towards professionalization in their sports careers to improve their effectiveness.

**Keywords:** Women's sports, financing, high performance, sponsorship and scholarships.

### Introducción

La búsqueda de la igualdad es un reto para las instituciones deportivas vascas (Azurmendi, 2005), ya que las mujeres deportistas encuentran muchas dificultades económicas para poder sobrevivir en el deporte de competición. La falta de estabilidad económica es una de las barreras que frena sus carreras y que se hace más patente debido al «corporativismo masculino» imperante en las instituciones, que también les veta el acceso a los puestos de gestión (Iglesia, Lozano & Manchado, 2013).

En el estudio sobre la situación de las deportistas de alto nivel en la CAPV (Azurmendi & Murua, 2010), se señala que las mujeres deportistas se muestran bastante más preocupadas que los hombres por la inestabilidad económica derivada de la falta de profesionalización y de la falta de patrocinios, así como por la situación de desamparo en la que pueden encontrarse ante lesiones graves o la maternidad. Es habitual que, desde su infancia o juventud, deban compaginar su vida deportiva con sus estudios, y casi una de cada tres compagina su beca con un empleo (Emakunde, 2012, p.7). En las siguientes líneas se va a realizar una breve reseña sobre los diferentes tipos de ayuda a las que pueden acceder las deportistas vascas objeto de este estudio.

### *Ayudas económicas del Consejo Superior de Deportes (CSD)*

El Gobierno Español ofrece dos tipos de ayudas a las mujeres deportistas. Por un lado, están las «Ayudas a las Federaciones deportivas para el programa mujer y depor-

te» (MECD, 2014) y, por otro las «Ayudas del programa mujer y deporte a mujeres deportistas» (MECD, 2015). En el primer tipo de ayudas las beneficiarias son las Federaciones Deportivas Españolas (FDE), y su objeto es financiar sus actuaciones con el fin de promocionar, facilitar e incrementar la participación femenina en todos los ámbitos del deporte, ya que ésta es menor (Bermejo, Almagro & Rebollo, 2018).

Hay ayudas no específicas para deportistas de alto rendimiento, como son las ayudas del programa ADO (Asociación de Deportes Olímpicos), en las que los fondos se distribuyen a través de las Federaciones Deportivas Nacionales. Con ellas se pretende que quienes las reciban puedan dedicarse de forma exclusiva a su preparación deportiva de cara a las competiciones olímpicas y no se vean en la obligación de compatibilizar su carrera deportiva con otras tareas (Azurmendi & Murua, 2010). Las becas se conceden en base a los resultados deportivos obtenidos en los Juegos Olímpicos, Campeonatos del Mundo y Campeonatos de Europa. El éxito de este programa es claro, ya que las deportistas individuales que triunfaron en Río de Janeiro 2016 formaban parte del programa ADO (Argüeso, 2018).

Entre las becas existentes hay una ayuda para las mujeres deportistas con licencia federativa que hayan sido madres (BOE. núm. 182, 30 de julio de 2018), o que tengan hijos menores de 3 años. Dicha ayuda va dirigida a ayudar a deportistas de alto nivel por maternidad o adopción, para el cuidado de hijas e hijos menores de tres años y para la formación académica. Según se recoge en diferentes investigaciones, en el mundo del deporte femenino están surgiendo voces críticas con respecto a las becas, ya que las consideran insuficientes para garantizar la igualdad y conciliar la vida personal y laboral.

Estas ayudas no son suficientes para conciliar la vida personal y laboral. En algunos países, como es el caso de

Noruega y Dinamarca, las deportistas son trabajadoras profesionales y, por tanto, tienen el derecho a disfrutar de su baja por maternidad, situación inexistente en España (Iglesia, et al., 2013, p.86).

Además, el acceso a las ayudas se canaliza a través de las federaciones y no a través de las propias protagonistas (López, 2018), por ello estas ayudas son más bien acciones publicitarias y no están dirigidas a un cambio real.

Han pasado 12 años desde que el Consejo Superior de Deportes puso en marcha el Programa Mujer y Deporte para promover el deporte femenino. En estos 12 años apenas hemos subido porcentualmente las mujeres en la práctica deportiva, en las presidencias, en el tejido federativo, en el reparto de los estipendios económicos. Yo lo consideraría un fracaso. Y cerraría inmediatamente un programa que no es efectivo (Más, 2019, p.195).

Organismos como la Asociación para Mujeres en el Deporte Profesional, (AMDP) se han fijado los siguientes objetivos: conseguir una nueva ley del deporte y contratos laborales profesionales, el 50% de los fondos públicos, desaparición del programa «mujer y deporte» el control de federaciones y mejora en los patrocinios (Más, 2019). Otros estudios denuncian el reparto irregular de ayudas por no contar con unos criterios claros de asignación (Alfaro, et al., 2011; Díez & Guisasola, 2002; López, 2018) y que la mayoría de deportistas que no consiguen ayudas económicas suelen ser mujeres (Iglesia, et al., 2013; Martínez, 2019; Marugán, 2017).

En el deporte profesional además de la inversión económica es necesaria una legislación con perspectiva de género. Una jurisprudencia más inclusiva facilitaría el trabajo de las deportistas, eliminando, por ejemplo, las cláusulas anti-embarazo (AMDP, 2019). En esta línea, López (2017) explica una realidad excesivamente teórica de los programas públicos de mujer y deporte, ya que carecen de aplicación real, de tal manera, que no evitan muchas de las discriminaciones actuales en cuanto a las contrataciones.

### ***Ayudas económicas del Gobierno Vasco***

El Gobierno Vasco expresa querer mejorar la elaboración de presupuestos con perspectiva de género e incluir cláusulas para la igualdad en contratos, subvenciones y convenios. Plantea ayudas específicas para las mujeres deportistas como la inclusión de la partida presupuestaria «programa de promoción para la igualdad de mujeres y hombres en el deporte» o la introducción de cláusulas para el apoyo del deporte femenino de alto nivel (Gobierno Vasco, 2014). Pero todas estas actuaciones no tienen sentido si no se aborda el tema desde la gestión y organización del deporte de base (Azurmendi, 2005). Porque en la distribución presupuestaria además de las buenas intenciones es necesario tener en cuenta las necesidades y prioridades de las mujeres para aportarles mayores oportunidades (Jubeto, 2007) y evitar las discriminaciones existentes.

Son los hombres mayoritariamente los beneficiarios de estas ayudas públicas y mientras no se tenga un interés real y se dediquen más recursos humanos y materiales a la integración y promoción de las mujeres en todas las

modalidades y niveles deportivos, tampoco se dará un aumento significativo de la participación de las mujeres en el deporte (Azurmendi, 2005, p.171).

El Gobierno Vasco ayuda económicamente a deportistas de alto nivel a través de la Fundación Euskadi-Kirola Fundazioa. Esta fundación tiene como finalidad fomentar el desarrollo del deporte vasco de alto nivel, con el fin de posibilitar una nutrida representación vasca en la alta competición deportiva internacional a través de las Becas Basqueteam (Orden 2018/2525). Sin embargo, en el estudio de Azurmendi & Murua (2020), se recoge que un 72,2% de hombres y un 46,1% de mujeres consideran insuficiente la cuantía económica de la beca de la Fundación, y reclaman la cotización de las deportistas a la Seguridad Social.

Las becas, además de importantes apoyos para las deportistas, son pequeñas inversiones que, gracias al escaparate mundial que ofrecen las deportistas, retornan a la institución en forma de publicidad (Zamora, 2012). Existen herramientas que demuestran la rentabilidad de estas inversiones (Nogales, 2006). Además, esas fundaciones, empresas u organizaciones reciben incentivos fiscales por las actividades de mecenazgo (Norma Foral 4/2019).

### ***Patrocinios***

La gestión del patrocinio se da en sectores diferenciados. Existe una gestión profesional con agencias y gestorías especializadas, y una gestión amateur, con patrocinios puntuales (Femenía, 2014).

Los patrocinios y las ayudas económicas privadas están muy ligadas a la visibilidad, y así el fútbol lo patrocinan pocas empresas pero muy fuertes, mientras que otros deportes tienen dificultades para encontrar patrocinadores (Borrissier & Solanellas, 2018): Esto hace que el interés de las empresas por las mujeres deportistas sea menor contribuyendo a aumentar las desigualdades entre el deporte femenino y el masculino (Fernández & López, 2012; Azurmendi & Murua, 2010; Martínez, et al., 2020). Aunque, en el *Primer estudio sobre el estado del patrocinio deportivo en España*. DIRCOM, se señale que el patrocinio de deporte femenino está en alza (Sanahuja, Campos, Breva, & Mut, 2015), este sigue siendo inferior al masculino.

Diversos estudios (CSD, 2016; Ministerio de Cultura y Deporte, 2019) señalan que el deporte femenino está creciendo, aunque circunscrito a algunas modalidades concretas. Entre el año 2013 y el 2017 aumentó en un 37% el número de anunciantes y en un 49% el dinero destinado al deporte femenino (Nielsen Sports, 2018). El interés de la industria y de los medios de comunicación por artículos de deporte ha ayudado al aumento del número de patrocinadores de deporte femenino, que no buscaban tanto la rentabilidad económica, como un beneficio corporativo a nivel de imagen (Delard, 2018). El deporte femenino se posiciona como un plus para los anunciantes, y así lo han entendido compañías como Iberdrola que con el proyecto «Mujer, Salud y Deporte» apuesta por el impulso de la igualdad de género en el ámbito deportivo, extendiendo su inversión no solo al fútbol, sino también a

otras disciplinas con becas para mujeres en casi una veintena de federaciones (Marketing Directo, 2018).

Por su parte, el CSD a través de su «Programa Universo Mujer» (CSD, 2015) impulsó el patrocinio del deporte femenino por parte de algunas empresas que desgravaban impuestos a cambio de donaciones al deporte (Delard, 2018). Algunas deportistas conscientes de la necesidad del mecenazgo subscribieron el acuerdo «Ellas compiten» que ha permitido que las donaciones puedan tener desgravaciones fiscales de hasta el 35% para personas jurídicas y de hasta el 30% para personas físicas (AMDP, 2019). Pero este hecho puede tener como consecuencia negativa la proliferación de patrocinios de carácter social interesados en esas desgravaciones, y no tanto en las profesionales y, unido a ello, la desaparición de patrocinados y patrocinadas en deportes minoritarios (Femenía, 2014).

Para mejorar la financiación del deporte femenino (Azurmendi & Murua, 2010) se invita a las deportistas a que aumenten su visibilización para mejorar sus patrocinios. Ese círculo vicioso en el que el éxito deportivo y el éxito económico se alimentan el uno al otro pasa por aumentar la visibilidad y fidelizar a una audiencia para posteriormente monitorizar las retransmisiones (Pérez, 2018).

A pesar del crecimiento en las inversiones en el deporte femenino, las partidas siguen siendo muy insuficientes. Hay quien opina que una opción podría estar en la creación de gestores de marca personal (Zamora, Sanahuja & Blay, 2015). Profesionalizar la gestión de la carrera de las deportistas podría reportarles interesantes beneficios y una mayor eficacia de sus carreras. Un alto grado de profesionalización del patrocinio deportivo favorece la oferta de un enfoque relacional, para dar valor a las partes, generar fidelidad, compromiso y satisfacción a largo plazo entre empresas patrocinadoras y deportistas (Femenía, 2014). El reto consiste en mantener el vínculo, con independencia de los resultados deportivos (Nogales, 2006).

Es necesaria una planificación a medio y largo plazo para que las deportistas obtengan beneficios derivados de la comercialización de su imagen. «Por tanto, es preciso implementar nuevos modelos de gestión que ayuden a los deportistas a conseguir patrocinadores, interés mediático y retorno económico, pero también a preparar su salida del deporte» (Zamora, 2012, p.114). Al igual que proponen Monforte & Úbeda-Colomer (2019) «Visibilizar y combatir las desigualdades de género que se (re)producen en el deporte constituye uno de los retos principales de la investigación sociocrítica» (p.74). Por ello, los objetivos de este estudio son:

- Conocer las situaciones vividas por las deportistas de la CAPV en cuanto a las ayudas financieras recibidas
- Conocer el grado de satisfacción respecto a los patrocinios recibidos detectando áreas de mejora

## **Método**

### ***Diseño de la investigación***

La naturaleza de la información recogida en este estudio es de carácter cualitativo. La investigación cualitativa permite un acercamiento global y comprensivo a la reali-

dad (Woods & Smith, 2018). Se ha buscado conseguir una visión holística de la situación de discriminación que sufren las mujeres deportistas, con un diseño flexible en el guion de las entrevistas y los focus group que se adaptaban en función de las respuestas otorgadas por las personas participantes para que sus voces confluyeran en un enfoque global (Pérez-Serrano, 2007). Se buscaron las respuestas en la praxis de tal manera que las personas pudieron expresarse libremente y desde sus experiencias. Para conseguir esto se realizaron las entrevistas en un clima no agresivo, en el lugar en que nos indicaban las personas entrevistadas y adaptándonos a sus horarios. Para ello, se hizo un contacto previo por email y por teléfono, explicándoles el objetivo de la investigación y solicitándoles el consentimiento informado para participar (Flick, 2014; Barbour, 2013).

El estudio de caso que nos ocupa analiza la situación que viven las mujeres deportistas en sus clubes y federaciones para comprender las razones y las causas que provocan las discriminaciones vividas en el acceso a ayudas económicas en el escenario concreto del País Vasco, de tal manera, que estas razones tengan interés en sí mismas y así «el énfasis de este estudio de caso radica en comprender cómo» ocurren los hechos (Wood & Smith, 2018, p.76) ofreciendo una imagen amplia de ese problema (León & Montero, 2015).

Se ha tratado como un único estudio de caso con carácter colectivo, porque no nos interesaba explicar la especificidad de cada una de las mujeres participantes, sino las vivencias que ellas en conjunto aportan, las vivencias con características parecidas que se repetían en distintos escenarios, porque «elegir un caso no tiene por qué implicar elegir un participante, sino que es muy probable que el caso sea un grupo, una institución, una organización, etc.» (León & Montero, 2015, p.499). Nos interesaba poner en relación las diferentes experiencias y ver las características compartidas para comprobar que las situaciones adversas que han vivido cada una de ellas no son hechos aislados y sin conexiones, y entender que son producto de una manera de entender y de hacer de la sociedad en la que vivimos, y así nuestra investigación «tendrá a centrarse en la explicación de las relaciones y procesos sociales en ese contexto y situación, y ofrecer un relato holístico del fenómeno bajo escrutinio» (Wood & Smith, 2018, p.77), en nuestro caso el acceso a las ayudas de las diferentes entidades por parte de las mujeres deportistas (Martínez-Abajo, et al., 2020). El estudio supone una oportunidad para aprender sobre esta actividad y su funcionamiento (Stake, 2013) que nos interesa porque estas vivencias pueden repetirse en otras comunidades autónomas (León & Montero, 2015).

### ***Participantes***

Se han realizado un total de 18 entrevistas en profundidad a mujeres deportistas de alto nivel; siete de ellas son alavesas, siete guipuzcoanas, cuatro vizcaínas, la mayoría de ellas en activo en ese momento. El interés de las entrevistas radica en conocer la realidad de las deportistas sin ceñirse a deportes concretos, sino al conocimiento de las vivencias de esas deportistas respecto a la

financiación deportiva, así «el enfoque se pone en descripciones matizadas que representen la diversidad cualitativa, las numerosas diferencias y variedades de un fenómeno, más que en terminar con categorizaciones fijas» (Kvale, 2012, p.35). Se entrevistó a tres futbolistas, dos pelotaris, dos de balonmano, y el resto deportistas que pertenecen a disciplinas tales como kárate, lucha, curling, atletismo, sokatira, ciclismo, triatlón, surf, automovilismo, esquí o remo, entendiendo que éstas últimas son una de cada modalidad. Son deportistas con relevantes resultados en sus carreras deportivas que compiten en ligas de primera división y participan en competiciones internacionales, algunas de ellas han tomado parte en los Juegos Olímpicos de Pekín, Londres o Río de Janeiro. La edad media de las participantes es 31 años, siendo la más joven de 19 años y la de más edad de 44. En los focus group han participado 16 personas que en unos casos coincidían con quienes lo habían hecho en las entrevistas, cada una de estos focus group ha sido sobre un deporte concreto, y han colaborado cinco deportistas en pelota vasca, seis en remo y cinco en fútbol respectivamente.

### Instrumentos

Los instrumentos utilizados fueron las entrevistas y los focus groups, en todos ellos se contó con el consentimiento informado de las participantes. Mediante las preguntas de las entrevistas en profundidad se trataba de obtener información sobre las ayudas percibidas del CSD, de la Fundación Basque Team, y de las Diputaciones, conocer las condiciones de las ayudas de patrocinadores, así como, su propia percepción de discriminación, o de quedar en segundo plano con respecto a las ayudas masculinas. Aunque se llevaba un guion la pregunta cambiaba en función de la actitud mostrada por cada entrevistada, ya que eran importantes sus propias descripciones del mundo (Flick, 2014).

Se utilizó el guion semiestructurado, se planteaban así preguntas concretas que servían de inicio a un debate más amplio. Se trata de una interacción profesional cuyo propósito es obtener un conocimiento meticulosamente comprobado (Kvale, 2012) a través de la triangulación de métodos. En los focus groups, las preguntas presentadas eran las mismas que en las entrevistas, y quien los moderó indicó el inicio y el fin e informó sobre el sentido del debate (Vizcarra, Macazaga & Rekalde, 2018). El objetivo consistió en recabar más datos para poder contrastarlos con la información dada en las entrevistas (Rapley, 2014). Se realizaron tres focus groups, uno con pelotaris, otro con futbolistas y otro con remeras. La configuración de los grupos se llevó a cabo a partir de alguna característica compartida por las participantes (Bisquerra, 2016), en este caso, los criterios de elección de las participantes en los focus group eran de carácter intencional y tenían en común el deporte que practicaban. Además participaba alguna de las personas que ya habían sido entrevistadas con personas que no lo habían sido para contrastar la información tomada con dos técnicas diferentes.»

El propósito era obtener sus percepciones, sentimientos, y opiniones; sin intentar buscar el consenso, sino obtener la mayor información posible (Denzin & Lincoln,

2015; Krueger, 1991).

### Procedimiento y análisis de los datos

Tal como señala Flick (2015), el proceso de recogida de la información ha seguido los siguientes pasos: se contactó con cada una de las deportistas y se fijó una cita para la realización de la entrevista. Se grabaron en audio las entrevistas en profundidad y focus group y se tomaron notas de campo para recoger impresiones, percepciones e incluso interpretaciones sobre el significado de los silencios.

Se abandonó el trabajo de campo cuando la información se saturaba, cumpliendo así otro de los requisitos «en teoría el número de entrevistas viene determinado por la clausura del discurso, su redundancia y su saturación» (Báez & Pérez de Tudela, 2007).

Una vez finalizado el proceso de documentación con el registro y transcripción de la información, comenzamos con el procedimiento de análisis. Se llevó a cabo la categorización de los textos originales (Flick, 2004) utilizando el programa digital de tratamiento de textos NVivo11plus (Wood y Smith, 2018).

Cada una de las voces se identificó con un código concreto que aparece entre paréntesis, siendo el primer número la fecha de realización de la entrevista, seguida de una (E) en las entrevistas y (FG) en los focus group. Los últimos números se asignaron a las deportistas aleatoriamente para mantener su anonimato.

En la construcción de la herramienta de análisis o sistema categorial que está representado en la tabla 1, se optó por la categorización axial, donde se establecieron relaciones jerárquicas entre las diferentes categorías gracias al programa Nvivo. Estas categorías se relacionan con los núcleos temáticos de las preguntas y con los temas que emergían de las respuestas (Martínez, Casado & Ibarra, 2012). El sistema categorial (tabla 1) permite ordenar y clasificar la información de una manera coherente y lógica (Woods, 1987). Se analizaron 21 documentos o recursos (18 transcripciones de las entrevistas, y tres de los focus groups), de los que se recogen 112 referencias o párrafos con significación semántica de interés, siendo el párrafo la unidad de análisis. Cada párrafo es distribuido en las diferentes categorías en función de un análisis de contenido de tipo semántico que es excluyente, esto es cada párrafo solo puede colocarse en una categoría. Para evitar que resulten repetitivos en los resultados aparece solo una muestra de alguno de los fragmentos de estas referencias (tabla 1).

Tabla 1:  
Experiencias vividas por las deportistas respecto a las instituciones deportivas

Dimensión	Categoría	Subcategoría	Recursos o nº entrevistas	Nº de referencias	%
Instituciones deportivas	Ayudas económicas públicas		7	35	31,25
		G. Vasco	3	11	9,83
	Patrocinadores privados	G. Español	6	24	21,42
			17	77	68,75
<b>Total</b>			21	112	100

Fuente: Elaboración propia

### Resultados

Los resultados se agrupan en torno a dos grandes categorías: ayudas económicas públicas y patrocinadores,

y dentro de las ayudas públicas se mencionan las otorgadas por el Gobierno Vasco y el Gobierno Español, tal y como puede verse en la tabla 1.

### *Acceso a las ayudas económicas*

La mayor parte de las ayudas económicas van asociadas a los resultados deportivos, en el caso de las mujeres participantes en el estudio estas ayudas son escasas y llegan tarde. La dimensión de instituciones deportivas refleja esa escasez ya que en la categoría de ayudas económicas públicas solo un 31.25% de las voces relata experiencias relativas a ayudas económicas públicas, mientras que un 68.75% hace referencia a los patrocinios privados. Sus carreras deportivas son costosas y necesitan financiación pública o privada. Además de entrenar y competir se ven obligadas a buscar ayudas, pero las becas no siempre llegan y los sponsors son imprescindibles, pero no cubren todos sus gastos.

### *Consejo Superior de Deportes*

Las becas suelen llegar después de un largo camino de trabajo y tras haber mostrado constancia, los triunfos son la recompensa a ese trabajo diario y algunas veces van acompañados de becas. Son muy pocas las mujeres que tienen becas siendo muy jóvenes. Sorprende que del total de deportistas entrevistadas tan solo seis de ellas hablen de las becas ADO, únicamente, en un 21.87% de los párrafos.

«Empecé a tener becas y premios pequeñitos en metálico desde los 17. Yo he sido la primera becada ADO en triatlón con 22 años, pero el ADO te sirve para poco... Claro, vivía con mis padres» (160509\_E10).

La exigencia del deporte profesional condiciona que las carreras profesionales de las deportistas sean cortas, en ese efímero período de tiempo unas pocas cuentan con sueldo, ayudas y becas de diferentes administraciones, pero la mayoría de las mujeres no cuenta con nada.

«Vives de tu sueldo hasta que se te acaba como profesional, no da para más. Si estás en la selección muchos años como yo, te da para ir ahorrando. Por parte de la selección están las becas ADO, que son por méritos deportivos. Luego tienes primas por medallas de la selección. Antes había dietas, pero de la federación ya no cobramos nada» (160425\_E14).

Esas becas además de suponer una ayuda económica, aportan también el reconocimiento de la categoría de deportista de alto rendimiento y con esa certificación en sus centros de estudios consiguen tutorías para apoyar la coordinación de su carrera deportiva y estudiantil. Los y las deportistas olímpicas tienen el apoyo de sus tutores para su orientación profesional.

«Con las becas ADO para los deportistas olímpicos, el tutor o tutora te ayuda y orienta en la búsqueda de información de cualquier tipo y estás en contacto con él durante todo el año» (160425\_E14).

Por otra parte, en el mundo del deporte profesional femenino la inseguridad laboral parece ser muy grande, unos años se pueden conseguir grandes contratos y otros esa beca se la puede llevar otra persona.

«Sí, yo tuve unos años buenos cuando empezaron

con las becas ADO» (160331\_E13).

Tienen claros sus objetivos y luchan por ellos a pesar del escaso apoyo. Son conscientes de la dificultad del camino elegido, de la misma manera que sus compañeros también reconocen los méritos de ellas.

«Los corredores, mis compañeros siempre me decían: -Te admiramos. Si nosotros lo teníamos difícil tú, que sigas ahí...» (160331\_E13).

Ellas no pueden esperar la obtención de becas para seguir compitiendo, deben demostrar día a día su valía en el terreno de juego, sus carreras deportivas no pueden estar esperando ayudas que en muchos casos no llegan.

«Cuando llegaron los logros empezaron a apoyarme. Lo de siempre» (160331\_E13).

Si las becas llegan con los triunfos, habrá que pensar cuántas deportistas se han quedado por el camino sin poder optar a esas ayudas para poder continuar su carrera. Quizás sea necesario reorientar ese sistema para evitar las bajas de muchas deportistas e impedir que dejen sus carreras siendo promesas.

### *Ayudas económicas del Gobierno Vasco*

Cada año son más conocidas las becas que el Gobierno Vasco reparte entre deportistas de alto nivel, se trata de ayudas económicas dirigidas a sufragar los numerosos gastos e inversiones del deporte de rendimiento. A la hora de repartir estas becas, se tienen en cuenta exigentes criterios técnico-deportivos expuestos en el decreto 203/2010 de 20 de julio, del Deporte de Alto Nivel. Las condiciones para el acceso a esas ayudas son rigurosas, señal de ello es el mínimo porcentaje de voces que habla sobre estas becas en la presente investigación, tan solo tres de ellas mencionan estas becas en un 9.37% de los párrafos recogidos.

No debe ser fácil la decisión de asignar una beca a una deportista u otra, a pesar de que los criterios son claros en la normativa. Lo que ellas subrayan es que se hace ese reparto teniendo en cuenta criterios del currículum deportivo, y no del sexo.

«No me he puesto a contar cuántos chicos y chicas, pero nunca miran el nombre sino el currículum. No es porque tengamos que dar a tantas mujeres, es currículum» (160405\_E9).

Independientemente del acceso a esas becas, deportistas de ambos sexos deben cumplir unos requerimientos muy concretos para poder acceder a ellas. Algunas veces incluso deben reorganizar su temporada en función de esas exigencias.

«Sacrifiqué un circuito por hacer el europeo, que es lo que cuenta, porque no les importa el circuito profesional, les importa el europeo» (160501\_E17).

Entre la gran cantidad de aspirantes queda una pequeña selección de elegidas, el resto debe continuar su carrera sin beca, comenzando un nuevo camino de búsqueda de sponsors o dejando la carrera deportiva por la imposibilidad de llevarla a cabo.

### *Patrocinadores*

Practicar deporte de alto rendimiento es caro, unas pocas deportistas consiguen un sueldo digno del depor-

te, el resto debe pagarse sus competiciones y material. Las ayudas si llegan, lo hacen después de los triunfos, pero ¿qué ocurre en todo el proceso anterior? ¿Cómo se mantienen muchas de ellas en la alta competición hasta que llega su primer pódium? Un 68.75% de los testimonios recogidos de 15 deportistas y dos focus group mencionan el patrocinio privado, expresan la necesidad de contar con sponsors. Ellas deben cargar con el estigma de que las mujeres no venden, saben que el patrocinio deportivo tiene exenciones fiscales, y así justifican algunas las pocas ayudas que reciben.

Las deportistas han comenzado desde abajo preparándose, cuidando su alimentación, organizando sus viajes y buscando sus propios patrocinadores. Ellas se encargan de todo si quieren mantenerse en este mundo que las excluye.

«Hemos surgido por generación espontánea, yo me he buscado mi fisioterapeuta, he aprendido a alimentarme y me he buscado los patrocinios» (160509\_E10).

No es fácil conseguir una ayuda, mucho menos en algunos deportes especialmente masculinizados donde la presencia femenina se puede ver como algo exótico, como una novedad, pero donde las ayudas no están presentes.

«Creo que el tema de las mujeres está como un poco 'boom', pero luego mucho boom y poca ayuda. El año pasado estábamos en un equipo de rallyes dos mujeres, pero económicamente nada» (160925\_E18).

El camino no es fácil, se premian los resultados, pero se olvida el duro proceso anterior al triunfo.

«Para llegar hacen falta también patrocinadores, es la pescadilla que se muerde la cola. Yo necesito entrenar para poder llegar a donde quiero, pero si tengo que trabajar porque no tengo dinero, no puedo entrenar y...» (160319\_E6).

En este aspecto ellas también lo tienen doblemente difícil, se considera que no venden, por tanto, se les dificulta doblemente conseguir patrocinadores.

«Pienso que a nivel de sponsors siempre nos ha costado más que unas chicas vendan o que venga una empresa y ponga una pasta por un equipo de chicas» (160404\_E8).

Consideran importante la visibilidad del deporte femenino, el apoyo de la prensa en sus competiciones para conseguir llamar la atención de sponsors.

«Pero los patrocinadores dependen de que salga en la tele» (160304\_E4).

Ellas deben creer más en sí mismas, publicitarse mejor como hacen otras compañeras suyas que incluso tienen página web. Las nuevas tecnologías favorecen la difusión de noticias y campañas, algunas deportistas están aprovechando esa herramienta y compensan la escasa visibilidad en los medios con mayor presencia en redes sociales. Dan a conocer su trayectoria, algunas de ellas promueven campañas con perspectiva de género y a través de esta mayor presencia consiguen también patrocinadores. A veces hay sponsors, pero el dinero que aportan no es suficiente,

«Explotan mucho más su imagen, nosotras no sabemos explotar nuestra imagen y eso es nuestro carácter en general, aquí somos así» (160304\_E4).

«Es carísimo, pido créditos porque es que ni mi sponsor (...) me da la pasta» (160501\_E17).

Hay deportes cuyas exigencias económicas son mayores, competir en esas disciplinas requiere grandes desembolsos que los patrocinadores no cubren a pesar de los beneficios fiscales de invertir en deporte de alto rendimiento. Por otra parte, ellas cuestionan,

«¿Pero por qué no te van a patrocinar? Si están patrocinando para no pagar impuestos» (160304\_E4).

Han viajado por muchos lugares y conocen la realidad deportiva de diferentes países, por eso afirman con lástima que en otros lugares hay mayor apoyo. Evidentemente, con ayuda la situación mejora.

«En general tener más sponsor, tener más apoyo. Sí que he visto que en otros sitios hay más apoyo» (160404\_E8).

«Bueno, va todo unido, cuando hay dinero viajas en avión, cuando no hay dinero viajas en autobús y te metes un viaje de 14 horas ¡Y al día siguiente estira las piernas y juega!» (160404\_E8).

Con la profesionalización del deporte llegan mejores sponsors.

«Es cierto que yo como profesional es cuando mejor me ha venido, es cuando más he ganado, porque al popularizarse más eso hace que las marcas inviertan más, que haya más patrocinios» (160509\_E10).

Están cansadas de una carrera deportiva plagada de luchas dentro y fuera de las pistas. La sociedad les ha demostrado que sus triunfos no tienen tanto valor, lo tienen tan interiorizado que no dan valor a su palmarés deportivo, son excesivamente modestas, les falta creer más en sus posibilidades para obtener mayor rendimiento de su propia imagen, como hacen compañeras de otros lugares.

## Discusión y conclusiones

El acceso de las deportistas al deporte de alto nivel ha sido fruto de su esfuerzo y constancia. El trato recibido por parte de las instituciones deportivas dista mucho del recibido por sus compañeros masculinos.

Las deportistas entrevistadas afirman que las becas son escasas, con asignaciones muy pequeñas y con cláusulas muy duras ante situaciones de lesión o de enfermedad. En todos los casos analizados las circunstancias son mucho más duras que las de sus compañeros, como ha sido denunciado en diferentes estudios (López, 2018; Kirk & Oliver, 2014). Las becas deberían suponer más una inversión que un gasto, ya que las deportistas son activos de valor y el dinero invertido en ellas retorna en forma de publicidad para la institución que representan internacionalmente, siendo ellas mismas escaparates globales (Zamora, 2012).

Les resulta caro competir al más alto nivel; los viajes, dietas y material deportivo que corren por su cuenta minan los ya reducidos presupuestos de las deportistas. Coinciden en que las ayudas que siempre son bienvenidas e imprescindibles para poder realizar una competición con unas mínimas garantías, son insuficientes. La mayor parte de las subvenciones están siendo recibidas por aque-

llos deportes que por su cobertura mediática no necesitan tanto la ayuda de las instituciones para poder sobrevivir. Sería importante mencionar a todas aquellas deportistas que no obtienen ningún tipo de apoyo económico y que en su mayor parte suelen ser chicas (Iglesia, et al., 2013; Marugán, 2017). De hecho, ellas acceden a menos ayudas y observan la realidad de sus compañeras de otros países que viven situaciones mucho más favorables.

Se podría concluir que en el ámbito nacional algunas afortunadas consiguen becas y tienen una carrera deportiva algo más fácil en lo económico, pero solo una minoría ha accedido a estas ayudas que han ido aumentando tímidamente en los últimos tiempos (Nielsen Sport, 2018). Las desafortunadas, quienes no las consiguen relatan que deben comenzar un nuevo periplo de búsqueda de patrocinios, u optan por dejar su carrera deportiva. Asimismo, ellas son conscientes de que las ayudas económicas asignadas a los equipos masculinos y femeninos son diferentes (Garay & Eguibar, 2009). En este sentido, algunas instituciones están aprobando planificaciones y políticas públicas con perspectiva de género, que intentan compensar las discriminaciones que sufren ellas, ya que la participación de las mujeres en competiciones organizadas es mucho menor (Bermejo, et al., 2018; MECD, 2014, 2015). La adaptación de la legislación es un primer paso necesario (Leruite, Martos & Zabala, 2015), pero debe estar acompañada de otras iniciativas para que el resultado sea el esperado. Ellas afirman que el funcionamiento interno de las organizaciones deportivas está impregnado de prácticas discriminatorias (Marugán, 2017), algunas nada fáciles de observar, a veces, ni las propias deportistas son conscientes de su existencia.

Es necesario profesionalizar la gestión deportiva, queda mucho por avanzar en este sentido, una interesante opción dentro del patrocinio estaría en la creación de gestores de marca personal que ayudaran a encauzar y rentabilizar la carrera deportiva de las atletas y de esta forma su marca personal (Zamora, et al., 2015).

El cansancio ante un reconocimiento que nunca llega es patente en las deportistas entrevistadas, son conscientes de todos los retos pendientes (Soler, 2015), además de las múltiples barreras que tienen que sortear para practicar deporte (Marugán, 2018). Reclaman un mayor reconocimiento de sus triunfos y su trabajo, esta falta de valoración externa hace que ellas mismas no estimen suficientemente su palmarés deportivo. Luchan sin descanso, no hay que olvidar que «el avance de la igualdad, se lo debemos sobre todo a las deportistas» (Marugán, 2017, p.31).

En relación al trato recibido por las deportistas desde las instituciones deportivas, confiesan que dista mucho del recibido por sus compañeros masculinos, a pesar de que se están aprobando planificaciones y políticas públicas con perspectiva de género. Observan la necesidad de legislar con perspectiva de género desde las primeras etapas deportivas.

Al no recibir ayudas los gastos de material, viajes, dietas, etc. que conlleva la competición de alto nivel salen de su bolsillo, haciendo aún más insostenible la situación, por lo que becas y patrocinios privados son impres-

cindibles para subsistir. Sin embargo, hemos visto que las becas son limitadas, con asignaciones muy escasas y con cláusulas muy duras ante situaciones de lesión o de enfermedad, tal y como recogen Borrissier & Solanellas (2018, p.206), «las ayudas concedidas por las administraciones públicas y las becas ADO son muy precarias para los deportes femeninos y para la visibilidad de los mismos». Coincidimos con Isoma et al. (2019) en afirmar que las federaciones y clubes deberían acompañar a las mujeres tanto en su maternidad y como en el cuidado de sus bebés, tal y como ocurre en otros ámbitos laborales. Por ello reclaman una gestión transparente de las ayudas públicas y la profesionalización de la gestión en el deporte.

## Referencias

- Alfaro, E., Alvarez, S., Barrero, J., del Río, P., Escario, M., Fernández, C., ... Zamora, M. (2011). *Deporte y mujeres en los Medios de Comunicación. Sugerencias y recomendaciones*. Madrid: CSD.
- AMDP. (2019). *Mujeres y deporte. Asociación para Mujeres en el Deporte Profesional*. Memoria de actividades 2018. Recuperado de <https://www.mujireseneldeporte.com/wp-content/uploads/2019/06/Memoria-de-Actividades-2018.pdf>
- Argüeso, O. (2018). El éxito deportivo tiene rostro de mujer. *Eldiario.es*. Recuperado de [https://www.eldiario.es/desigualdadblog/exito-programa-ADO-rostro-mujer\\_6\\_592900718.html](https://www.eldiario.es/desigualdadblog/exito-programa-ADO-rostro-mujer_6_592900718.html)
- Azurmendi, A. & Murua, J. (2010). *Estudio desde la perspectiva de género sobre la situación de las deportistas de alto nivel de la CAPV*. Vitoria-Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia/Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- Azurmendi, A. (2005). La práctica deportiva de las mujeres como ámbito de intervención de las Instituciones Públicas Vascas. *Inguruak*, 41, 159-174.
- Báez & Pérez de Tudela, J. (2007). *Investigación cualitativa*. Madrid: ESIC.
- Barbour, R. (2013). *Los grupos de discusión en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Bermejo, J.P.; Almagro, B.J. & Rebollo, J.A. (2018). Factores motivacionales relacionados con la intención de seguir practicando ejercicio físico en mujeres Adultas. *Retos*, 34, 117-122.
- Bisquerra, R. (2016). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: La Muralla.
- BOPV (2018). ORDEN de 3 de mayo de 2018, del Consejero de Cultura y Política Lingüística, que aprueba las bases para la concesión de becas por la Fundación Basque Team Fundazioa para el fomento del deporte de alto nivel en la Comunidad Autónoma de Euskadi en el año 2018. BOPV 2018/2525 (1/23) Otras disposiciones departamento de cultura y política lingüística, 2525.
- Borrissier, J., & Solanellas, F. (2018). Estudio comparativo del patrocinio de equipos profesionales en España. El caso del fútbol, baloncesto, balonmano y hockey, *Retos*, 34, 205-211.
- CSD (2016). *Situación de la mujer en el panorama de-*

- portivo español e internacional. Diciembre 2015 (Actualización datos junio 2016) Madrid: Consejo Superior de Deportes.
- Delard, J. (2018). *El patrocinio en el deporte femenino español*. (Trabajo de Fin de Máster). Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2015). *Manual de investigación cualitativa. Métodos de recolección y análisis de datos (Vol. IV)*. Barcelona: Gedisa.
- Díez Mintegui, M. C. & Guisasola, R. (2002). *Estudio de las causas del abandono de la práctica deportiva en las jóvenes de doce a dieciocho años y propuestas de intervención. Proyecto «Itxaso»*. San Sebastián: Diputación Foral Guipúzcoa.
- Emakunde (2012). *La evaluación de impacto en función del género en deportes*. Vitoria-Gasteiz: Emakunde.
- Femenía, S. (2014). Progresión de la gestión del patrocinio deportivo en España. ¿Siglo XXII? *Historia y Comunicación Social*, 19, 575-585.
- Fernández, M. A. & López, C. (2012). La participación de las mujeres en el deporte. Un análisis desde la perspectiva de género. *Ciclo de conferencias: xénero, actividade física e deporte*. (pp.15-29). Universidade da Coruña, A Coruña.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la Investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Flick, U. (2014). *La gestión de la calidad en Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- Flick, U. (2015). *El diseño en Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- Garay, B. & Egibar, M. (2009). La participación de la mujer en los deportes tradicionales de Euskal Herria: aspectos sociológicos y perspectivas de futuro. En E. X. Dueñas Pérez (coord.) *Jokoak, kirolak eta folkloerikerketa: Jardunaldiak*, (pp.203-211). Donostia-San Sebastián: Lankidetzan.
- Gobierno Vasco (2014). *VI Plan de promoción de la igualdad entre hombres y mujeres en el sector deportivo. Análisis de la situación actual*. Recuperado de [http://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/berdintasuna\\_actuaciones/es\\_es/adjuntos/2\\_Planificaci%C3%B3n\\_FINAL.pdf](http://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/berdintasuna_actuaciones/es_es/adjuntos/2_Planificaci%C3%B3n_FINAL.pdf)
- Iglesia, M. J., Lozano, I. & Manchado, C. (2013). Deporte e igualdad: las voces de las deportistas de élite. *Feminismos*, 21, 71-90.
- Jubeto, Y. (2007). Aurrekontu publikoek sexurik ote dute? Genero-aurrekontuen osagai eta erronka nagusiak. *Uztaro*, 61, 25-44.
- Kirk, D. & Oliver, K.L. (2014). La misma historia de siempre: reproducción y reciclaje del discurso dominante en la investigación sobre la Educación Física de las chicas. *Apunts para la Educación Física y Deportes*, 116 (2), 7-22.
- Krueger, R. A. (1991). *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid: Pirámide.
- Kvale, S. (2012). *Las entrevistas en Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- Isoma, M, Felpeto, M., Alonso, D. Gómez, P. & Rial, A. (2019). Mujer y piragua: estudio de las variables moduladoras del abandono deportivo de las mujeres piragüistas en modalidades olímpicas. *Retos*, 35, 320-325.
- León, O. G. & Montero, I. (2015). *Métodos de investigación en Psicología y Educación. Las tradiciones cuantitativa y cualitativa (4ª Edición)*. Madrid: McGrawHill Education.
- Leruite, M.T., Martos, P. & Zabala, M. (2015). Análisis del deporte femenino español de competición desde la perspectiva de protagonistas clave. *Retos*, 28, 3-8.
- Limón, M. R. & Crespo, J. A. (2002). *Grupos de debate para mayores. Guía práctica para animadores*. Madrid: Narcea.
- López, M. J. (2017). *Mujer, discriminación y deporte*. Madrid: Reus.
- López, M. J. (2018). Por el deporte femenino, sin el deporte femenino. IUSPORT. <https://iusport.com/>
- Marketingdirecto.com (2018). *Mujer y deporte: la ecuación imperfecta del patrocinio* (4 de julio de 2018) Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/mujer-y-deporte-la-ecuacion-imperfecta-del-patrocinio>
- Martínez, J. (2019). *La construcción de la identidad de un grupo de deportistas vascas de alto nivel: un estudio de caso* (tesis doctoral). Vitoria-Gasteiz: UPV/EHU.
- Martínez, J., Vizcarra, M. T. & Lasarte, G. (2020). ¿Cómo perciben las deportistas el tratamiento que ofrecen los medios de comunicación? *Apunts. Educación Física y Deportes*, 139, 13-82
- Martínez, Z., Casado, B. & Ibarra, P. (2012). Movimientos sociales y procesos emancipadores. *Cuadernos de trabajo*, 57, 1-39.
- Marugán, B. (2017). El deporte como bastión del machismo. En Ayuntamiento de Sevilla (eds). Seminario internacional Re-creando imaginarios. *Actas del Seminario Internacional re-creando imaginarios Cine, deporte y género* (pp.30-39). Sevilla: Dirección General de igualdad y cooperación del Ayuntamiento de Sevilla.
- Marugán, B. (2019). *El deporte femenino, ese gran desconocido*. Madrid: Universidad Carlos III.
- Más, M. (2019). Asociación para Mujeres en el Deporte Profesional (AMDP). En B. Marugán (Ed.), *El deporte femenino ese gran desconocido* (pp.197-201). Madrid. Instituto Universitario de estudios de género. Universidad Carlos III.
- MECD (2014). Resolución de 14 de agosto de 2014, de la Presidencia del Consejo Superior de deportes, por la que se convocan ayudas a las Federaciones Deportivas Españolas para el Programa Mujer y Deporte en el año 2014. Boletín Oficial del Estado, núm. 212, del 1 de septiembre de 2014, 69096- 69122. Madrid: Gobierno de España
- MECD (2015). *Encuesta de hábitos deportivos en España*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte Recuperado de [http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/ehd/Encuesta\\_de\\_Habitos\\_Deportivos\\_2015.pdf](http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/ehd/Encuesta_de_Habitos_Deportivos_2015.pdf)



- Ministerio de Cultura y Deporte. (2019). *Anuario de Estadísticas deportivas*. Madrid: Secretaría General Técnica Subdirección General de Atención al ciudadano, Documentación y Publicaciones. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:dc406096-a312-4b9d-bd73-2830d0affb2d/anuario-de-estadisticas-deportivas-2019.pdf>
- Monforte, J. & Úbeda-Colomer, J. (2019). 'Como una chica': un estudio provocativo sobre estereotipos de género en educación física. *Retos*, 36, 74-79.
- Nielsen Sports (2018). *The rise of women's sports. Identifying and maximizing the opportunity*. Recuperado de <http://strivesponsorship.com/wp-content/uploads/2018/10/The-Rise-of-Womens-Sports-Identifying-and-Maximizing-the-Opportunity.pdf>
- Nogales, J. F. (2006). Uso y gestión del patrocinio deportivo: El patrocinio en balonmano. *E-balonmano.com: Revista Digital deportiva*, 2 (3), 37-44. Recuperado de <http://www.e-balonmano.com/ojs/index.php/revista/article/view/10>
- Norma Foral 4/2019 de 20 de marzo, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. BOB 4 de abril de 2019. Recuperada de [http://www.bizkaia.eus/Ogasuna/Zerga\\_Arautegia/Indarreko\\_arautegia/pdf/ca\\_4\\_2019.pdf?hash=e62472ba8a6b1b9096a0a4ede1b98628&idioma=CA](http://www.bizkaia.eus/Ogasuna/Zerga_Arautegia/Indarreko_arautegia/pdf/ca_4_2019.pdf?hash=e62472ba8a6b1b9096a0a4ede1b98628&idioma=CA)
- Pérez Serrano, M. G. (2007). *Métodos de investigación cualitativa en educación social y animación sociocultural: aplicaciones prácticas*. Madrid: Narcea.
- Pérez, J. (23 noviembre 2018) Las cifras del auge del deporte femenino en todo el mundo. *Mundo deportivo*. Recuperado de <https://www.mundodeportivo.com/baloncesto/20181123/453108858769/las-cifras-del-auge-del-deporte-femenino-en-todo-el-mundo.html>
- Rapley, T. (2014). *Los análisis de conversación, de discurso, y de documentos en Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- Sanahuja, G., Campos, C.; Brea, E. & Mut, M. (2015). *Primer estudio sobre el estado del patrocinio deportivo en España*. Dircom.
- Sandín, M. P. (2003). *Investigación cualitativa en Educación: fundamentos y tradiciones*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Soler, S. (2015). Estrategias de promoción del deporte femenino. En M. J. Mosquera (presidencia), *V Ciclo de Conferencias de Género, Actividad Física e Deporte, curso 2013 - 2014/2014 - 2015*. A Coruña, 5:50-62.
- Stake, R. E. (2013). Estudios de casos cualitativos. En N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (coords.). *Manual de Investigación Cualitativa*, vol. III (pp.154-197). Barcelona: Gedisa.
- Vizcarra, M.T., Macazaga, A. & Rekalde, I. (2018). *Las necesidades y valores de las niñas ante la competición escolar*. Bilbao: Emakunde-UPV/EHU.
- Zamora, J. (2012). *La gestión de la marca personal deportiva. Hacia la profesionalización de un sector de futuro*. (Tesis doctoral). Castellón: Universidad Jaime I.
- Zamora, J., Sanahuja, G. & Blay, R. (2015). El gestor de marca personal en el ámbito deportivo. *Questiones publicitarias*, 20(1), 101-116.

