



UNIVERSIDAD DE MURCIA

ESCUELA INTERNACIONAL DE DOCTORADO

El Voluntariado en Eventos Deportivos en España:
un Análisis de la Motivación
y Otros Factores Asociados

D. Salvador Angosto Sánchez

2021



UNIVERSIDAD DE
MURCIA



El alumno D. Salvador Angosto Sánchez, con número de D.N.I. 23.051.751R, estudiante del **Programa de Doctorado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte**, desarrollado por la Facultad de Ciencias del Deporte (Campus de San Javier) de la Universidad de Murcia, presenta su TESIS DOCTORAL, titulada:

El voluntariado en eventos deportivos en España: un análisis de la motivación y otros factores asociados

La presente TESIS DOCTORAL fue dirigida por el Prof. Dr. D. Arturo Díaz Suárez y por el Prof. Dr. D. José María López Gullón. Los cuales acreditan, a través de este documento, la idoneidad del presente trabajo de investigación y le otorga el Vº Bº a su contenido para llevar a cabo la defensa de pública ante un tribunal.

Para que así conste, se firma la presente en San Javier, a 27 de septiembre de 2021.

Fdo: Arturo Díaz Suárez

Fdo: José María López Gullón

Angosto, S. (2021). *El voluntariado en eventos deportivos en España: un análisis de la motivación y otros factores asociados*. Tesis doctoral. Murcia: Universidad de Murcia.

RESUMEN

El voluntariado es factor clave dentro del sector deportivo, especialmente en el ámbito de eventos. Los eventos deportivos no pueden tener lugar y alcanzar el éxito sin la participación voluntaria de los individuos. España un país con una gran tradición en la organización de eventos deportivos, por tanto, se hace necesario evaluar el voluntariado deportivo participante en eventos que tienen lugar en el territorio nacional. El objetivo general de esta tesis doctoral es analizar y evaluar el perfil sociodemográfico, motivación, satisfacción, compromiso, e intenciones futuras del voluntariado deportivo (universitario y general) participante en eventos deportivos en España. Este trabajo se distribuye en cinco estudios diferentes: i) revisión sistemática de motivación e intenciones futuras del voluntariado en eventos deportivos; ii) estudio de la motivación del voluntario deportivo universitario; iii) influencia de la motivación sobre la satisfacción en voluntarios deportivos universitarios; iv) factores influyentes en la intención de permanencia del voluntario deportivo en eventos; y v) propuesta de modelo teórico de evaluación de las intenciones futuras del voluntariado participante en eventos deportivos. Los principales hallazgos de esta tesis doctoral muestran que el interés de los investigadores por evaluar la motivación en eventos deportivos se ha incrementado en los últimos años, aunque existe una clara falta de soporte teórico a la hora de desarrollar los estudios. El perfil motivacional del voluntario deportivo universitario se orienta hacia los valores y aporte a la comunidad y el evento. Los análisis cluster destacan una mayoría de voluntarios con una alta intención de permanencia, la cual está influenciada por la motivación, el compromiso y la satisfacción. Estos hallazgos van a permitir tener un mayor conocimiento del voluntariado lo que permitirá realizar una mejor gestión del mismo y de los procesos de reclutamiento y retención de los mismos para futuras ediciones del evento deportivo.

Palabras claves: voluntariado deportivo, eventos, motivación, satisfacción, intenciones futuras, permanencia, no mega evento.

Angosto, S. (2021). *Volunteering in sport events in Spain: An analysis of motivation and other associated factors*. Dissertation. University of Murcia.

ABSTRACT

Volunteering is a key factor within the sports sector, especially in the field of events. Sports events can not take place and achieve success without the voluntary participation of people. Spain is a country with a great tradition in the organization of sport events, therefore, it is necessary to evaluate the sport volunteering participating in events that take place in the national country. The general objective of this dissertation is to analyze and evaluate the sociodemographic profile, motivation, satisfaction, commitment, and future intentions of sports volunteers (university and general) participating in sporting events in Spain. This work is distributed in five different studies: i) a systematic review of motivation and future intentions of volunteers in sport events; ii) study of the motivation of university sport volunteers; iii) study related to the influence of motivation on satisfaction in university sport volunteers; iv) study about the influence of factors in the intention to remain in sport volunteers in events; and v) a proposal of a theoretical model of evaluation of the future intentions of volunteers participating in sport events. The main findings of this dissertation show that the interest of researchers in evaluating motivation in sporting events has increased in recent years, although there is a clear lack of theoretical support when developing the studies. The motivational profile of the university sports volunteer is oriented towards values and contribution to the community and the event. The cluster analysis highlights a majority of volunteers with a high intention of permanence, which is influenced by motivation, commitment and satisfaction. These findings will allow us to have a better knowledge of the volunteers, which will allow us to better manage them and the recruitment and retention processes for future editions of the sporting event.

Keywords: sports volunteering, events, motivation, satisfaction, future intentions, permanence, non-mega event.

AGRADECIMIENTOS

Hace ya siete años que comencé mi andadura con la tesis doctoral dentro del programa de psicología al no existir un programa propio de deporte. Por medio, obtener mi beca de formación gracias la UMU sin la cual no estaría en estos momentos aquí, dos cambios de director, otro cambio de programa y una pandemia. Sin embargo, tras este tiempo puedo finalizar mi tesis doctoral en el programa de Ciencias del Deporte y la Actividad Física junto a todas las personas que me han acompañado en diferentes momentos.

En primer lugar, me gustaría agradecer a mis directores, Arturo y José María, especialmente a este último, por darme la oportunidad de confiar en mí desde mi etapa estudiantil y permitiendo mi desarrollo personal e investigador vinculado a la gestión deportiva, concretamente en los eventos deportivos y voluntariado.

En segundo lugar, agradecer a mi familia, especialmente a mis padres, Salva y Mari Carmen, por ofrecerme su apoyo y animarme a continuar mis estudios. Gracias a su apoyo han permitido que pueda estar hoy aquí culminando mi tesis doctoral, pasando por la Facultad de Educación cursando magisterio de Educación Física y posteriormente, en la Facultad del Deporte, lo que siempre quise desde adolescente.

Agradecer también a mis compañeros de la facultad la ayuda aportada y la amistad creada durante todos estos años como Jesús, Ricardo o Alejandro Cava. A mis alumnos Jose Miguel "Ferri", Higinio Laura o María, vosotros sois aquellos que más me habéis sufrido y con los que he compartido grandes momentos y he aprendido mucho.

Tampoco puedo olvidarme de mis grandes amigos, Miguel, Aldo y José Antonio, aquellos que llevan ya casi una vida acompañándome y compartiendo buenos y malos momentos desde niños. Finalmente, me gustaría dar un agradecimiento especial a mi buena amiga Clara, esa persona que me ha sufrido y soportado durante toda la etapa final de finalización de este trabajo y cuyo apoyo ha supuesto un mundo para poder finalizar todo el proceso con muchos buenos y malos momentos.

A todos ellos y aquellas personas que han pasado por mi etapa en algún momento y no he mencionado ... MUCHAS GRACIAS.

Índice

1. INTRODUCCIÓN/INTRODUCTION.....	3
2. MARCO TEÓRICO/THEORETICAL FRAMEWORK.....	9
2.1. El Voluntariado/Volunteering.....	9
2.1.2. Tipos de Voluntariado/Type of volunteering.....	11
2.1.3. Valor socioeconómico del voluntariado/Socio-economic value of volunteering.....	14
2.2. Participación del voluntariado/Volunteering participation.....	16
2.2.1. Voluntariado en el mundo/Volunteering around the world.....	16
2.2.2. Voluntariado Deportivo/Sport volunteering.....	18
2.2.3. Voluntariado en eventos deportivos/Sport event volunteering.....	21
2.3. Motivación/Motivation.....	22
2.3.1. Introducción a la motivación del voluntariado/Introduction to volunteering motivation.....	22
2.3.2. Motivaciones del voluntariado general/General volunteering motivation.....	23
2.3.3. Motivaciones del voluntariado en el deporte/Sport volunteering motivation.....	27
2.4. Compromiso/Commitment.....	33
2.5. Satisfacción/Satisfaction.....	37
2.6. Intenciones Futuras de Comportamiento/Behavioural future intentions.....	42
3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS/OBJECTIVES AND HYPOTHESES.....	47
3.1. Objetivos generales y específicos/General and specific objectives.....	47
3.2. Objetivos específicos de los estudios e hipótesis/Specific objectives of the studies and hypotheses.....	48
3.2.1. Objetivo específico Estudio 1/Specific objective Study 1.....	48
3.2.2. Objetivos específicos e hipótesis Estudio 2/Specific objective and hypotheses Study 2.....	48

3.2.3. Objetivos específicos e hipótesis Estudio 3/Specific objective and hypotheses Study 3.....	48
3.2.4. Objetivos específicos e hipótesis Estudio 4/Specific objective and hypotheses Study 4.....	49
3.2.5. Objetivos específicos e hipótesis Estudio 5/Specific objective and propositions Study 5.....	50
4. METODOLOGÍA/METHODOLOGY.....	55
4.1. Muestra/Sample.....	55
4.2. Instrumentos/Intruments.....	55
4.2.1. Motivación/Motivation.....	55
4.2.2. Satisfacción/Satisfaction.....	57
4.2.3. Compromiso/Commitment.....	58
4.2.4. Empoderamiento psicológico/Psychological empowerment.....	58
4.2.5. Patrimonio de marca/Brand heritage.....	58
4.2.6. Intenciones futuras/Future Intentions.....	59
4.3. Procedimiento/Procedure.....	60
4.4. Análisis de datos/Data analysis.....	61
5. ESTUDIO 1. MOTIVACIONES E INTENCIONES FUTURAS EN EL VOLUNTARIADO DE EVENTOS DEPORTIVOS: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA/ STUDY 1. MOTIVATIONS AND FUTURE INTENTIONS IN SPORT EVENT VOLUNTEERING: A SYSTEMATIC REVIEW.....	65
5.1. Resumen/Abstact.....	65
5.2. Introducción/Introduction.....	66
5.2.1. Motivaciones del voluntariado en eventos deportivos/Motivations in sport event volunteering.....	67
5.2.2. Motivaciones e intenciones futuras del voluntariado/Motivations and future intentios of volunteering.....	68
5.2.3. Objetivo del estudio/Purpose of the study.....	69
5.3. Método/Method.....	70

5.3.1. Criterios de inclusión y exclusión/Inclusion and exclusion criteria	70
5.3.2. Estrategia de búsqueda/Search strategy.....	70
5.3.3. Evaluación de la calidad metodológica/Methodological quality assessment	71
5.3.4. Extracción de datos/Data extraction	72
5.4. Resultados/Results	74
5.4.1. Análisis de la calidad metodológica de los estudios/Analysis of methodological quality of each study	74
5.4.2. Alcance de la investigación/Scope of research	74
5.4.3. Método de investigación y muestra/Method and sample	76
5.4.4. Principales escalas de medida/Key measurement scale	78
5.4.5. Bases teóricas/Theoretical background.....	79
5.4.6. Variables de estudio/Key construct and results related motivation	80
5.4.7. Relación entre la motivación y las intenciones futuras/Relation between motivation and future intentions	81
5.5. Discusión/Discussion.....	83
5.6. Conclusiones/Conclusions	88
6. ESTUDIO 2. PERFIL MOTIVACIONAL DEL VOLUNTARIO UNIVERSITARIO EN EVENTOS DEPORTIVOS: UN ENFOQUE DE SEGMENTACIÓN/ STUDY 2. MOTIVATIONAL PROFILES OF UNIVERSITY VOLUNTEERS IN SPORT EVENTS: A SEGMENTATION APPROACH	93
6.2. Resumen/Abstract.....	93
6.2. Introducción/Introduction	94
6.3. Método/Method	98
6.3.1. Muestra/Sample	98
6.3.2. Instrumento/Instrument	98
6.3.3. Procedimiento/Procedure.....	99
6.3.4. Análisis de datos/Data analysis.....	99
6.4. Resultados/Results	100
6.4.1. Análisis Factorial Exploratorio/Exploratory factor analysis.....	100

6.4.2. Análisis descriptivo y de correlación/Descriptive and correlation analysis.....	100
6.4.3. Identificación y descripción de los clusters/Group identification and description	101
6.5. Discusión/Discussion	103
6.5.1. Limitaciones y futuras investigaciones/Limitations and future research.....	106
6.6. Conclusiones/Conclusions	107
6.6.1. Implicaciones prácticas/Practical implications.....	107
7. ESTUDIO 3. MOTIVACIÓN Y SATISFACCIÓN EN EL VOLUNTARIADO DEPORTIVO UNIVERSITARIO/ STUDY 3. MOTIVATION AND SATISFACTION IN UNIVERSITY SPORTS VOLUNTEERING	111
7.1. Resumen/Abstract	111
7.2. Introducción/Introduction.....	112
7.2.1. Revisión de la literatura/Literature review	113
7.3. Método/Method.....	116
7.3.1. Muestra/Sample	116
7.3.2. Instrumento/Instrument.....	117
7.3.3. Procedimiento/Procedure	118
7.3.4. Análisis de los datos/Data analysis.....	118
7.4. Resultados/Results.....	119
7.4.1. Análisis descriptivo y de correlación/Descriptive and correlation analysis.....	119
7.4.2. Análisis comparativo/Comparative analysis	120
7.4.3. Análisis de regresión/Regression analysis.....	121
7.5. Discusión/Discussion	121
7.5.1. Limitaciones y propuestas para el futuro/Limitations and future research	125
7.6. Conclusiones/Conclusions	125
8. ESTUDIO 4. FACTORES INFLUYENTES EN LA INTENCIÓN DE PERMANENCIA EN VOLUNTARIADO EN EVENTOS DEPORTIVOS: UN ESTUDIO DE SEGMENTACIÓN/ STUDY 4. INFLUENCING FACTORS ON INTENTION TO PERMANENCE IN SPORTS EVENTS VOLUNTEERS: A SEGMENTATION STUDY.....	129

8.1. Resumen/Abstract.....	129
8.2. Introducción/Introduction	130
8.2.1. Revisión de la literatura/Literature review.....	131
8.3. Método/Method	135
8.3.1. Muestra/Sample	135
8.3.2. Instrumento/Instrument	135
8.3.3. Procedimiento/Procedure.....	136
8.3.4. Análisis de datos/Data analysis.....	136
8.3. Resultados/Results	137
8.4.1. Identificación de grupos/Group identification.....	138
8.4.2. Perfil sociodemográfico de los grupos/Group socio-demographic profile.....	141
8.5. Discusión/Discussion.....	141
8.5.1. Limitaciones y propuestas de futuro/Limitations and future research.....	144
8.6. Conclusiones/Conclusions	145
9. ESTUDIO 5. MODELO TEÓRICO PARA LA EVALUACIÓN DE LAS INTENCIONES FUTURAS DE PERMANENCIA DEL VOLUNTARIADO EN EVENTOS DEPORTIVOS/ STUDY 5. A THEORETICAL MODEL FOR ASSESSING FUTURE INTENTIONS TO VOLUNTEER AT SPORTS EVENTS.....	149
9.1. Resumen/Abstract.....	149
9.2. Introducción/Introduction	150
9.3. Modelo teórico/Theoretical framework.....	152
9.4. Fundamentación teórica/Theoretical background	153
9.4.1. Experiencia del voluntariado/Volunteering experience	153
9.4.2. Motivación/Motivation.....	154
9.4.3. Patrimonio de marca/Brand heritage	156
9.4.4. Satisfacción/Satisfaction	157
9.4.5. Compromiso/Commitment.....	159
9.4.6. Empoderamiento psicológico/Psychological empowerment	160

9.4.6. Intenciones futuras de comportamiento y permanencia/Behavioural future intentions and permanence	161
9.5. Marco conceptual/Conceptual framework	163
9.6. Conclusiones/Conclusions	164
10. CONCLUSIONES/CONCLUSIONS	169
11. LIMITACIONES/LIMITATIONS	175
12. PROSPECTIVA/PROSPECTIVE	179
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS/REFERENCES	185
ANEXOS/ANNEXS	229
Anexo I: Tabla 2. Estudios de motivación en voluntariado en eventos deportivos/ Annex I: Table 2. Motivational studies on volunteering at sports events.....	231
Anexo II: Instrumentos/Annex II: Instruments	239
A) Inventario de Funciones del Voluntariado (VFI)/Volunteers Function Inventory (VFI).....	239
B) Escala de Motivación del Voluntariado en Eventos Especiales (SEVMS)/Special Eventos Volunteer Motivation Scale (SEVMS)	241
C) Escala de Motivación del Voluntariado Deportivo en Eventos Deportivos Internacionales (VMS-ISE)/Volunteer Motivation Scale for International Sports Events (VMS-ISE).....	242
D) Escala de satisfacción del voluntariado/Volunteer Satisfaction Scale	244
E) Satisfacción del voluntariado/Volunteer Satisfaction.....	245
F) Escala de compromiso con la organización (OCQ)/Organizational Commitment Questionnaire (OCQ)	245
G) Escala de medición del Empoderamiento Psicológico/Psychological Empowerment Scale	247
H) Escala evaluación Patrimonio de Marca de la organización/Organisational Brand Heritage Assess Scale	248
I) Escala de Intenciones Futuras del Voluntariado/ Volunteer Future Intentions Scale.....	249

J) Escala de Intenciones de Permanencia del Voluntariado/ Volunteering Intentions to Permanence Scale.....	249
Anexo III: Carta presentación/Annex III: Presentation letter.....	251
Anexo IV: Informe Comité Bioética/Annex IV: Bioethics positive report	253
Anexo V: Estudio 1: Tabla 5. Análisis calidad metodológica estudios/ Annex V: Study 1: Table 5. Methodological Quality Assessment of each study	255
Anexo VI: Estudio 1: Tabla 6. Características de los estudios/Annex VI: Study 1: Table 6. Characteristics of each study.....	265
Anexo VII: Estudio 1: Tabla 13. Principales resultados de los estudios/Annex VII: Study 1: Table 13. Main results of each study.	269
Anexo VIII: Publicaciones asociadas a la tesis/Annex VIII: Publications associated with the dissertation.....	273

Índice de Tablas

Tabla 1. Voluntarios activos/inactivos en organización deportiva.....	20
Tabla 2. Estudios que evalúan la motivación del voluntariado en eventos deportivos.....	32
Tabla 3. Estrategia de búsqueda en base de datos.	71
Tabla 4. Descripción de las categorías y método de descripción.....	73
Tabla 5. Evaluación de la calidad metodológica de cada estudio.	74
Tabla 6. Características individuales de cada estudio..	74
Tabla 7. Localización estudios y autores por país.	75
Tabla 8. Revistas y ámbito de publicación de los estudios.	76
Tabla 9. Información sobre el evento y método.	77
Tabla 10. Cuestionarios utilizados en los estudios.	79
Tabla 11. Bases teóricas o modelos analizados en el estudio.	80
Tabla 13. Principales resultados de cada estudio.....	80
Tabla 14. Características de la muestra.	98
Tabla 15. Descriptivo de los factores y resultado AFE.....	101
Tabla 16. Perfil sociodemográfico de los grupos.	102
Tabla 17. Información demográfica del voluntariado.....	117
Tabla 18. Análisis descriptivo y de correlación de las variables del estudio.....	119
Tabla 19. Análisis comparativo de la motivación y Satisfacción según género y experiencia.	120
Tabla 20. Coeficientes del análisis de regresión múltiple.....	121
Tabla 21. Estimaciones de las relaciones del modelo.....	138

Tabla 22. Descriptivos de las variables según grupo cluster. 139

Tabla 23. Perfil sociodemográfico según grupo cluster. 140

Índice de Ilustraciones

Figura 1. Participación formal del voluntariado en los países miembros de lo OECD.....	17
Figura 2. Participación en voluntariado de los países miembros de la Unión Europea.....	18
Figura 3. Porcentaje de participación en voluntariado deportivo en países de la Unión Europea.....	19
Figura 4. Diagrama de flujo de la búsqueda.....	72
Figura 5. Frecuencia de publicación de estudios según año y acumulado.....	75
Figura 6. Modelo de relaciones propuesto.....	135
Figura 7. Propuesta de marco conceptual.....	164

Índice de Abreviaturas

Siglas	Aclaración terminológica
a-C	Alfa de Cronbach
ADYVOL	Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado
AFC	Análisis Factorial Confirmatorio
AFE	Análisis Factorial Exploratorio
AVE	Análisis de la Varianza Extractada
CFI	Índice de ajuste comparativo
CONSORT	Estándares Consolidados de Informes de Ensayos
CSE	Motivación de Eventos Deportivos Benéficos
EP	Empoderamiento psicológico
EPE	Eventos de pequeña escala
FC	Fiabilidad Compuesta
FIFA	Federación Internacional de Fútbol Asociación
GFI	Índice gamma o de bondad de ajuste
IFI	Índice de ajuste incremental
IMF	Cumplimiento de los Motivos Intrínsecos
JJOO	Juegos Olímpicos
KMO	Índice Kaiser – Meyer - Olkin
MEDs	Mega Eventos Deportivos
MTV	Motivación del Voluntariado
MVFIS	Inventario de Funciones Voluntarias Modificadas para el Deporte
NYRR	New York Road Runner
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

OCQ	Organizational Commitment Questionnaire
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
ONU	Organización de Naciones Unidas
OVM	Motivación del Voluntario Olímpico'
PM	Patrimonio de marca
PNFI	Índice de ajuste parsimonioso normalizado
RMR	Residuo cuadrático medio
RMSEA	Raíz media cuadrática residual
SDT-Mot	Escala de motivación Autodeterminada
SEM	Modelos de Ecuaciones Estructurales
SEVMS	Escala de Motivación de Voluntarios en Eventos Especiales
SVMS	Escala de Motivación del Voluntariado Especial
TAD	Teoría de la Autodeterminación
TCP	Teoría del Comportamiento Planificado
TIS	Teoría del Intercambio Social
TLI	Índice de Tucker-Lewis
ULS	Mínimos cuadrados no ponderados
UN	United Nations
UNDP	United Nations Development Programme
VFI	Inventario de Funciones del Voluntariado
VMS	Escala de Motivación del Voluntariado
VMS-ISE	Escala de Motivación de los Voluntarios para los Eventos Deportivos Internacionales
VSI	Índice de Satisfacción del Voluntariado
WOM	'Boca a boca' o "Worth of Mouth"

1. INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCTION

Volunteering is currently of great relevance in society, as it has become a very important social phenomenon in certain countries. This phenomenon can be a great psychological help that increases the level of well-being of the volunteer and the community (Ortiz & Henriques, 2013). Every year millions of people selflessly dedicate a great deal of time and effort, using their knowledge and skills, for the benefit of other individuals in the different communities in which they carry out their work.

Although there is no universal agreement, society has a general understanding of volunteering (Lockstone-Binney et al., 2010). Researchers and professionals consider that the provision of a service without any economic remuneration is a key factor in volunteering, as is the fact that it is a free choice for individuals to volunteer (Stukas et al., 1999). It should be noted that it is not just behavior of solidarity in a sporadic way, or a simple unbiased concern towards third parties; but presents a greater involvement towards issues of social interest, together with the fulfillment of personal motivations (Cabrera-Darias & Marrero-Quevedo, 2015).

Volunteering is framed within the so-called 'Third Sector', while the 'First Sector' is represented by the State and the 'Second Sector' is made up of the entire business fabric (Lorendahl, 1999). The 'Third Sector' appeared in response to the need for greater strengthening of society by modifying those aspects on which socio-political and citizen participation is structured (Revilla & Jerez, 1998), responding to the needs not covered in the first two sectors through non-profit organizations (Gil, 2017).

Nowadays, the 'Third Sector' already coexists seamlessly with the public and private sector in the United States or at the European level (Moulaert & Ailenei, 2005). Thus, the 'Third Sector' is made up of non-profit organizations that create spaces for the adequate performance of activities and tasks by volunteers, collaborating in the optimization of resources and improvement of the quality of life and coexistence of society (García-González et al., 2011).

The sports sector has not been spared from volunteering, especially in Anglo-Saxon countries, through participation in the different sports clubs, which are the axis of operation

of the work of volunteer staff. In turn, sports events are also no stranger to the important work done by volunteers. Chen (2010) highlights the existence of a reciprocal relationship between volunteering and sports events.

Thus, participation in sporting events can satisfy certain needs of the individual, while the organization depends on volunteers for its success and continuity. Volunteers make an enormous contribution to sporting events, regardless of scale, as performing unpaid labor helps reduce the costs of event planning and execution (Cuskelly et al., 2004; Pauline, 2011). Allen and Shaw (2009) stated that volunteers contribute to the success and continuation of sporting events through their investment of knowledge and skills. These volunteers, who contribute their time and effort without monetary reward, are often enthusiastic and friendly as they are working at the event by choice (Kim et al., 2007).

It is important to keep in mind that an individual's participation is influenced by numerous factors, the decision to volunteer or retention cannot be predicted by a single aspect (Hodgkinson, 2003), and is not homogeneous across volunteerism (Wilson & Pimm, 1996). Influencing factors that guide the decision making for a volunteer can be physical (sociodemographic characteristics) or psychological (motivations, beliefs, interests, etc.) (Lin, 2018).

Regarding the psychological factors, the United Nations Development Unit (2003) indicates that motivation is one of the most important factors when it comes to volunteer participation, and is the main factor explored in research in the sport context, together with its influence on the decision to volunteer (Bang & Chelladurai, 2009; Chiu et al., 2016; Clary et al., 1998; Dickson et al., 2020; Downward et al., 2020; Farrell et al., 1998; Hallmann et al., 2018; Khoo et al., 2011; B. J. Kim et al., 2019; Kim, 2018; MacLean & Hamm, 2007; Pauline, 2011; Schlesinger & Gubler, 2016; Strigas & Jackson Jr, 2003; Van den Berg et al., 2015).

In addition, numerous studies have attempted to relate motivation to other factors such as engagement or satisfaction; finding that motivation significantly influences commitment, satisfaction or future intentions (Bang et al., 2009; Bang & Ross, 2009; Cuskelly & Boag, 2001; Dickson et al., 2020; Hallmann et al., 2018; Han et al., 2013; Koutrou, 2018; Vetitnev et al., 2018; Wu et al., 2016). However, most studies have only considered the motivation and perception of volunteering.

In contrast, few studies have examined the interaction that volunteers experience with event organisers, co-workers themselves and other volunteers during the implementation of the activity itself. Therefore, there is a need for further evaluation of volunteering in sport events, with a focus on large-scale sport events down to small local sport events. Furthermore, it is necessary in different parts of the world to look more deeply into the behaviour of sport volunteering in relation to culture and traditions.

Finally, apart from the socio-cultural context, it is also necessary to investigate the relationships between volunteer motivation, the mediating effect of commitment and/or satisfaction on the volunteer's future intentions, and the volunteer's intention to permanence. It is also necessary to assess other aspects that are directly linked to volunteering, such as the psychological empowerment of the volunteer, their perception of the contribution to the sense of community, the work of teamwork, or the perception of the image of the event or organisation and their identification with it.

Therefore, this dissertation is divided into different sections. The theoretical framework of the research is presented, including the concept, typology and socio-economic value of volunteering, participation in volunteering worldwide and in the sport context, and the different factors addressed during the dissertation (motivation, commitment, satisfaction and future intentions). This is followed by an overview of the general objectives of the thesis and the studies included in the thesis, as well as a summary of the methodology used during the development of the doctoral thesis. Subsequently, five research studies are presented in individual chapters that make up the dissertation research. Finally, the overall conclusions of the thesis, the main limitations encountered and future lines of research are presented.

2. MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEÓRICO

2.1. El Voluntariado

La sociedad actual se encuentra formada por millones de personas que presentan comportamientos y actitudes muy diferentes respecto a la colaboración o ayuda hacia terceras personas o grupos en un momento determinado de su vida. La acción voluntaria se refiere a la tarea que va por encima del compromiso cívico de la persona o cualquier relación de amistad o vecindad y no a ayudas puntuales o espontáneas (Fresno & Tsolakis, 2012).

Los individuos tienen un entendimiento común sobre qué es el voluntariado, sin embargo, no hay una definición común del mismo (Cuskelly et al., 2006; Lockstone-Binney et al., 2010), pudiendo adoptar muchas formas, encontrándose diferentes designaciones y significados del servicio voluntario según el contexto (UN Voluntarios, 2019). Este informe también expone que muchos individuos suelen realizar acciones de carácter voluntario no se llegan a identificar como voluntarias. Tanto el Voluntariado Naciones Unidas como la Plataforma de Voluntariado España consideran la existencia de controversias entre las diferentes organizaciones a la hora de definir el voluntariado (Observatorio de Voluntariado, 2017; UN Voluntarios, 2015).

El voluntariado puede ser definido como la prestación de ayuda no remunerada a una organización sin ánimo de lucro con la que el individuo no tiene ninguna conexión u obligación (Clary & Snyder, 1999), pudiendo ser esta prestación de ayuda en forma de tiempo, habilidades o recursos (Howes, 2016). UNDP (2003), para ayudar a describir mejor el concepto de voluntariado, estableció tres principios clave: i) las acciones de voluntariado se llevan a cabo libremente sin coacción; ii) los beneficios económicos no son la principal razón motivadora; y iii) hay un beneficiario distinto al voluntario. Atendiendo a lo que expone la Real Academia Española de la Lengua (2021) sobre el concepto de voluntariado aparecen las siguientes acepciones:

1. Alistamiento voluntario para el servicio militar.
2. Conjunto de los soldados voluntarios.
3. Conjunto de las personas que se ofrecen voluntarias para realizar algo.

Por su parte, Wilson (2000) expresó que el voluntariado se refiere a “cualquier actividad en la que se da tiempo libremente para beneficiar a otra persona, grupo o causa” (p. 215). Finalmente, la Ley 45/2015, de 14 de octubre, del voluntariado (2015) expone en su preámbulo que el voluntariado es resultado de la “acción continuada, entregada y responsable de personas, que, desde hace largo tiempo, [...] con diferentes motivaciones o desde distintas creencias, [...] han invertido su esfuerzo, su dedicación y sus capacidades para consolidar la acción voluntaria” (p. 1). Mientras que en su ‘*Artículo 3. Concepto de voluntariado*’ indica que se entiende por voluntariado: “el conjunto de actividades de interés general desarrolladas por personas físicas”, siempre que reúnan los siguientes requisitos:

- a) “Que tengan carácter solidario.
- b) Que su realización sea libre, sin que tengan su causa en una obligación personal o deber jurídico y sea asumida voluntariamente.
- c) Que se lleven a cabo sin contraprestación económica o material, sin perjuicio del abono de los gastos reembolsables que el desempeño de la acción voluntaria ocasione a los voluntarios de acuerdo con lo establecido en el artículo 12.2.d).
- d) Que se desarrollen a través de entidades de voluntariado con arreglo a programas concretos y dentro o fuera del territorio español sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 21 y 22.

3. No tendrán la consideración de actividades de voluntariado las siguientes:

- e) Las aisladas o esporádicas, periódicas o no, prestadas al margen de entidades de voluntariado.
- f) Las ejecutadas por razones familiares, de amistad o de buena vecindad.
- g) Las que se realicen en virtud de una relación laboral, funcionarial, mercantil o de cualquier otra mediante contraprestación de orden económico o material.
- h) Los trabajos de colaboración social a los que se refiere el Real Decreto 1445/1982, de 25 de junio, por el que se regulan diversas medidas de fomento del empleo.
- i) Las becas con o sin prestación de servicios o cualquier otra actividad análoga cuyo objetivo principal sea la formación.
- j) Las prácticas no laborales en empresas o grupos empresariales y las prácticas académicas externas” (p. 5).

Es importante discernir entre voluntariado referido como acción y voluntario como individuo que lleva a cabo dicha acción. Los voluntarios pueden ser las personas que trabajan de forma voluntaria sin remuneración (Hodgkinson, 2003). Otra definición considera los voluntarios como personas que “prestan voluntariamente ayuda no remunerada, en forma de tiempo, servicio o habilidad, a través de una organización o grupo” (Australian Bureau of Statistics, 2021). El Departamento de Trabajo de los Estados Unidos (2016) se refiere a los voluntarios como las personas “que realizan actividades voluntarias no remuneradas (excepto gastos) a través de una organización o para ella”.

2.1.2. Tipos de Voluntariado

La forma tradicional de voluntariado suele ser continua, ya que las personas suelen prestar sus servicios en las mismas organizaciones de manera regular, como museos, hospitales, atracciones para visitantes, entre otras (Lockstone-Binney et al., 2010, 2015). También existen muchos voluntariados que son realizados en organizaciones humanitarias, como Cruz Roja, el Programa Mundial de Alimentos, etc. (Himanen, 2012). Actualmente, con el incremento en el número de eventos deportivos, la demanda de voluntariado episódico está aumentando (Allen & Shaw, 2009; Holmes & Smith, 2009). El voluntariado sale de diversas formas según la naturaleza del trabajo y el tiempo que se le dedique, Holmes y Smith (2009) clasificaron el voluntariado en seis tipos diferentes: i) turismo de voluntariado; ii) voluntariado corporativo: en empresas, lugares de trabajo, empleados y empleadores; iii) voluntariado episódico; iv) voluntariado familiar e intergeneracional; v) voluntariado internacional, transnacional o nacional; y vi) voluntariado virtual, en línea o cibernético. Según Live&Learn (2018) y Atieno (2021) identifican cinco tipos de voluntariado:

- a) Acción social: los voluntariados unidos por una defensa u objetivo común. Los voluntarios no suelen tener horas de trabajo voluntarias y pueden tener o no un coordinador específico.
- b) Formal: son programas supervisados y estructurados a largo plazo que implican una asistencia regular y sostenida del voluntariado.
- c) Gobernanza: los voluntariados que brindan liderazgo y dirección a una organización. También ayudan en la planificación y la toma de decisiones relacionadas con las propias actividades de la organización.

- d) No formal: es el voluntariado realizado en comunidades locales en actividades no financiadas ni estructuradas. Es decir, son acciones voluntarias de ayuda y amabilidad (comprar alimentos a una tercera persona o vecino o ayudar a un extraño).
- e) Proyecto basado: en este tipo de trabajo voluntario, los voluntarios brindan sus servicios para proyectos que tienen plazos definidos. Esto requiere que los voluntarios tengan habilidades específicas para contribuir. Siguen metas claramente definidas que se entregarán en horarios definidos.

Goabroad (2019) estableció que los principales programas de voluntariado a nivel mundial en el año 2019 serían sobre: i) ayuda en desastres naturales; ii) bienestar animal; iii) conservación; iv) empoderamiento de la mujer; v) energías renovables; vi) enseñanza en inglés; vii) niños; viii) refugiados; ix) sanitarios; y x) trabajo social. Por otra parte, los ámbitos de actuación del voluntariado según marca el “Artículo 6” de la Ley 45/2015 de voluntariado (2015) son los siguientes:

- 1) Voluntariado ambiental: tiene como fin la disminución del impacto negativo del ser humano sobre el medio ambiente poniendo en valor el los ecosistemas y recursos naturales, las especies vegetales o animales y el patrimonio natural.
- 2) Voluntariado comunitario: promueve el desarrollo de la comunidad local a través de la participación e iniciativa en los procesos de toma de decisión para la resolución de los problemas sociales que requieren de una mayor calidad de vida en los espacios vitales.
- 3) Voluntariado cultural: encargado de promover y defender el derecho de acceso a la cultura, especialmente a la integración cultural de todas las personas, a promocionar y proteger la identidad cultural.
- 4) Voluntariado deportivo: relacionado con la contribución a la cohesión social y ciudadana junto a los propios valores asociados tanto al voluntariado como al deporte. De esta forma permite el fomento de la práctica deportiva en todas sus manifestaciones incluyendo a las personas con discapacidad.
- 5) Voluntariado educativo: la acción voluntaria se encuentra integrada en el sistema y comunidad educativa con el fin de mejorar las posibilidades de realización de actividades extraescolares y complementarias. Este voluntariado contribuye a la reducción de las desigualdades que puedan existir entre el alumnado.

- 6) Voluntariado internacional de cooperación para el desarrollo: relacionado con la educación para el desarrollo entregándose dentro de la transformación del propio proceso educativo. Además, también se asocia en la promoción de la acción humanitaria y la solidaridad internacional.
- 7) Voluntariado ocio y tiempo libre: se responsabiliza en formar y sensibilizar en los valores y principios de la labor voluntaria por medio del apoyo al desarrollo actividades, en el ámbito de la educación no formal. A su vez ayuda a impulsar las actitudes, aptitudes, competencias y habilidades de cada individuo y voluntario.
- 8) Voluntariado de protección civil: responsable de la colaboración regular en la gestión de situaciones de emergencias, y en las propias actuaciones determinadas por el Sistema Nacional de Protección Civil.
- 9) Voluntariado social: se lleva a cabo a través de la acción entre las personas y la realidad social, incluyendo el voluntariado en materia de discapacidad, tercera edad o el juvenil que hagan frente a situaciones de exclusión social, vulneración, privación o falta de derechos, etc.
- 10) Voluntariado socio sanitario: es aquella acción desarrollada mediante una intervención de forma integral que combina la asistencia sanitaria, la atención social, la prevención de cualquier enfermedad, la promoción de la salud, o la rehabilitación. Ofrece ayuda a través del apoyo y orientación familiar y su entorno más cercano que ayuden a mejorar su calidad de vida.

Posteriormente, a la promulgación de la Ley 45/2015, la Ley 4/2018, de 8 de mayo, andaluza del Voluntariado (2018) ampliaba estos sectores de actuación del voluntariado en su Artículo 7, identificando y reconociendo también los siguientes ámbitos:

- 11) Voluntariado digital: enfocado al acercamiento de las nuevas tecnologías a aquellas poblaciones en riesgo de exclusión digital como consecuencia de la falta de disponibilidad de recursos. El voluntariado digital ayuda a mejorar las competencias digitales de la población reduciendo así la “brecha digital”.
- 12) Voluntariado en materia de consumo: enfocado a la realización de campañas de concienciación en materia de consumo sostenible, solidario y responsable.
- 13) Voluntariado online o virtual surge como alternativa al voluntariado presencial permitiendo realizar una actividad de forma más flexible ya que se adapta a la

mayor presencia y disponibilidad de voluntarios online a través del uso de las nuevas tecnologías. Los voluntarios colaboran en la expansión de sus recursos.

Dentro de los eventos deportivos, algunos autores indicaron que los voluntarios pueden agruparse en dos tipos según el tiempo de servicio en: voluntarios de planificación o básicos y voluntarios *in situ* o no básicos (Doherty, 2009; Holmes & Smith, 2009). Los voluntarios de planificación son aquellos que se incorporan al evento desde las primeras etapas de planificación, son aquellos que pasan más tiempo en el evento y ocupan cargos directivos u organizativos porque están muy familiarizados con el evento. Los voluntarios *in situ* son aquellos que están durante la realización del evento y suelen ocupar puestos más operacionales.

2.1.3. Valor socioeconómico del voluntariado

La acción voluntaria genera múltiples beneficios económicos y sociales en la sociedad. Los beneficios sociales son difíciles de evaluar y determinar dado el carácter intangible del voluntariado que permite mejorar considerablemente la sociedad (Independent Sector, 2018; UNDP, 2003). Volunteering Australia (2017) afirma que el voluntariado es una forma de participación cívica que permite crear ‘redes puente’ que generan prácticas sociales positivas que fortalecen comunidades. Ralston et al. (2005) indica que los voluntarios a través de su entusiasmo y habilidades contribuyen a la satisfacción y soporte de la comunidad en eventos deportivos. Según Williams y Jacques (2014), las personas voluntarias tienen un 15% más de autoestima, bienestar emocional y resiliencia que una persona no voluntaria.

En esta línea, el voluntariado deportivo ofrece que la persona puede tener 2,5 veces mejor nivel de autoestima, propósito y orgullo con una menor preocupación y ansiedad que el voluntariado general (Fujiwara et al., 2018). El bienestar del voluntariado realizado una vez a la semana es tres veces superior al que realiza varios voluntariados al año (Jump, 2019). Volunteering Australia (2015) considera que el voluntariado ayuda a las personas a ser más felices, saludables y dormir mejor, mientras que los comportamientos y acciones altruistas se asocian con un mejor bienestar, salud y longevidad.

Por otro lado, los beneficios económicos se suelen cuantificar mediante la estimación en dólares del valor del tiempo de dedicación de los voluntarios. También se suele cuantificar el número de horas dedicadas y de puestos de trabajo a tiempo completo.

Así, Independent Sector (2016) estimó en 184.000 millones de dólares el valor del voluntariado en Estados Unidos en el año 2014. En 2018, el valor de las horas del voluntariado en dólares se ha incrementado pasando de 14,56 dólares por hora en 1998 a 24,69 dólares por hora en 2017 (Independent Sector, 2018).

Según diferentes estimaciones cada voluntario deportivo permite que 8,5 personas puedan realizar deporte (Fujiwara et al., 2018). En cuanto al impacto económico del voluntariado, Williams y Jacques (2014) también consideran que cada voluntario permite la práctica deportiva de 8,5 personas, el coste de cada persona se estima en valor de 1.127 libras lo que supone un total de 9.880 libras en total. Además, considerando el coste de salud mental a través del ahorro de recibir atención sanitaria, se genera un valor total de 12.574 libras por voluntario y un total de 53 billones de libras aproximadamente (Williams & Jacques, 2014). Trotter et al. (2014) sugirieron un valor de 2.974 libras, distribuidos en su aportación valorada en 2.537 libras, 331 libras en salud mental y 106 libras en salud física por voluntario.

Otro informe posterior mostró que, en Australia, el ámbito predominante en voluntariado durante el año 2014 fue el deporte y actividades recreativas con una contribución de 157,5 millones de horas de voluntariado para un total de 743 millones de horas totales (Australian Bureau of Statistics, 2015). Volunteering Australia (2015) informa que el valor económico del voluntariado se incrementó de 19,4 billones de dólares en 2006 a 25,4 billones de dólares en 2010, mientras que en el año 2015 la población australiana dedicó un total de 623 millones de horas equivalentes a 317.000 puestos de trabajo a tiempo completo. En 2017, el valor del voluntariado se estimó en 477,5 millones de dólares con una dedicación de más de 12,3 millones de horas en voluntariado (Volunteering Australia, 2017).

Volunteering Tasmania (2019) estima que cada voluntario tuvo una dedicación anual media de 229 horas anuales, o 4,4 horas semanales, que supusieron una contribución de cuatro billones de dólares (tres billones por la labor voluntaria y un billón de beneficios cívicos). Además, el coste medio por hora del voluntario fue de cuatro dólares y un retorno de 3,5 dólares por cada dólar invertido en voluntariado (Volunteering Tasmania, 2019). Doherty y Price (2005) en un análisis de la población canadiense estimó que el voluntariado deportivo en 2005 contribuyó con una media de 143 horas al año por voluntario que suponen un total de 167 millones.

AmeriCorps (2018) indica que el voluntariado en Estados Unidos en 2018 realizó 6,9 billones de horas lo que equivale a un valor de 167 billones de dólares. Por su parte, en Canadá el voluntariado realizó en 2012 un total de 2,07 billones de horas que representan 1,1 millones de puestos de trabajo a tiempo completo, siendo el sector deportivo el más representativo, con una contribución media de 120 horas por voluntario (Vezina & Crompton, 2012). Finalmente, Conference Board of Canadá (2018) indicó que la contribución en 2017 del voluntariado fue de dos billones de horas con una media de 155,7 horas por voluntario que tuvieron un coste de 27,5 dólares por hora y un valor total de 55,9 billones de dólares.

2.2. Participación del voluntariado

2.2.1. Voluntariado en el mundo

Salamon et al. (2018) informaron que, con base en informe sobre voluntariado realizado por Naciones Unidas en 2018, un total de 109 millones de personas eran voluntarias alrededor de todo el mundo. Atendiendo a las regiones, Norteamérica tuvo una participación media del 20,7% de su población, seguida de Europa Occidental (15,6%), el Lejano Oriente (14,4%), África (13,3%), Sur de Asia e Indonesia (12,1%), Europa del Este y Rusia (11,7%), Medio Este (10,6%), Sudamérica (9,3%), y en último lugar, Australia y Nueva Zelanda (1,2%). Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos estima que la ratio de participación de sus países miembros es del 18,9%, siendo los países con mayor proporción en la participación Estados Unidos (29,5%), Nueva Zelanda (29,2%), Noruega (28,1%), Países Bajos (27,1%) y Canadá (25,6%) (OCDE, 2018; Figura 1).

Más específicamente, el Eurobarómetro de 2015 determinó la participación en voluntariado durante los últimos 12 meses en sus países miembros (Figura 2), con una ratio media del 25% (European Commission, 2015). Los países con mayor porcentaje de población voluntaria fueron: Irlanda (42%), Dinamarca (39%) y Países Bajos (38%). El porcentaje de participación de España fue del 22%. En Reino Unido, Reid y Flindlay-King (2018) indican que la ratio de participación de la población británica durante el último año fue del 63%. El Consejo Nacional de Organizaciones de Voluntariado de Reino Unido, en

su encuesta de la Sociedad Civil en 2020, determinó que un total de 19,4 millones de población realizaba voluntariado anualmente (National Council for Voluntary Organisations, 2020). En Flandes (Bélgica), un 29,6% de la población realizaba voluntariado (Thibaut & Scheerder, 2018).

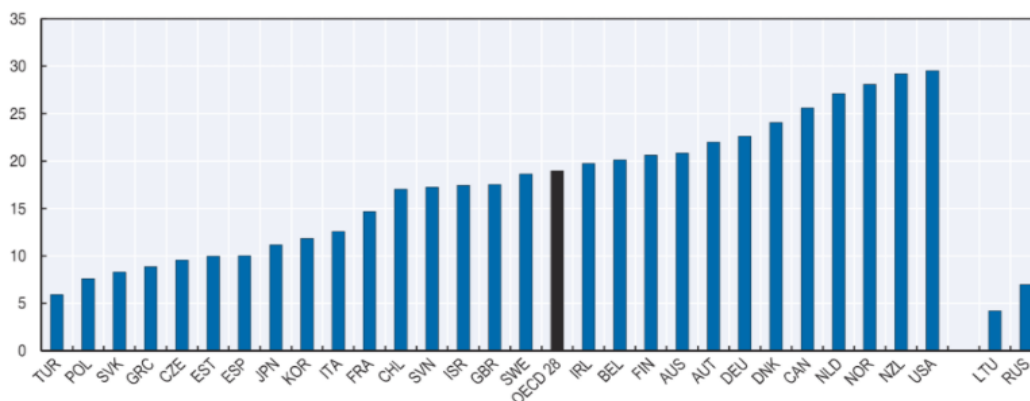


Figura 1. Participación formal del voluntariado en los países miembros de lo OECD. Fuente: OECD (2018).

Vehmas et al. (2018) indicaron que un 25% de la población finlandesa participaba en voluntariado general. En Alemania, un 43,6% de la población realizó al menos una vez voluntariado durante el año 2014 (Feiler et al., 2018). Lucassen y Reitsma (2018) exponen que casi la mitad de la población holandesa hizo voluntariado en 2017 (49%), mientras la ratio del voluntariado en Suiza fue de un 42% durante 2016 (Nagel et al., 2018). En España, el Observatorio de Voluntariado (2020) indica un 38,2% de la población española llevó a cabo voluntariado en el año 2019. Sin embargo, Llopis-Goig y García-Alcober (2018) expusieron que la participación en voluntariado de la población española fue del 16,7%.

En Norte América, Estadísticas Canadá estimó la participación en voluntariado en 13,3 millones de personas en Canadá (Vezina & Crompton, 2012), representando en el año 2013, un 44% (Misener & Morrison, 2018). AmeriCorps (2018) calculó que un total de 77,4 millones de estadounidenses realizaron voluntariado, mientras que Farr y Green (2018) indicaron que en 2017 la ratio de voluntariado en Estados Unidos tuvo una participación de 62,6 millones de personas. Volunteering Australia (2017) informó que el 31% de la población australiana realizó voluntariado al menos una vez durante el último año. En Nueva Zelanda, un 27% de la población realizó voluntariado en el año 2013 (Wright & Kobayashi, 2018), y en Tasmania el 68,8% de la población participó en alguna actividad voluntaria en 2018 (Volunteering Tasmania, 2019).

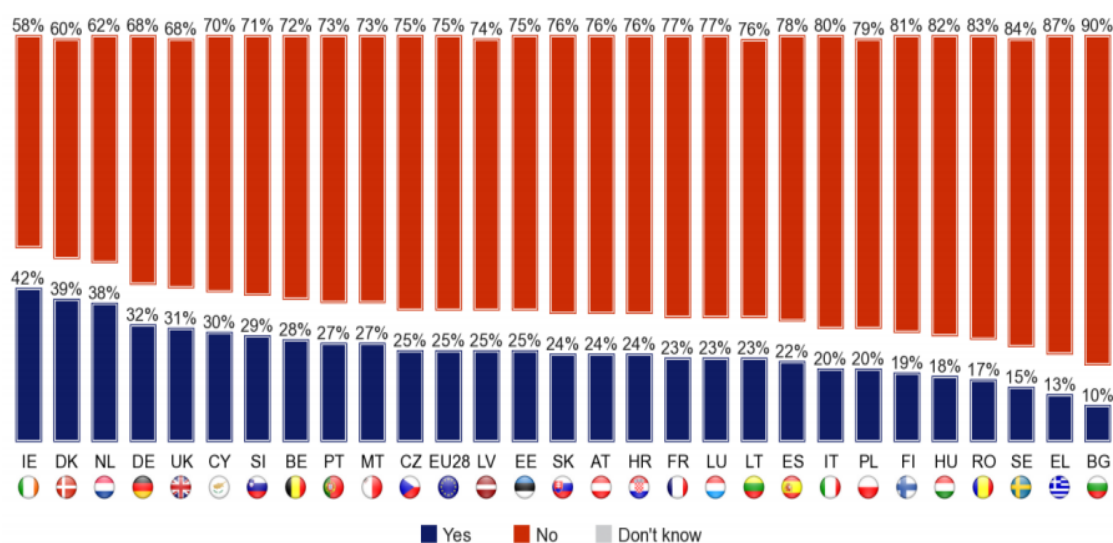


Figura 2. Participación en voluntariado de los países miembros de la Unión Europea.
 Fuente: Eurobarómetro (European Commission, 2015).

En Asia, Japón tenía una ratio de participación en actividades voluntarias del 26% en 2016 (Ikeji et al., 2018). Xing et al. (2018) exponen que el voluntariado registrado en China es del 2,56%, incrementándose a un 9,75% si se tiene en cuenta el número de personas no registradas. Por el contrario, Global Times (2019) indican que el Ministerio de Asuntos Civiles registraba, en 2018, más de 100 millones de personas en su base de datos de voluntariado sobre la población China. Un 23,6% de la población de Corea del Sur realizó una actividad voluntaria durante el año 2017 (Hwang & Chung, 2018). Müller (2018) indica que la participación de la población brasileña era de un 20% durante, mientras en Paraguay fue del 3,3% (Regier, 2018). En África no se encuentran registros lo suficientemente claros sobre la participación de su población en voluntariado.

2.2.2. Voluntariado Deportivo

El voluntariado deportivo se va extendiendo cada vez más en los diferentes países debido, en parte, al incremento en el número de eventos deportivos que se realizan en todo el mundo anualmente. Los grandes eventos suponen un empuje importante al voluntariado deportivo en un país. Por ejemplo, Cuskelly (2011) indica que, según fuentes internas, el voluntariado deportivo en Australia era de un 33%, mientras que, según fuentes externas, el voluntariado deportivo era solamente del 11%. Esto contrasta con otros países como Finlandia (16%), Dinamarca (11%), Alemania (10,9%), Francia y Austria (6,8%) y Grecia, Lituania, Letonia o Rumanía con menos de un 1%. En Europa, la Comisión Europea indica que el voluntariado deportivo de la población europea en 2017 fue de un 6% (Figura 3;

European Commission, 2018). Los países con una mayor ratio de participación en actividades voluntarias de carácter deportivo fueron Países Bajos y Suecia (19%), Dinamarca (18%), Luxemburgo (12%) y Finlandia (11%).

En Flandes (Bélgica) el voluntariado deportivo representaba un 8,3% en el año 2015 (Thibaut & Scheerder, 2018). Reid y Findlay-King (2018) cifran en un 15% el voluntariado deportivo en Reino Unido durante el año 2015. Por su parte, Statista (2021) indica que el sector deportivo representó un 20,7% del voluntariado en Reino Unido durante el año 2019. En Finlandia, Vehmas et al. (2018) exponen que el voluntariado deportivo en el país era del 11%, mientras en Alemania, durante el año 2017, fue del 16,3% según Feiler et al. (2018). Lucassen y Reitsma (2018) expusieron que en Países Bajos el voluntariado deportivo representaba el 15% durante el año 2015. Por su parte en Suiza fue del 12% en el año 2018 (Nagel et al., 2018).

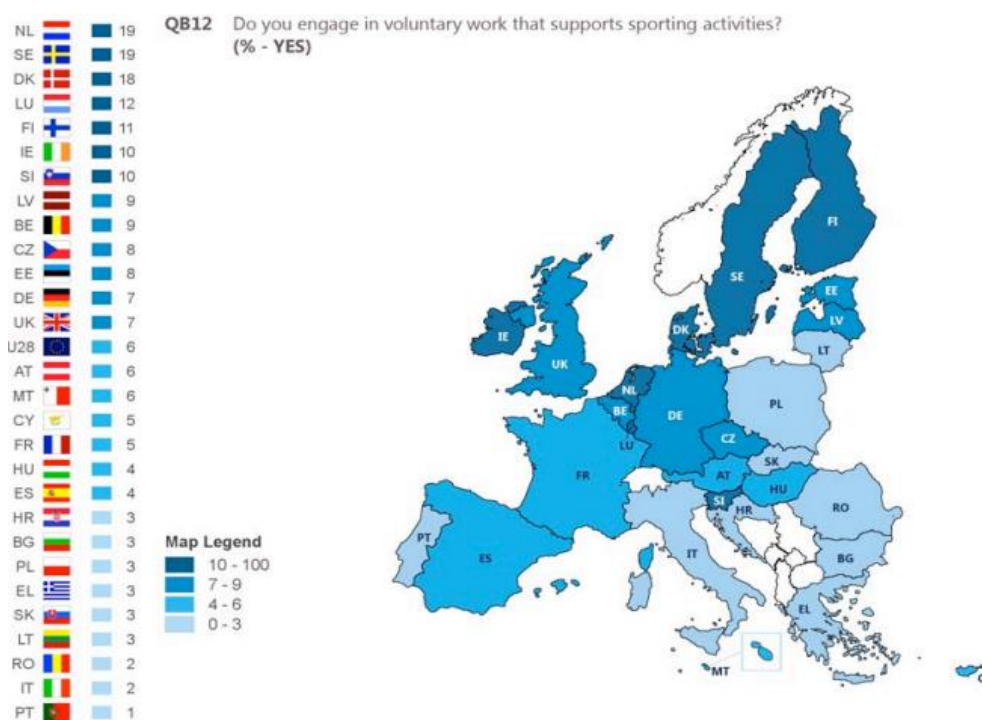


Figura 3. Porcentaje de participación en voluntariado deportivo en países de la Unión Europea. Fuente: Comisión Europea (European Commission, 2018).

Farr y Green (2018) reportaron que el voluntariado que abarcaba deporte, hobbies, cultura y artes en Estados Unidos tenía una participación del 3,9%. Vezina y Crompton (2012) indica que el voluntariado deportivo y recreativo es el más numeroso con un 19%, así como también en Nueva Zelanda con un 20% en 2013 y 2015 respectivamente (Volunteering New Zealand, 2020; Wright & Kobayashi, 2018), o Australia con un 37%

también en el año 2015 (Volunteering Australia, 2015). Fairley y Phillips (2018) indican que el voluntariado deportivo en Australia representaba un tercio de todo el voluntariado a nivel nacional.

Volunteering Tasmania (2017) expone que 38.000 personas realizaban voluntariado regularmente en el año 2010 en Tasmania. Japón, por su parte, tenía un 6,7% de voluntariado deportivo en el año 2016 (Ikeji et al., 2018), y Corea del Sur contó con un 2,6% de voluntariado en el año 2015 (Hwang & Chung, 2018). Müller (2018) indica que el voluntariado brasileño que desarrollaba actividades deportivas en el año 2015 era del 17%. Haerpfher et al. (2020) realizan periódicamente una recopilación de datos gubernamentales sobre diferentes aspectos sociales de los diferentes países, entre los que recoge la asociación como miembro activo o inactivo como voluntario en organizaciones deportivas o recreativas de la población entrevistada en 49 países de todo el mundo. La Tabla 1 representa el grado de participación por país ordenado de mayor a menor porcentaje de socios miembros.

Tabla 1. Voluntarios activos/inactivos en organización deportiva.

País	No pertenece		Miembro Inactivo		Miembro Activo	
	N	%	N	%	N	%
Nueva Zelanda	489	49,3	189	19,1	313	31,6
Bolivia	1206	58,5	275	13,3	579	28,1
Australia	1065	59,5	272	15,2	452	25,3
Nigeria	733	60,2	213	17,5	272	22,3
Colombia	783	51,5	398	26,2	339	22,3
Tailandia	903	60,2	265	17,7	332	22,1
Guatemala	587	50,0	342	29,1	246	20,9
Ecuador	797	66,9	163	13,7	232	19,5
Tayikistán	830	69,2	152	12,7	218	18,2
Nicaragua	761	63,4	223	18,6	216	18,0
Taiwán	741	60,6	273	22,3	209	17,1
Indonesia	2087	65,3	580	18,1	530	16,6
Andorra	802	80,0	44	4,4	157	15,7
Malasia	833	63,5	291	22,2	188	14,3
Chipre	696	70,3	158	16,0	136	13,7
Chile	692	69,2	171	17,1	137	13,7
Puerto Rico	797	70,7	179	15,9	151	13,4
México	1238	71,2	276	15,9	224	12,9
Estados Unidos	1914	74,3	333	12,9	328	12,7
Alemania	802	52,5	544	35,6	181	11,9
Filipinas	901	75,1	158	13,2	141	11,8

Tabla 1. Voluntarios activos/inactivos en organización deportiva (continuación).

País	No pertenece		Miembro Inactivo		Miembro Activo	
	N	%	N	%	N	%
Iraq	932	78,8	119	10,1	131	11,1
Zimbabue	791	65,7	281	23,3	132	11,0
Irán	1132	75,5	206	13,7	161	10,7
Japón	1124	84,2	71	5,3	140	10,5
Brasil	1471	85,9	65	3,8	177	10,3
Serbia	788	77,0	131	12,8	105	10,3
Etiopía	937	76,7	161	13,2	124	10,1
Hong Kong	1565	75,4	319	15,4	191	9,2
Pakistán	1391	76,3	265	14,5	166	9,1
Perú	1171	84,3	98	7,1	120	8,6
Kirguizistán	1027	85,9	74	6,2	95	7,9
Argentina	821	81,9	109	10,9	73	7,3
Corea del sur	993	79,8	167	13,4	85	6,8
Grecia	1057	88,2	79	6,6	63	5,3
Myanmar	1018	84,8	125	10,4	57	4,8
Rumanía	1102	88,7	82	6,6	58	4,7
Macao	802	79,2	163	16,1	47	4,6
Vietnam	1117	93,1	28	2,3	55	4,6
Jordania	1070	92,6	36	3,1	50	4,3
Rusia	1622	90,2	105	5,8	71	3,9
Ucrania	1078	85,4	136	10,8	48	3,8
Kazajistán	1029	84,1	149	12,2	46	3,8
Bangladesh	1064	89,8	80	6,8	41	3,5
Túnez	1025	88,9	89	7,7	39	3,4
China	2786	92,2	136	4,5	101	3,3
Turquía	2172	91,0	140	5,9	76	3,2
Egipto	1142	95,2	24	2,0	33	2,8
Líbano	1127	93,9	43	3,6	30	2,5

2.2.3. Voluntariado en eventos deportivos

La demanda de voluntariado de tipo episódico ha aumentado considerablemente en los últimos años debido al incremento en el número de eventos deportivos (Allen & Shaw, 2009; Holmes & Smith, 2009; Pauline, 2011). La cantidad de voluntarios varía según el tamaño y escala del evento, requiriéndose una gran cantidad de voluntarios en mega-eventos deportivos como los Juegos Olímpicos (JJOO, Kemp, 2002), aunque en eventos

de menor escala, la contribución de los voluntarios es igual de importante pese a ser menos numerosos (Strigas & Jackson Jr, 2003).

Por ejemplo, los JJOO de Verano de Los Ángeles 1984 reclutó 30.000 voluntarios (Hitt, 2017), mientras en los JJOO de Verano de Pekín 2008 la organización contó con aproximadamente 100.000 voluntarios (Lin, 2018). El Comité Olímpico Internacional indica que los JJOO de Invierno de Vancouver tuvo la participación de 75.000 voluntarios y los JJOO de Verano en Londres 2012 realizaron un reclutamiento de 70.000 voluntarios, o en los JJOO de Invierno de Sochi 2014 se reclutaron más de 25.000 voluntarios (International Olympic Committee, 2019). En los JJOO de Río 2016 participaron 50.000 voluntarios (Sims, 2016). Así Cuskelly et al. (2021) exponen que según el Comité Olímpico Internacional los JJOO de Verano de Tokio han contado con 80.000 voluntarios durante a largo del evento.

En cuanto a otros mega eventos deportivos, como la Copa del Mundo de Fútbol, también suelen tener un alto reclutamiento de voluntarios como los más de 12.500 que participaron en la Copa Mundial 2014 en Brasil o los 17.000 en la última Copa Mundial de 2018 en Rusia (FIFA, 2018). Otro evento que suele tener una gran atención mediática como es la Super Bowl recluta más de 12.000 voluntarios (Jarosz, 2012). Jiang et al. (2017) expone que los Juegos Asiáticos celebrados en Guangzhou (China) en 2010 tuvieron 85.000 voluntarios y la Universiada de verano 2011 en Shenzhen (China) contó con más de 120.000 voluntarios. Finalmente, otros eventos distintivos que atraen gran expectación como las Maratonas de Londres o Nueva York reclutan 16.000 y 12.000 voluntarios respectivamente cada año (Event Academy, 2015; NYRR, 2020).

2.3. Motivación

2.3.1. Introducción a la motivación del voluntariado

El voluntariado se encuentra fuertemente ligado al comportamiento pro social y los motivos detrás de dicho comportamiento han sido estudiados en diferentes ámbitos de la vida (Howes, 2016). La motivación permite explicar por qué las personas actúan como lo hacen, refiriéndose a un estado interior que hace que las personas se comporten de una

manera que les lleva a alcanzar determinados objetivos (Certo, 1983). Miskel (1982) definió la motivación como las “complejas fuerzas, impulsos, necesidades, estados de tensión u otros mecanismos que inician y mantienen la actividad voluntaria hacia el logro de objetivos personales” (p. 137).

La motivación es lo que hace una persona (la dirección), el entusiasmo con el que una persona hace algo (la intensidad) y el tiempo que una persona trabaja (la persistencia) para alcanzar un objetivo (Mannell & Kleiber, 1997). Getz (2007) describe los motivos como aquellas “razones específicas para hacer algo, y tienen que seguir de las necesidades y motivaciones subyacentes” (p. 240). La motivación también se ha definido como “los diversos impulsos dentro de los individuos, o las fuerzas ambientales que los rodean, que los estimulan a comportarse de una manera específica” (Drafke & Kossen, 2002, p. 273).

En definitiva, la motivación del voluntariado son aquellas razones que los individuos tienen para participar como voluntarios (Elstad, 1996). Clary et al. (1998) describen la motivación del voluntariado como los impulsos, las razones, los propósitos o las metas que mueven a las personas a iniciar, dirigir y sostener acciones voluntarias. Como se ha comentado anteriormente, la motivación es uno de los constructos más investigados en diversas áreas como la psicología o el deporte (Johnston et al., 1999; Kim, 2018; Kim & Cuskelly, 2017; Strigas & Jackson Jr, 2003).

2.3.2. Motivaciones del voluntariado general

La motivación del voluntariado ha sido ampliamente estudiada, proponiéndose diferentes modelos para su evaluación (Chen, 2010; Pauline & Pauline, 2009). Allen y Shaw (2009) manifiestan la existencia de un gran número de investigaciones sobre la motivación en el voluntariado enfocadas únicamente a la motivación individual del individuo. Diferentes estudios han sugerido que la motivación de las personas voluntarias puede ser unidimensional, bidimensional o multidimensional, existiendo, por tanto, una falta de coherencia en establecer los factores que motivan al voluntariado (Cnaan & Goldberg, 1991). Uno de los primeros estudios fue realizado por Knoke y Prensky (1984) que midieron la motivación en diferentes organizaciones de voluntarios y determinaron la existencia de tres motivaciones clave:

- a) Motivaciones afectivas o solidarias: basadas en las relaciones interpersonales que pueden generar nuevas amistades o una identificación de grupo.

- b) Motivaciones normativas o intencionales: se relacionan con los valores y las preocupaciones que un individuo tiene hacia otras personas.
- c) Motivaciones utilitarias, materiales o instrumentales: son motivaciones tangibles relacionadas con las recompensas monetarias (salario), bienes y/o servicios.

Posteriormente, Cnaan y Golberg (1991) diseñaron un cuestionario denominado 'Motivación del Voluntariado' (MTV) compuesto por 28 ítems. Estos autores establecieron que la motivación es unidimensional y que las personas deciden ser voluntarias por razones altruistas o egoístas. Así, el individuo no solo busca la actividad voluntaria, sino también la obtención de algún tipo de satisfacción o recompensa. Sin embargo, Kim et al. (2010a) sostienen que no es suficiente definir la motivación del voluntariado con el binomio "Altruismo-Egoísmo" solamente, al ser demasiado simple siendo un aspecto multidimensional.

Caldwell y Andereck (1994) establecieron un modelo tridimensional para categorizar las motivaciones de los voluntarios como motivaciones enfocadas al *Propósito*, *Solidaridad* y *Material*. Estos autores determinaron que el factor *Propósito* es el motivo más relevante para ser voluntario y mantenerse dentro de la organización en el tiempo. Esto se debe a que los voluntarios pueden aportar algo positivo para la comunidad. Clary et al. (1998) desarrollaron su investigación en diferentes contextos, desde personal voluntario de mayores en hospitales hasta estudiantes universitarios. De esta manera, diseñaron un instrumento, el Inventario de Funciones del Voluntariado (VFI) que mide las siguientes seis motivaciones funciones:

- i) Carrera: referida a beneficios que pueden obtenerse a nivel profesional que pueden obtenerse de la experiencia en la participación en la labor voluntaria.
- ii) Comprensión: relacionado con la oportunidad de experimentar nuevas situaciones de aprendizaje, así como las destrezas y habilidades.
- iii) Mejora: derivado de la relación del ego con el afecto, implicando un proceso de motivación centrado en el crecimiento y desarrollo personal.
- iv) Protección: vinculada a los procesos que implican el funcionamiento y la protección del ego de las características del yo, o para abordar los problemas.
- v) Social: relativa a las relaciones con los demás, a hacer nuevas amistades o comprometerse en una actividad vista positivamente por otras personas.

vi) Valores: enfocada en la expresión de valores asociados al altruismo y la preocupación hacia los demás.

Los resultados mostraron que los motivos *Valores*, *Mejora* y *Comprensión* fueron los tres principales factores a la hora de ser voluntarios, mientras que los motivos *Protección*, *Carrera* y *Social* no son tan determinantes. El cuestionario VFI ha sido una escala ampliamente adoptada en multitud de estudios en diferentes contextos como el cultural (Chen et al., 2019; Grönlund et al., 2011), la defensa civil (Francis & Jones, 2012; Kals & Strubel, 2017), el deportivo (Bang et al., 2013; Kim et al., 2010b; Pierce et al., 2014), la educación (Eppler et al., 2011; Ferreira et al., 2012; Teye & Peaslee, 2020), la salud (Alfieri et al., 2020; Okun et al., 1998; Zainuddin et al., 2021), o el social (Agostinho & do Paço, 2012; Dávila & Díaz-Morales, 2009; do Paço & Agostinho, 2012; Niebuur et al., 2019; Planalp et al., 2010).

Elstad (2002) examinó el voluntariado en un festival de jazz en Noruega, obteniendo que los factores motivaciones más destacados en los voluntarios fueron la oportunidad de socializar con los demás, el vínculo existente entre los hobbies/intereses y el contenido o actividades del propio evento. Por su parte, Slaughter y Home (2004) analizaron diferentes festivales que tuvieron lugar en Australia, identificando que algunos de los factores motivacionales determinantes para la participación como voluntarios están relacionados con el *Altruismo*, el *Egoísmo* y la razón *Social*.

Los voluntarios querían seguir participando al considerar que se sienten importantes y útiles contribuyendo a la comunidad y a otros individuos, socializando y sintiéndose parte de la propia comunidad. Más tarde, Monga (2006) demuestra que los voluntarios en eventos especiales no se encuentran motivados por un único factor y que las personas se ofrecen como voluntarios en eventos especiales por diversos motivos. Esta conclusión fue similar a la obtenida por Cnaan y Golberg (1991) de que los voluntarios en general pueden experimentar múltiples motivaciones de forma simultánea. Monga (2006) propuso un modelo que consta de cinco factores motivacionales del voluntariado en eventos especiales:

- i) Afiliación o afectivo: resaltan el sentido de apego de los voluntarios al evento.
- ii) Altruismo: relacionada con la contribución hacia los demás.
- iii) Egoísmo: enfocado al incremento de la autoestima, ser considerado importante por los demás, o al propio desarrollo personal.

iv) Instrumental: basado en la obtención de recompensas tangibles como recuerdos, uniformes o entradas al evento.

v) Solidario: asociada a la interacción social y derivada de las tradiciones familiares, amistades, identificación de grupo o influencias externas.

Los resultados muestran que, en general, la *Afiliación* es el factor más importante que impulsa a las personas a ser voluntarias en eventos especiales, mientras el factor *Solidaridad* es el que menos. Barron y Rihova (2011), en un estudio cualitativo en un Festival Internacional de Magia en Edimburgo, obtienen que el principal motivo de participación es la obtención de incentivos utilitarios, y el deseo de adquirir nuevos conocimientos y habilidades relacionados con la carrera profesional. La motivación del voluntariado también ha sido estudiada en Exposiciones Universales como la de Shanghai 2010, determinando que el *Amor por la Expo*, la *Orientación profesional* y la *Expresión de valores* eran los factores clave para ser voluntario (Wang & Wu, 2014).

Bachman et al. (2017) examinaron la motivación de los voluntarios en un festival musical en Estados Unidos, determinando que los voluntarios que tenían contacto directo con los asistentes tenían una mayor relación entre la motivación y una mayor Satisfacción con su labor. En un evento de moda celebrado en Australia, Lamb y Ogle (2018) identificaron que el principal motivo de ser voluntario fue la diversión de formar parte del evento. Además, los voluntarios más jóvenes expusieron que el voluntario les ayudó a adquirir una mayor experiencia práctica relacionada con sus estudios, mientras una alta motivación hacia el amor a la moda incrementaba su satisfacción.

Otro estudio que evaluó un festival local en China encontró que los voluntarios tuvieron una motivación orientada a los factores intrínsecos para participar en el festival (Cho & Yeo, 2018). Vinnicombe y Wu (2020) reportaron que los principales motivos del voluntariado estuvieron relacionados con el establecimiento de nuevos *Contactos interpersonales*, el *Amor hacia la música* y la *Expresión de Valores*. Más recientemente, se evaluó la motivación del voluntario estudiante participante en un festival de verano, identificando que los principales factores motivadores fueron el factor *Intencional*, el *Enriquecimiento personal* y las *Tradiciones familiares*, siendo significativos para predecir la actitud hacia el voluntariado (Beckman et al., 2021).

2.3.3. Motivaciones del voluntariado en el deporte

El sector deportivo es uno de los contextos que más atención recibe por los investigadores a la hora de evaluar la motivación del voluntariado en clubes o eventos deportivos, especialmente derivado de su gran evolución y expansión en los últimos años. Un primer estudio fue desarrollado por Williams et al. (1995) sobre la motivación del voluntario en la Copa Mundial de esquí alpino incluyó aspectos relacionados con el propio evento deportivo como apoyo al equipo local, la afinidad con el deporte o el deseo de involucrarse en algo más grande. Los resultados de otro estudio indicaron que los voluntarios se mostraron más favorables hacia el apoyo al equipo nacional, el desarrollo de un espíritu comunitario y la mejora de la imagen de la comunidad (Williams et al., 1995).

Posteriormente, Farrell et al. (1998) elaboraron la 'Escala de Motivación de Voluntarios en Eventos Especiales' (SEVMS) basada en la propuesta realizada por Cnaan y Golberg (1991), y evaluaron a los voluntarios participantes en un campeonato femenino de curling en Canadá. La escala consta de 28 ítems siendo de los primeros instrumentos utilizados en otros estudios en el ámbito deportivo (Strigas & Jackson Jr, 2003). Farrell et al. (1998) identificaron cuatro factores motivacionales de los voluntarios participantes en eventos deportivos:

- i) Compromiso: asociada a las responsabilidades y las anticipaciones de los demás.
- ii) Propósito: refleja las preocupaciones altruistas de los voluntarios y su disposición para contribuir a la comunidad y al evento.
- iii) Solidaridad: derivada de la interacción interpersonal con el deseo de construir la identificación del grupo y el establecimiento de redes sociales.
- iv) Tradiciones Externas: referida a las tradiciones familiares y la influencia de los referentes destacados.

Los resultados indican que el motivo *Propósito* es el factor motivacional que más influencia presenta en relación al voluntariado en eventos deportivos, seguido de la *Solidaridad*, mientras que las *Tradiciones externas* y el *Compromiso* son factores con menor importancia, variando según el contexto en el que sea aplicado el instrumento SEVMS (Farrell et al., 1998; Johnston et al., 1999; Twynam et al., 2003). Twynam et al. (2003) validaron la escala SEVMS en un Campeonato Mundial Juvenil de Curling en 1998

en Canadá, cuyos resultados muestran que los factores mejor valorados se relacionan con la contribución a la comunidad, la interacción social y el hacer algo que valga la pena.

Más tarde, Strigas (2003) desarrolló otra escala basada en la propuesta de Cnaan y Golberg (1991) elaborando un cuestionario de 30 ítems que evalúa la motivación de los voluntarios en eventos deportivos. Esta escala fue modificada posteriormente por Strigas y Jackson Jr (2003), evaluando los voluntarios en una Maratón en Florida. El nuevo instrumento constaba de 40 ítems divididos en cinco factores:

- i) Egoísmo: basada en las necesidades de ser social con otros individuos y satisfacer su autoestima.
- ii) Externo: involucra las tradiciones familiares, la influencia de otras personas importantes y otros factores de motivación externos.
- iii) Material: referido a la remuneración monetaria, el servicio, los bienes materiales y la condición social que los voluntarios reciben como resultado de su contribución.
- iv) Ocio: se asocia a las necesidades de los individuos para el ocio o la relajación.
- v) Propósito: relacionado con la contribución al acontecimiento deportivo y a la propia comunidad.

Bang y Chelladurai (2003) evaluaron a los voluntarios participantes en la Copa Mundial de la FIFA en Corea y Japón de 2002 con el fin de profundizar la investigación sobre voluntariado deportivo en el contexto de eventos internacionales. Estos autores propusieron una nueva herramienta denominada 'Escala de Motivación de los Voluntarios para los Eventos Deportivos Internacionales' (VMS-ISE) identificando seis factores motivacionales:

- i) Contactos interpersonales: interacción social y creación de redes de contacto y amistades.
- ii) Crecimiento personal: sentirse necesario y útil, obtener nuevas perspectivas.
- iii) Expresión de valores: preocupación por el éxito del evento, por los demás individuos y por la sociedad.
- iv) Orientación profesional: beneficios y oportunidades relacionados con el trabajo como experiencia laboral o contactos laborales.
- v) Patriotismo: amor al país y sentido de afiliación hacia el país.

vi) Recompensas extrínsecas: obtener beneficios materiales como entradas gratuitas, alojamiento, comida, recuerdos, etc.

Los resultados determinaron que el motivo *Patriotismo* es el factor motivacional más importante en el voluntariado de eventos deportivos internacionales. Los voluntarios locales encuentran mayor predisposición a ayudar a su país en la organización del evento deportivo y alcanzar así el éxito, reforzando su sentido de lealtad. Las motivaciones del voluntariado en grandes eventos deportivos difieren de aquellas que pueden tener otros voluntarios en otro tipo de eventos deportivos de menor escala (Bang & Chelladurai, 2003). En una investigación de corte cualitativo mediante grupos de discusión, Downward y Ralston (2005) entrevistaron a un grupo de voluntarios participantes en los Juegos de Commonwealth en Manchester 2002, determinando que el *Altruismo*, la *Participación*, la *Singularidad del evento* y el hecho de formar parte del evento fueron las principales razones que mostraron los voluntarios para colaborar en el evento deportivo.

La escala de 'Motivación del Voluntario Olímpico' (OVM) fue elaborada por Giannoulakis et al. (2007) con base en los voluntarios participantes en los JJOO de Atenas 2004. Esta escala consta de 24 ítems, nueve provienen de la escala de Strigas y Jackson (2003) y se añadieron 15 ítems específicos para el voluntario olímpico. Se identificaron tres factores diferentes: i) *Relacionado con las Olimpiadas* evaluaba el deseo de los voluntarios de asociarse con el movimiento olímpico, participar en las Olimpiadas o reunirse con los atletas olímpicos; ii) *Egoísta* atendiendo a la motivación relacionada con las necesidades del individuo en cuanto a interacción social, creación de redes o relaciones interpersonales; y iii) *Propósito* media aspectos como hacer algo útil y que contribuye a la sociedad. Giannoulakis et al. (2007) incluyeron como principales necesidades de los voluntarios *la Interacción social*, las *Conexiones interpersonales* y *Desarrollar nuevos contactos*.

Por su parte, MacLean y Hamm (2007) utilizaron el cuestionario propuesto por Strigas y Jackson Jr (2003) realizando modificaciones para evaluar el voluntariado en un Campeonato de Golf femenino en Canadá en 2005. Los resultados mostraron que el factor motivacional más importante es *Propósito* enfocado principalmente para la mejora y la promoción de la comunidad. Más tarde, otro estudio pretendió evaluar las motivaciones del voluntariado con los beneficios esperados y las intenciones de ser voluntario en futuros eventos desarrollado por Doherty (2009). Esta autora evaluó los Juegos Canadienses de 2001 identificando seis tipos de motivaciones diferentes: i) conexión con el deporte; ii) contribución a la comunidad; iii) enriquecimiento de las aptitudes; iv) enriquecimiento social;

v) experiencia de vida positiva; y vi) privilegios del voluntariado. Los resultados muestran que la contribución de la comunidad y las molestias personales tienen una influencia positiva y significativa sobre la intención de ser voluntario, tanto en los voluntarios de planificación como los voluntarios in situ.

Bang y Chelladurai (2009) consideraron que la escala VMS-ISE no permitía evaluar todas las motivaciones que pueden llevar a una persona a ser voluntario, así añadieron un nuevo factor denominado '*Amor al deporte*' centrado en los aspectos que permiten al voluntario amar el deporte y cualquier evento relacionado con el deporte. Este nuevo modelo validado por Bang et al. (2009a) en los Juegos Olímpicos de Atenas 2004 demuestra ser un instrumento válido para medir las motivaciones del voluntariado en grandes eventos deportivos internacionales. Con el fin de medir al voluntariado en eventos deportivos de menor escala utilizando el instrumento VMS-ISE, se modificó el factor *Patriotismo* para ajustarlo a eventos pequeños reformulándose como '*Participación en la comunidad*' (Bang & Ross, 2009).

La *Participación en la comunidad* implica ayudar al evento como parte de la comunidad local. Esta nueva escala fue probada en una Maratón en Minnesota en 2005, además se estudió su relación con la satisfacción. Por tanto, la escala VMS-ISE pasó a identificar siete factores: i) *Expresión de valores*, ii) *Participación en la comunidad*, iii) *Contactos interpersonales*, iv) *Orientación profesional*, v) *Crecimiento personal*, vi) *Recompensas extrínsecas*, y vii) *Amor al deporte*. Los resultados mostraron que los motivos *Expresión de valores*, *Orientación profesional* y *Amor al deporte* son los factores que influyen positivamente en la satisfacción de los voluntarios con el evento deportivo (Bang & Ross, 2009).

Otro estudio realizado por Bang et al. (2009b) utilizó esta nueva escala revisada en un Triatlón también en el año 2005 en Minnesota. El objetivo del estudio fue evaluar la relación existente entre motivación, compromiso e intención de permanencia del voluntariado. Estos autores encontraron que el *Amor al deporte*, los *Contactos interpersonales* y el *Crecimiento personal* se consideran indicadores clave en el compromiso del voluntariado. Por su parte, las intenciones futuras de permanencia se vieron influenciadas por los motivos *Participación en la comunidad*, *Recompensas extrínsecas* y *Compromiso* (Bang et al., 2009b). Kim et al. (2010a) adoptaron el cuestionario VFI desarrollado por Clary et al. (1998) utilizándolo para medir la motivación del voluntariado en un evento deportivo juvenil. Los resultados mostraron que la escala se

redujo de 30 a 18 ítems distribuidos en los mismos seis factores: *Valores*, *Comprensión*, *Profesional*, *Mejora*, *Social* y *Protección*, denominándose “Inventario de Funciones Voluntarias Modificadas para el Deporte” (MVFIS). Estos autores realizaron un segundo estudio en el contexto de ligas deportivas juveniles demostrando que el MVFIS es una escala válida y fiable pudiéndose aplicar a otros eventos u organizaciones deportivas (Kim et al., 2010b).

Khoo y Engelhorn (2011) midieron la motivación en las Olimpiadas Especiales de Iowa 2006 utilizando el instrumento SEVMS. Estos autores evidenciaron que el motivo *Propósito* fue el factor motivacional más importante, siendo estos hallazgos similares estudios anteriores que utilizaron el SEVMS (Farrell et al., 1998; Twynam et al., 2003). Por su parte, Kristiansen et al. (2014) evaluaron a los voluntarios participantes en tres eventos deportivos: JJOO de la Juventud de Invierno en Innsbruck 2012 (Austria), la media maratón de Goteborg 2012 (Suecia) y el Campeonato del Mundo de Saltos de Esquí en Vikersund (Noruega). Los resultados indicaron que los voluntarios jóvenes que participaron en los JJOO de la Juventud tuvieron una motivación con una tendencia a las *Recompensas personales* como mejora del conocimiento o la experiencia, mientras que los voluntarios en los otros dos eventos tuvieron una motivación enfocada a la *Ayuda* debido a su sentido del deber hacia la comunidad (Kristiansen, et al., 2014).

Dickson et al. (2015) evaluaron la motivación del voluntariado antes y después de su participación en los Juegos Mundiales Máster celebrados en Sidney. Las motivaciones previas del voluntario estaban enfocadas a su participación en el evento, mientras la motivación posterior se enfocó a motivos más altruistas. En un estudio de la Super Bowl 2012, Vansickle et al. (2015) examinaron las motivaciones del voluntariado en el evento y su relación con la satisfacción. Para ello utilizaron la escala VMS-ISE informando que los voluntarios estaban motivados hacia la *Participación en la comunidad*, el *Amor al deporte*, el *Crecimiento personal* y el *Orientación profesional* para participar como voluntario en el evento, influyendo positivamente en la Satisfacción.

Otro estudio sobre voluntarios universitarios en Estados Unidos comparó las diferencias en motivación según el género. Los resultados mostraron una mayor motivación hacia los *Valores* y la *Comprensión* por parte de las mujeres, y *de Amor hacia el deporte* en los hombres (Johnson et al., 2016). Posteriormente, Johnson et al. (2017) realizó otro estudio similar encontrando que el *Amor al deporte* y los motivos *Profesionales* fueron los más destacados en estudiantes participantes en voluntariados de eventos deportivos. Ma

y Draper (2017) obtuvieron que los voluntarios en un maratón tuvieron diferencias en el motivo *Amor al deporte* según el nivel de experiencia en *running*.

Dentro de la literatura científica también hay un estudio que ha considerado el voluntario deportivo con discapacidad participante en los JJOO de Londres 2012 (Dickson et al., 2017). Estos autores pusieron de manifiesto la existencia de una dualidad en la motivación del voluntario con discapacidad: i) la mejora de las habilidades; y, ii) el *Altruismo* y la *Experiencia en el evento*. Kim et al. (2019b) identificó en estos mismos JJOO que el factor predominante era el motivo *Valores*. Ahn (2018) evaluó la motivación del voluntariado en los JJOO de Invierno de Pyeongchang y la conexión entre ellos. Los resultados identificaron que la motivación lúdica es el factor que más influye en la conexión de los voluntarios, seguido de la motivación intencional y la motivación egoísta, mientras la influencia externa no afecta. En los JJOO de Invierno en Sochi 2014, el voluntariado ruso estuvo más motivado hacia el *Patriotismo*, la *Expresión de valores*, los *Contactos interpersonales* y la *Orientación profesional* (Vetitnev et al., 2018). Hallmann et al. (2018) consideraron a los voluntarios deportivos que participaron en 25 eventos deportivos destacando los motivos de *Amor al deporte*, *Expresión de valores* y *Contacto interpersonal*. Estos mismos motivos también fueron los destacados en voluntarios australianos (Kim et al., 2018).

Otra investigación también evidenció que los mayores factores motivacionales en los voluntarios olímpicos en los JJOO Río 2016 están relacionados con la *Expresión de valores*, el *Amor por el deporte* y los *Contactos interpersonales* (Pereira & Cavalcante, 2018). Banza & Teixeira (2019) también evaluaron a voluntarios en los JJOO Río 2016 concluyendo que las motivaciones oscilaron entre el altruismo de ayudar en un mega evento y el deslumbramiento de participar en un evento junto a los mejores deportistas del mundo. Otros estudios sobre voluntariado en eventos deportivos celebrados en Brasil identificaron los *Valores*, el *Amor al deporte* y los *Contactos interpersonales* como los motivos más destacados en un evento deportivos de jóvenes en Brasil (Pereira & Cavalcante, 2019) y en un Gran Premio de F1 (Pereira et al., 2019).

Qiao y Zhang (2020) comprobaron la existencia de diferencias en la motivación en expresión de valores personales y en el desarrollo personal según el género en voluntariado universitario en China. La evaluación de los voluntarios antes y después del Campeonato de Europa de Natación Adaptada identificó la *Experiencia personal* y la *Participación comunitaria* como las motivaciones más valoradas (Rodrigues & Soares,

2020). Además, existieron diferencias significativas entre la evaluación previa y posterior en las motivaciones de *Tradición de voluntariado*, *Egoísmo*, *Oportunidades de trabajo* y *Estima*. En otro evento adaptado, Special Olympics, Hallmann et al. (2020) identificaron que los motivos de *Crecimiento* y *Expresión de Valores* eran los más destacados por el voluntariado. Dickson et al. (2020) remarcaron que los motivos altruistas e *interés por el evento* son las motivaciones más relevantes en voluntariado participante en mega eventos deportivos. El Anexo I muestra la Tabla 2 presenta los estudios que evalúan la motivación del voluntariado en eventos deportivos.

2.4. Compromiso

El compromiso con la organización es un constructo importante en la comprensión del comportamiento que tienen los trabajadores en su lugar de trabajo ha llamado el interés de investigadores desde hace tiempo (Meyer & Herscovitch, 2001; Mowday et al., 1982; Riketta, 2002). La conexión psicológica de los trabajadores con su trabajo es cada vez más importante, ya que las organizaciones se esfuerzan por “aprovechar al máximo” sus recursos humanos (Leiter & Bakker, 2010). Así, el compromiso organizativo puede entenderse como “la fuerza relativa de la identificación y la participación de un individuo en una organización determinada” (Mowday et al., 1979, p. 226).

Posteriormente, Mowday et al. (1982) consideraron el compromiso como “una fuerte creencia y aceptación de los objetivos y valores de la organización, la voluntad de realizar un esfuerzo considerable en nombre de la organización y un fuerte deseo de mantener la pertenencia a la misma” (p. 27). Otro concepto propuesto por Wiener (1982) considera el compromiso organizativo como la elección de una persona de actuar de una manera que genera una conexión con los objetivos o metas de la organización. A su vez estos autores identificaron tres aspectos claves en los que se basa el compromiso organizativo:

- a) Una fuerte creencia entre los objetivos y valores de la organización y su propia aceptación.
- b) La existencia de un fuerte deseo de seguir perteneciendo a la organización.
- c) La voluntad del empleado de realizar esfuerzos considerables en nombre de la organización.

En un primer momento, Mowday et al. (1979) definieron el compromiso organizacional como un constructo unidimensional elaborando un cuestionario de compromiso de la organización (OCQ, Organizational Commitment Questionnaire) compuesto por 15 ítems. Aunque Mowday et al. (1979) y otros estudios demostraron que este compromiso es un predictor en aspectos como el rendimiento, la rotación y la permanencia en el cargo, muchos investigadores sugirieron que el compromiso organizativo debería considerarse desde una perspectiva multidimensional (Engelberg et al., 2012; Meyer & Allen, 1991; Meyer & Herscovitch, 2001). Considerando esta perspectiva multidimensional, Meyer y Allen (1991) elaboraron un modelo tridimensional del compromiso organizativo que abarcaba los siguientes aspectos:

- i) Compromiso afectivo: referido al apego emocional que tiene una persona hacia una organización. Similar al modelo unidimensional planteado por Mowday et al. (1979). Meyer y Allen (1991) consideraron que un alto compromiso afectivo es indicativo de una alta tendencia a mantener su vinculación con la organización.
- ii) Compromiso de continuidad: engloba los beneficios instrumentales o económicos que pueden peligrar si la persona abandona la organización como la condición social, el salario, la antigüedad o las redes de contacto. Las personas que tienen un alto compromiso de continuidad continúan en la organización debido a que no quieren perder esos beneficios (Hackett et al., 1994).
- iii) Compromiso normativo: relacionado con la lealtad de la persona o su sentido de obligación a permanecer dentro de la organización. Esta lealtad o compromiso repercute en un sentimiento de querer seguir perteneciendo a la organización (Meyer & Allen, 1991).

Mowday et al. (1982) establecieron cuatro antecedentes previos del compromiso: i) características personales; ii) características relacionadas con el rol; iii) características estructurales; y, iv) experiencias laborales. Lin (2018) considera que las personas generaron un compromiso con la organización cuando tienen un estado mental positivo respecto a su trabajo. Mowday et al. (1979, 1982) demostraron que un buen compromiso con la organización conlleva resultados laborales positivos en el rendimiento, mientras otros estudios lo corroboraron en la ciudadanía (Meyer et al., 1993), el esfuerzo laboral (Bycio et al., 1995), el absentismo o rotación de personal (Riketta, 2002), la satisfacción (Anis et al., 2011) o la retención (Mathieu et al., 2016; Mowday et al., 1982).

Aunque estos modelos inicialmente han sido aplicados en un contexto de trabajadores remunerados, también se ha considerado que es importante examinar el compromiso de los voluntarios. Las organizaciones voluntarias tienen como objetivo afianzar la relación entre el voluntariado y la organización el máximo tiempo posible. Cuskelly et al. (2006) indicaron que se desea un compromiso similar por parte del voluntariado a la hora de ofrecer de forma fiable programas de alta calidad y niveles comparables de servicios en organizaciones y eventos deportivos. Al decidirse por el voluntariado en una organización, pueden intentar intercambiar su tiempo y esfuerzo por necesidades personales en la organización en la que, al menos, comparten sus valores fundamentales, traduciéndose en un compromiso inicial (Bang et al., 2009b).

Los individuos que consideran que sus necesidades y objetivos se satisfacen a través del voluntariado son más propensos a comprometerse con el servicio que los que no tienen esa creencia (Clary et al., 1998). En el contexto de eventos deportivos el compromiso puede definirse como “el apego psicológico de los individuos a un evento” (Bang et al., 2009b, p. 71). Este compromiso se encuentra estrechamente relacionado con el compromiso afectivo propuesto por Meyer y Allen (1991), cuyo principal componente es el “deseo” del compromiso organizativo visto como la identificación de la persona con los objetivos de la organización y que quiere seguir formando parte. En el contexto deportivo se ha estudiado mucho el compromiso del voluntariado en eventos deportivos (Allen & Bartle, 2014; Bang et al., 2009b; Costa et al., 2006; Cuskelly & Boag, 2001; Engelberg et al., 2012; Hallmann et al., 2020; Hamm et al., 2008; Han et al., 2013; Koutrou, 2018; MacLean & Hamm, 2007; Mykletun & Himanen, 2016; Park & Kim, 2013; Shariffar et al., 2011).

La evidencia científica previa en el contexto de compromiso organizativo y voluntariado indica que si un voluntario contribuye con su esfuerzo a los objetivos de la organización se puede sentir comprometido con la causa o sentir apego hacia la organización (Tidwell, 2005; Vantilborgh et al., 2012, 2014). Bang et al. (2009b) encontraron que el papel de la organización resulta muy importante en el voluntariado ya que, si el voluntario se encuentra necesitado y responsable de su participación, mejoraba en el desempeño de sus tareas. Phillips y Phillips (2010) exploraron el compromiso tanto de los voluntarios directos como de los indirectos. Sus resultados evidenciaron que los voluntarios indirectos tuvieron mayor compromiso por su organización que hacia el programa “Meals on Wheels”, sin embargo, tanto voluntarios directos como indirectos estaban altamente comprometidos.

Por ejemplo, Cuskelly et al. (2006) adoptaron el modelo tridimensional y lo aplicaron en voluntariado relacionándolo con los incentivos afectivos, utilitarios y normativos. Además, también afirmaron la existencia de una relación entre estos incentivos utilitarios como motivaciones, y el desarrollo de un compromiso de continuidad con la organización. Por su parte, Park y Kim (2013) propusieron un modelo jerárquico de cinco etapas que describía el compromiso de los voluntarios deportivos e incluía los siguientes aspectos: i) compromiso primitivo, ii) compromiso de continuidad, iii) compromiso externo, iv) compromiso normativo, y v) compromiso afectivo. Más específicamente relacionado con un evento deportivo, MacLean y Hamm (2007) encontraron cuatro factores subyacentes con el compromiso como el orgullo del golf, el crecimiento de la comunidad, el amor por el deporte, y el papel del voluntario.

Los estudios realizados en un contexto general de eventos deportivos, incluido las Olimpiadas Especiales, revelan que el motivo de valores es un factor que impulsa el compromiso (Bang et al., 2009; Khoo & Engelhorn, 2011). Por su parte, las motivaciones relacionadas con los contactos interpersonales, el crecimiento personal y el amor por el deporte también tienen una influencia positiva en el compromiso voluntario (Bang et al., 2009). MacLean y Hamm (2007) descubrieron que el compromiso se relacionó con factores específicos como el sentimiento de orgullo o el amor al deporte en un gran evento deportivo. Han et al. (2013) comprobaron que las motivaciones y características sociodemográficas influían en el compromiso.

A pesar de que el compromiso del voluntariado es crucial, la investigación aún no ha estudiado lo suficiente las diferencias en cuanto al género en eventos deportivos especiales (Hallmann et al., 2020). El compromiso con la organización también ha sido estudiado en su relación con la satisfacción y la retención del voluntariado (Lin, 2018). Así, Cuskelly y Boag (2001) ya evidenciaron en un primer momento que aquellos voluntarios con un alto compromiso también presentaron altos niveles de satisfacción. Esto puede deberse a que la oportunidad de conocer nuevas personas resulta atractiva para el voluntario (Doherty & Carron, 2003). Lin (2018) sugiere que las personas suelen buscar entornos que conecten con su personalidad. Una adecuación entre el puesto de voluntario y la persona y, de esta con su entorno y personalidad es importante para tener una buena satisfacción del voluntariado, contribuyendo al éxito del evento (Van Vianen et al., 2008). También dar al voluntariado la oportunidad de compartir sus experiencias y conocimientos puede generar un mejor sentido de comunidad y compromiso que conduce a una buena satisfacción del voluntariado (Costa et al., 2006).

Respecto a la intención de permanencia y retención, ambas pueden predecirse por el nivel de cohesión de las tareas y su compromiso con la organización (Lin, 2018). Diferentes investigaciones han determinado que generar entornos que permitan la expresión de los valores, los puntos fuertes, el empoderamiento, las características o el tratamiento administrativo es importante para la continuidad y retención del voluntariado (Kim et al., 2007; Van Vianen et al., 2008). Bortree & Waters (2014) indican que alguna manera de mejorar la retención del voluntariado es a través de una buena comunicación e inclusión organizativa, o mediante la adecuada asignación, asociación y conducta administrativa con el voluntario (Kim et al., 2007). Finalmente, un alto compromiso que produzca un voluntariado sostenido puede derivarse de una satisfacción con la experiencia que se genera con base en la satisfacción del voluntariado con la gestión, el evento y la organización (Vecina et al., 2009).

En el entorno de la labor de los voluntarios también se ha encontrado una relación positiva entre el compromiso de los voluntarios y su disposición a permanecer y ofrecerse como voluntarios para futuros acontecimientos (Bang et al., 2009b; Cuskelly & Boag, 2001). Cuskelly y Boag (2001) encontraron que los voluntarios que mostraban un mayor grado de compromiso tenían más probabilidades de continuar como voluntarios. Por su parte, Bang et al. (2009b) obtuvieron conclusiones similares al examinar a los voluntarios del triatlón Life Time Fitness de 2005. Dado que las razones principales para la participación de los voluntarios no están vinculadas a factores económicos, los voluntarios tienen más posibilidades de renunciar que los empleados remunerados (Elstad, 2002).

2.5. Satisfacción

La satisfacción en el empleo es una condición deseada de los trabajadores que persiguen las organizaciones y empresas, y ha sido ampliamente investigada en el ámbito del trabajo remunerado desde la década de 1950 (Kemp, 2002). Kim et al. (2019c) indican que la satisfacción del voluntariado puede ser medida desde diferentes perspectivas, como la satisfacción del ocio o satisfacción laboral. Además, profundizan que para entender cómo un voluntario puede llegar a estar satisfecho con sus tareas, la satisfacción laboral parece ser la perspectiva más apropiada en la gestión deportiva e investigación en voluntariado deportivo. Locke (1976) definió la satisfacción laboral como un "estado emocional placentero que resulta de la percepción del propio trabajo como algo que

satisface o permite el cumplimiento de los valores laborales importantes de uno, siempre que dichos valores sean compatibles con las necesidades de uno" (p. 1304).

La satisfacción laboral en el voluntariado se encuentra vinculada estrechamente a una serie de factores asociados a las expectativas y experiencias reales, así como las propias motivaciones (Farrell et al., 1998; Hoye & Cuskelly, 2009). Silverberg et al. (2001) clasifica la satisfacción en dos tipos diferentes: i) satisfacción afectiva, que refleja la medida en que el voluntariado experimenta sentimientos y emociones positivas de su experiencia en general; y ii) satisfacción cognitiva, referida a la medida en que los individuos valoran y están satisfechos con las facetas de su labor voluntaria, como por ejemplo el horario y el entorno de trabajo, el apoyo, las recompensas obtenidas, la supervisión, los procedimientos operativos y la comunicación con los compañeros.

En cuanto a la medición de la satisfacción, los diferentes estudios han utilizado distintas escalas para medir la satisfacción de los voluntarios (Farrell et al., 1998; Galindo-Kuhn & Guzley, 2002; Vecina et al., 2009). Farrell et al. (1998) midieron la satisfacción de los voluntarios a partir de tres dimensiones: i) la satisfacción con la organización del evento, ii) la experiencia de los voluntarios, y iii) las instalaciones del evento. Por su parte, Galindo-Kuhn y Guzley (2002) examinaron a los voluntarios de una organización sin fines de lucro y elaboraron un instrumento de 40 ítems para medir la satisfacción de los voluntarios denominado Índice de Satisfacción de los Voluntarios (VSI, Volunteer Satisfaction Index). El VSI mide la satisfacción de los voluntarios a partir de cinco factores: i) asignación de tareas; ii) apoyo organizativo; iii) calidad de la comunicación; iv) eficacia de la participación, y v) integración de grupos. Wong et al. (2011) trataron de validar el VSI en el contexto cultural chino, identificando tres factores: i) la ganancia personal, ii) la relación con los compañeros, y iii) la relación con la organización.

A su vez, Boezeman y Ellemers (2009) evaluaron la satisfacción laboral de los voluntarios a partir de tres necesidades psicológicas básicas: i) la satisfacción de las necesidades de autonomía, ii) la satisfacción de las necesidades de competencia, y iii) la satisfacción de las necesidades de relación. Paralelamente, Vecina et al. (2009) evaluaron la satisfacción de voluntariado social con base en tres factores:

- i) Satisfacción con la gestión de la organización: relacionada con la evaluación de distintos aspectos relacionados con la gestión del voluntariado por parte de la organización.

- ii) Satisfacción de las motivaciones específicas: mide el agrado con el que los voluntarios valoran las tareas realizadas con base en el cumplimiento de los motivos de Clary et al. (1998).
- iii) Satisfacción con las tareas voluntarias: referida al impacto que las tareas voluntarias realizadas tienen en el individuo y el grado de obtención de *feedback* sobre la ejecución de sus tareas.

La literatura científica muestra diferentes investigaciones que buscan comparar las diferencias en la satisfacción entre trabajadores remunerados y voluntarios, encontrándose muchas similitudes entre ellos (Chelladurai, 2006; Galindo-Kuhn & Guzley, 2002; Gidron, 1983). Galindo-Kuhn y Guzley (2002) indicaron que ambos perfiles presentan características similares como la necesidad de trabajar junto a supervisores, otros compañeros o clientes. Además, también comparten algunas expectativas sobre lo que el trabajo puede ofrecer. Gidron (1983) destaca que tanto trabajadores como voluntarios necesitan invertir en conocimientos, creatividad, destrezas, habilidades, y tiempo para desarrollar su trabajo adecuadamente y ser reconocidos.

Las principales recompensas que pueden recibir los voluntarios son intangibles e intrínsecas, siendo razonable que los voluntarios pueden compartir diferentes fuentes de satisfacción a los trabajadores (Lin, 2018). Según Cnaan y Goldberg (1991), si la experiencia es satisfactoria, los individuos seguirán siendo voluntarios, considerando que las experiencias de los voluntarios incluyen tareas administrativas y de gestión. En el ámbito deportivo, Chelladurai (2006) consideró la satisfacción laboral como la actitud que se tiene sobre el propio trabajo, y que está afectada por diferentes factores que varían según la persona. Por ejemplo, dos personas que se desempeñen en el mismo entorno laboral, ostentando el mismo cargo pueden tener niveles de satisfacción diferentes.

Diferentes estudios han tratado de identificar los aspectos que influyen en la satisfacción de los voluntarios (Alexander et al., 2015; Bang et al., 2019; Dickson et al., 2020; Elstad, 1996; Farrell et al., 1998; Giannoulakis et al., 2015; Gidron, 1983; Johnson et al., 2016, 2017; Kim et al., 2020; Koutrou, 2018; Lee et al., 2014a; Mykletun & Himanen, 2016; Pierce et al., 2014; Vetitnev et al., 2018). Es importante remarcar el momento en el que se evalúa la satisfacción, ya que, si dicha evaluación se realiza inmediatamente después del evento, es muy probable que el voluntario responda sin tener en cuenta su experiencia previa al evento (Kim et al., 2019c).

Así, Gidron (1983) encontró 12 factores que influyen en la satisfacción de los voluntarios: i) la aceptación social percibida del trabajo voluntario; ii) el cliente; iii) la conveniencia de las tareas; iv) los factores de estrés; v) los factores profesionales; vi) la familia, vii) el logro de tareas; viii) el reconocimiento; ix) el supervisor expresivo; x) el supervisor instrumental; xi) el trabajo en sí; y xii) otros voluntarios. Entre estos factores, el trabajo en sí mismo, la conveniencia el logro, y la ausencia de factores de estrés fueron aquellos que más aflúan en la satisfacción laboral de los voluntarios (Gidron, 1983). Además, algunos factores como la aceptación social percibida, la familia y el reconocimiento eran exclusivos de los voluntarios (Gidron, 1983).

Elstad (1996) evaluó a los voluntarios participantes en los JJOO de Invierno de 1994 en Lillehammer, encontrando que la posibilidad de ampliar su red personal, formar parte de la atmósfera única del evento y adquirir competencia laboral eran los determinantes más importantes que influían en la satisfacción de los estudiantes voluntarios. Por su parte, Farrell et al. (1998) investigaron a los voluntarios en evento nacional de *curling* femenino en 1996. Estos autores determinaron que las expectativas de los voluntarios en la comunicación con otros voluntarios, al reconocimiento recibido, la diversidad de actividades y las instalaciones físicas fueron importantes predictores de la satisfacción de los voluntarios.

Finkelstein (2008) examinó las relaciones entre la motivación del voluntariado, su satisfacción con la experiencia en el mismo y su dedicación. Sus resultados muestran que la satisfacción con los motivos influye positiva y significativamente en la satisfacción de los voluntarios, es decir, los voluntarios cuanto más sienten su motivación a partir de su experiencia previa, mayor es la satisfacción que obtienen. Davis et al. (2003) obtuvieron resultados similares, encontrando que la satisfacción de los voluntarios proviene principalmente de la satisfacción de motivaciones específicas.

Kodama et al. (2013) evaluaron la satisfacción del voluntariado que recibía o no capacitación previa, determinando que esta puede ayudar al éxito del evento y la consecución de altos niveles de satisfacción de los voluntarios. Según estos autores, la capacitación específica para cada puesto de trabajo ayuda a la preparación del papel de los voluntarios y a las conexiones sociales, facilitando así la preparación de los roles como la conexión social. El intercambio de pensamientos y experiencias durante la capacitación ayuda a crear un sentido de comunidad que afecta a la cantidad de tiempo dedicado al

voluntariado, al nivel de compromiso y a la intención de permanecer como voluntario (Costa et al., 2006).

Lee et al. (2014b), fuera del contexto deportivo, evaluaron a los voluntarios de la Expo de 2021 en Corea, explorando la relación entre la motivación, la satisfacción, las actitudes y el apoyo de los voluntarios al evento. Los resultados sugirieron que la motivación de los voluntarios por las motivaciones intrínsecas y el patriotismo afectan positiva y significativamente a la satisfacción de los voluntarios. Los voluntarios que consideraban el voluntariado en este evento como una responsabilidad cívica se encontraron más motivados por la diversión, el interés y la curiosidad internas, estando más dispuestos a desarrollar una satisfacción hacia la experiencia de voluntariado (Lee et al., 2014a).

Los motivos *Carrera*, *Social*, *Compresión* y *Mejora* permiten predecir significativamente la satisfacción en voluntariado universitario (Johnson et al., 2017). La satisfacción varía según las motivaciones respecto al contrato psicológico, teniendo los voluntarios un alto nivel de satisfacción en un evento regional en Australia (Kim et al., 2020). Por otra parte, Mykletun y Himanen (2016) demostraron que la satisfacción del voluntariado también puede ser predictor del compromiso con la organización del evento deportivo. Es importante tener en consideración la forma en que la satisfacción, a través de la experiencia del voluntariado, puede afectar a la continuidad de la actividad en el futuro, y su transferencia a otros contextos (Hallmann et al., 2020). Por tanto, resulta necesario crear una atmósfera durante el evento para que el voluntariado vuelva a participar realizando su labor en futuros eventos (Kim et al., 2018).

Una relación positiva entre la satisfacción del voluntario y su intención de permanecer ha sido confirmada por investigaciones previas (Andrew et al., 2011; Boezeman & Ellemers, 2009; Doherty, 2009; Downward & Ralston, 2006; Galindo-Kuhn & Guzley, 2002; Koutrou, 2018; Pauline, 2011; Sand et al., 2016; Wu et al., 2016). Downward y Ralston (2006) evaluaron las experiencias, la satisfacción y las futuras intenciones de los voluntarios para participar en los XVII Juegos del Commonwealth de Manchester. Los resultados mostraron que las experiencias de los voluntarios satisfechos en las organizaciones pueden aumentar su futura participación como voluntarios. Pauline (2011) encontró que el nivel de satisfacción de los voluntarios aumenta su disposición a quedarse en un evento profesional de golf. Wu et al. (2016) encontró que la motivación intrínseca actúa como mediador parcial entre la competencia y la satisfacción laboral.

Doherty (2009) halló que la satisfacción de los voluntarios participantes en unos Juegos de Verano en Canadá influía en las intenciones futuras del voluntariado, mientras McLeod y Hogarth (1999) sugirieron que la satisfacción con las tareas específicas fueron determinantes de la intención de continuar como voluntario. Andrew et al. (2011) examinaron la relación entre la satisfacción de los voluntarios y la intención de rotación de los voluntarios en otro evento de golf, encontrando que la satisfacción en el trabajo de los voluntarios tiende a disminuir su intención de rotación. Además, garantizar a los voluntarios que las tareas asignadas son razonables y satisfactorias, repercute positivamente en el cumplimiento del objetivo de la retención de voluntarios (Andrew et al., 2011).

2.6. Intenciones Futuras de Comportamiento

El objetivo final de cualquier organización del Tercer Sector es poder conseguir que una mayor cantidad de personas realicen actividades de voluntariado de forma sostenible a lo largo del tiempo, especialmente en los eventos deportivos. La intención se ha definido como “una medida de la probabilidad de que una persona realice un determinado comportamiento (que) puede denominarse intención conductual” (Ajzen & Fishbein, 1980, p. 5). Para ello, tanto organizaciones como coordinadores deberán tener en cuenta cualquier factor que pueda afectar a la intención de continuar o recomendar del voluntario dentro de la organización o el evento.

Las intenciones futuras de comportamiento pueden ser vistas desde la perspectiva de que el voluntario pueda recomendar o no a terceras personas su participación como voluntario y que la propia persona quiera o no continuar en la organización. Dávila & Chacón (2007) consideran que las intenciones de los voluntarios de continuar en el voluntariado pueden estar afectadas por una serie de procesos e influencias de las variables organizativas, especialmente el compromiso organizativo como catalizador vital. Por otro lado, la intención de permanecer en la organización puede definirse según Elstad (2002) como la creencia del voluntario de continuar en el futuro. La intención de continuar como voluntario es otro resultado deseado que persiguen los organizadores de eventos, los cuales serán de gran ayuda para aumentar la eficiencia y la eficacia, y disminuir el costo y el tiempo necesario al tener los conocimientos y aptitudes necesarios para trabajar en el evento (Lin, 2018).

La recomendación o el 'boca a boca' se ha investigado ampliamente como un aspecto reconocido de la lealtad en diversos contextos (Kumar et al., 2013). En el contexto del comportamiento de los consumidores, el 'boca a boca' o "Worth of Mouth" (WOM) puede definirse según Harrison-Walker (2001) como "una comunicación informal de persona a persona entre un comunicador no comercial percibido y un receptor en relación con una marca, un producto, una organización o un servicio" (p. 63). Este concepto se enfoca en la comunicación desde su perspectiva personal e informal (Moliner et al., 2015). Mazzarol et al. (2007) expresan que el WOM únicamente puede darse en una comunicación entre clientes y nunca entre estos y la organización. En definitiva, el WOM tiene su eje en la comunicación que hace el voluntario sobre su experiencia en la organización: si dicha experiencia es positiva recomendarán a otros la participación y si es negativa indicará a otras personas que no realicen ninguna actividad con la organización.

En correspondencia con el compromiso y la satisfacción, cada vez existen más estudios que buscan analizar la posible influencia de estas variables sobre las intenciones futuras de comportamiento en eventos deportivos. Love et al. (2011) consideran importante comprender las intenciones de comportamiento del voluntariado para poder atraer y captar nuevos voluntarios y poder retener a los más experimentados para futuros eventos. Waters y Bortree (2012) determinaron que una buena forma de retener al voluntariado es a través de la realización de una buena comunicación. También el fomento de la cooperación entre grupos y la estructura de las tareas es importante para la creación de equipos, la unidad colectiva y la retención de voluntarios (Doherty & Carron, 2003; Gillespie et al., 2011). Kim et al. (2019b) encontraron que la satisfacción general del voluntario con el evento deportivo tenía influencia en las intenciones del voluntariado.

Neufeind et al. (2013) remarcan la importancia de prestar atención a las tareas que se asignan a los voluntarios, porque una infrutilización de los voluntarios provoca insatisfacción y falta de retención (Wysong & Maellaro, 2013). Una asignación de puesto idónea y adecuación del trabajo a las aptitudes, intereses y objetivos del voluntario pueden motivarlos a tener una mayor satisfacción que conduzca a un voluntariado más continuo (Kim et al., 2007; Millette & Gagné, 2008; Schlesinger et al., 2013; Warner et al., 2011). La planificación, la capacitación y el apoyo de los coordinadores de voluntariado da lugar a que se perciban muchos menos problemas de retención de los voluntarios (Chelladurai, 2006; Cuskelly et al., 2006). Daitch et al. (2005) sugieren varias ideas para la retención de los voluntarios como dirigirse a personas de todas las edades para que sean voluntarios, aunque no estén orientadas al deporte, desarrollar redes de voluntariado para personas

nuevas y con experiencia, o proporcionar una comunicación clara junto a un reconocimiento de la labor voluntaria.

Hallmann y Harms (2012) identificaron un impacto positivo de las motivaciones del voluntariado sobre las intenciones futuras de seguir siendo voluntario en un evento deportivo ecuestre y otro de balonmano. Los motivos relacionados *Profesional* y *Social*, junto con la satisfacción, permiten predecir significativamente la retención del voluntariado (Johnson et al., 2017). En los JJOO de Rio 2016, Bang et al. (2019) encontraron que tenían efectos directos e indirectos, teniendo como mediador la satisfacción, sobre las intenciones futuras. En los JJOO de Londres 2012, un 46% del voluntariado indicó que aumentaría su participación en voluntariado durante los próximos 12 meses antes del evento, reduciéndose ligeramente a un 44% dicha intención después del voluntariado.

Otro estudio reciente muestra que alrededor del 50% de los voluntarios indicaron que seguirían siéndolo al mismo nivel, un 10% disminuiría las horas de voluntariado y un 40% las incrementaría en un futuro (Dickson et al., 2017). Finalmente, Mykletun y Himanen (2016) observaron que los voluntarios con mayor nivel educativo, el compromiso y la motivación relacionada con la conexión personal con el deporte presentaron una influencia positiva en la intención de permanecer como voluntarios. Sin embargo, un compromiso previo con el voluntariado supone una barrera de continuar siéndolo después del evento. Esto puede ser debido a la falta de tiempo del voluntariado actual, lo que reduce la probabilidad de que transfiera su esfuerzo a otros contextos.

3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

3. OBJECTIVES AND HYPOTHESES

The main aim of this research study is to provide a deeper understanding of sports volunteering in the Spanish context, from a scientific point of view, given the scarcity of existing information. Through the data collection and scientific process, the aim is to gain a deeper understanding of the real motives and intentions of the Spanish population and students that encourage them to participate in volunteering programmes.

3.1. General and specific objectives

The overall objective of this doctoral thesis is to analyse and evaluate the socio-demographic profile, motivation, satisfaction, commitment, and future intentions of sport volunteers (university and general) participating in sport events in Spain.

The specific objectives addressed during the different studies are:

- a) To develop a systematic review on the motivation of sport volunteers in sport events in order to know the current state of knowledge.
- b) To analyse the motivational profile of participation in volunteering in sport events.
- c) To identify the socio-demographic profile of general volunteers and university students participating in sporting events.
- d) To study the degree of commitment, satisfaction, future intentions and permanence of volunteers in sporting events.
- e) To elaborate a theoretical explanatory model considering different variables such as motivation, commitment or satisfaction in order to know the mediating and influential factors in the future intentions and permanence of sport volunteers in sport events.
- f) Other secondary objectives will be the verification of the existence of differences in the different profiles according to socio-demographic variables or volunteer habits.

3.2. Specific objectives of the studies and hypotheses

3.2.1. Specific objective Study 1

The aim of this study is to conduct a systematic review of quantitative studies in the scientific literature that have assessed the motivation of volunteers participating in sport event volunteering programmes since 2015.

3.2.2. Specific objective and hypotheses Study 2

The aim is to assess the motivation of university student volunteers participating in sport events, identifying the different profiles of volunteers according to their degree of motivation. The hypotheses associated with this study are:

Hypothesis 1. There are differences in the socio-demographic profile between identified groups.

Hypothesis 2. There are differences in the motivational profile of solidarity between identified groups.

Hypothesis 3. There are differences in the motivational profile of purpose between identified groups.

Hypothesis 4. There are differences in the motivational profile of commitment and external traditions between identified groups.

3.2.3. Specific objective and hypotheses Study 3

The aim of this study is to find out the motivation of university sports volunteers by comparing the results according to gender and previous experience, as well as to observe which motivational factor most influences the satisfaction of the volunteer's specific motivations. The associated hypotheses are:

Hypothesis 1. There are differences in the motivational profile according to the volunteer's gender.

Hypothesis 2. There are differences in the sense of community according to the level of previous experience of the volunteer.

Hypotheses 3. There are differences in satisfaction according to the gender of the volunteer.

Hypotheses 4. There are differences in satisfaction according to the level of previous experience of the volunteer.

Hypothesis 5. Motivational profiles positively influence satisfaction towards specific motivations.

3.2.4. Specific objective and hypotheses Study 4

The aim of this study is to determine the factors influencing the intention to remain a volunteer participant in a regional sport event and to analyse the volunteer profile according to their future intentions. The associated hypotheses are:

Hypothesis 1. *Career motive* has a positive influence on Commitment.

Hypothesis 2. *Values motive* has a positive influence on Commitment.

Hypothesis 3. *Enhancement motive* has a positive influence on Commitment.

Hypothesis 4. *Understanding motive* has a positive influence on Commitment.

Hypothesis 5. *Social motive* has a positive influence on Commitment.

Hypothesis 6. *Protective motive* has a positive influence on Commitment.

Hypothesis 7. *Career motive* has a positive influence on Satisfaction.

Hypothesis 8. *Values motive* has a positive influence on Satisfaction.

Hypothesis 9. *Enhancement motive* has a positive influence on Satisfaction.

Hypothesis 10. *Understanding motive* has a positive influence on Satisfaction.

Hypothesis 11. *Social motive* has a positive influence on Satisfaction.

Hypothesis 12. *Protective motive* has a positive influence on Satisfaction.

Hypothesis 13. Commitment has a positive influence on Satisfaction.

Hypothesis 14. Commitment has a positive influence on Intention to Permanence.

Hypothesis 15. Satisfaction has a positive influence on Intention to Permanence.

3.2.5. Specific objective and propositions Study 5

The aim of this study is to propose a model for assessing volunteer intentions to stay at international and/or local sport events considering the constructs of motivation, commitment, satisfaction, brand equity, empowerment and future behavioural intentions. The propositions put forward are:

Proposition 1. Volunteering Experience positively influences the motivational factor of *Career Orientation*.

Proposition 2. Volunteering Experience positively influences the motivational factor of *Expression of Values*.

Proposition 3. The Volunteering Experience positively influences the motivational factor of *Personal Growth*.

Proposition 4. The Volunteering Experience positively influences the motivational factor of *Community Involvement*.

Proposition 5. The Volunteering Experience positively influences the motivational factor of *Interpersonal Contacts*.

Proposition 6. The Volunteering Experience positively influences the motivational factor of *Extrinsic Rewards*.

Proposition 7. Volunteering Experience positively influences the motivational factor of *Love of Sport*.

Proposition 8. The motivational factor *Career Orientation* positively influences Satisfaction.

Proposition 9. The motivational factor *Expression of Values* positively influences Satisfaction.

Proposition 10. The motivational factor *Personal Growth* positively influences Satisfaction.

Proposition 11. The motivational factor *Community Involvement* positively influences Satisfaction.

Proposition 12. The motivational factor *Interpersonal Contacts* positively influences Satisfaction.

Proposition 13. The motivational factor *Extrinsic Rewards* positively influences Satisfaction.

Proposition 14. The motivational factor *Love of Sport* has a positive influence on Satisfaction.

Proposition 15. Brand Heritage has a positive influence on Satisfaction.

Proposition 16. Brand Heritage positively influences Commitment.

Proposition 17. Satisfaction positively influences Commitment.

Proposition 18. Satisfaction positively influences Psychological Empowerment.

Proposition 19. Commitment positively influences Psychological Empowerment.

Proposition 20. Psychological Empowerment has a positive influence on Future Intentions.

Proposition 21. Future Intentions positively influence Intentions to Permanence.

4. METODOLOGÍA

4. METHODOLOGY

4.1. Sample

The sample size used in each of the studies associated with this doctoral thesis is briefly described below:

- 1) **Study 1:** Systematic review with the selection of 44 studies related to motivation in sports volunteering.
- 2) **Study 2:** 216 university students, 80.1% female and 19.9% male, with a mean age of 21.45 ± 3.9 years.
- 3) **Study 3:** 128 sports volunteers, 60.2% female and 39.8% male, with a mean age of 23.49 ± 7.5 years.
- 4) **Study 4:** 190 sports volunteers, 59.5% female and 40.5% male, with a mean age of 26.33 ± 11.0 years.
- 5) **Study 5:** Proposal for a model to evaluate the motivation and future intentions of sports volunteers.

4.2. Instruments

The instruments used in the different studies according to typology were as follows (Annex II):

4.2.1. Motivation

A) **Sport Event Volunteer Motivation Scale (SEVMS)**: Adapted by Lockstone-Binney et al. (2015) from the original scale by Farrell et al. (1998). This scale consists of 22 items divided into four factors:

- i) **Commitment/External Traditions**: assesses aspects involving satisfaction, external pressures and prestige factors related to family traditions (seven items).

- ii) Purpose: derived from the desire to contribute to the event and the community (six items).
- iii) Solidarity: referring to social exchanges and the acquisition of practical or educational experiences (seven items).
- iv) Spare time: measures the use of free time for volunteering (two items).

The response scale is a seven-point Likert-type scale (1: Not at all important to me; to 7: Extremely important to me).

B) **Inventory of volunteering functions (VFI)**: developed by Clary et al. (1998) consists of a total of 30 items divided into six factors. M. Kim et al. (2010a) conducted a shortened version of 18 items divided into the same factors. The motivational factors are:

- i) Career: referring to benefits that can be gained at a professional level from experience of involvement in volunteer work (five items).
- ii) Enhancement: derived from the ego's relationship with affect, involving a motivational process focused on personal growth and development (five items).
- iii) Protective: linked to processes involving the functioning and protection of the ego from the characteristics of the self, or in dealing with problems (five items).
- iv) Social: relating to relationships with others, making new friends or engaging in an activity viewed positively by others (five items).
- v) Understanding: related to the opportunity to experience new learning situations, as well as skills and abilities (five items).
- vi) Values: focused on the expression of values associated with altruism and concern for others (five items).

C) **Sport Volunteering Motivation Scale for International Sport Events (VMS-ISE)** proposed by Bang and Chelladurai (2009) and modified by Bang et al. (2009), consists of a total of 30 items divided into seven factors:

- i) Career orientation: Professional development, such as gaining experience and professional contacts.
- ii) Community involvement: Community involvement: helping the event as part of the local community.

- iii) Expression of values: Concern for others, for the success of the event and for society.
- iv) Extrinsic rewards: Obtaining tangible rewards, such as free uniforms, food and admission.
- v) Interpersonal contacts: Meeting and interacting with people and forming friendships.
- vi) Love for sport: Loving sport and any sport-related event.
- vii) Personal growth: Gaining new perspectives, as well as feeling important and needed.

The response scale is a Likert-type scale with seven points (1: Not important at all; to 7: Extremely important).

4.2.2. Satisfaction

D) **Volunteering satisfaction scale**: developed by Vecina et al. (2009) consists of 17 items distributed in three different factors. The factors are:

- i) Satisfaction with specific motivations (SM): assesses the degree to which the tasks performed serve to fulfil the six motivations described by Clary et al. (Clary et al., 1998, six items).
- ii) Satisfaction with the management of the organisation (SG): measures different aspects related to the management of the organisation (seven items).
- iii) Satisfaction with volunteer tasks (ST): referring to the degree to which the tasks performed have a substantial impact on people's lives and the degree to which the performance of volunteer activities provides feedback on performance. In addition, the clarity with which the objectives of the tasks were defined and the perception of effectiveness generated by their performance (four items).

E) **Satisfaction with volunteering**: evaluated through four items obtained from Oh (2019) that assess the volunteer's satisfaction with the experience they have had during their voluntary work.

The response scale is a seven-point Likert-type scale (1: strongly disagree; 7: strongly agree).

4.2.3. Commitment

F) **Organisational commitment questionnaire (OCQ)**: developed by Mowday et al. (1979) consists of nine items in a single factor measuring the desire to stay in the organisation, maintain high levels of effort and acceptance of organisational goals and values. The response scale is a seven-point Likert-type scale (1: strongly disagree; 7: strongly agree).

4.2.4. Psychological empowerment

G) **Volunteer Psychological Empowerment Scale** (van Dop et al., 2016) assesses the volunteer's ability to take control of him/herself and his/her decisions within the community. The scale consists of 28 items divided into five factors:

- i) **Competence**: implies a feeling of control over one's own skills or competencies.
- ii) **Group orientation**: measures the degree to which the volunteer is involved in and relates to different aspects of the environment and the community itself.
- iii) **Positive identity**: related to the volunteer's optimism about his or her own future and the creation of new networks in which to share his or her experience.
- iv) **Relationship with the manager**: assesses the manager's consideration of the volunteer's opinions, ideas and experiences in decision-making.
- v) **Vision**: related to information about how the necessary resources can be obtained in relation to others, as well as social possibilities, norms and other aspects.

The rating scale of this ranking is a four-point Likert-type scale, from 1 (do not agree at all) to 7 (strongly agree).

4.2.5. Brand heritage

H) **Scale assessing the brand heritage of the organisation**: through the questionnaire used by Curran et al. (2016) adapted from Wiedman et al. (2011). This scale consists of a total of 15 items forming a single factor that assesses the degree to which the volunteer identifies with the organisation's historical brand heritage and traditions.

The rating scale of this ranking is a four-point Likert-type scale, ranging from 1 (do not agree at all) to 7 (strongly agree).

4.2.6. Future Intentions

I) **Future intentions**: measured through five items, two items taken from M. Kim et al. (2019c) assessing the volunteer's intentions to repeat the experience and two items proposed by Wu et al. (2019) on the volunteer's intentions to recommend the event to others.

J) **Future intentions to permanence**: measured through three different items that express the volunteer's intention to continue volunteering in the next 6, 12 and 24 months.

The rating scale of this ranking is a four-point Likert-type scale, from 1 (do not agree at all) to 7 (strongly agree).

4.2.7. Socio-demographic variables

The different socio-demographic variables analysed were:

- **Gender**: male or female.
- **Age**: continuous variable indicating the numerical value of current age.
- **Level of studies**: no studies, primary, secondary, baccalaureate, vocational training, university studies or postgraduate studies.
- **Occupation**: student or student worker, unemployed, worker, retired or pensioner, and housewife.
- **Marital status**: single, married or cohabiting, divorced or separated, widowed.
- **Area of study**: Arts and Humanities, Sciences, Social Sciences, Health Sciences.
- **Year**: 1st year, 2nd year, 3rd year and 4th year.
- **Previous sports volunteering**: yes or no.
- **Previous non-sport volunteering**: yes or no.
- **Years of volunteering experience**: Less than one year, between 1 and 3 years or more than 3 years.

- Sports practice: yes or no.
- Affiliation: Club, association, both or not associated.

4.3. Procedure

The common procedure carried out in the different studies was as follows:

- 1) Sports events were considered on which the University of Murcia collaborated through the Diversity Attention and Volunteering Service (ADYVOL).
- 2) The coordinator of the sports volunteering programme in each of the events is the author of the thesis.
- 3) The sporting events taken into consideration were:
 - San Silvestre de Murcia: two editions of the eight-kilometre New Year's Eve race held in Murcia every 31 December.
 - Rio Murcia Canoeing Regatta: two editions of a canoeing event held on the Segura River in the town of Murcia.
 - Spanish Olympic Wrestling Championship: national championships in the sport of wrestling held in San Javier and Murcia.
 - Ruta de las Fortalezas: 54-kilometre trail running event held in the city of Cartagena.
 - Fiesta del Deporte: multi-sport event organised by the Union of Sports Federations of the Region of Murcia, consisting of two days of activities to promote sporting activities of the different sports federations held in Murcia.
 - Mar Menor Games: multi-sports event of nautical, aquatic and beach sports organised by the Union of Sports Federations of the Region of Murcia which consists of two days of sports promotion activities run by the different sports federations, held in different locations along the Mar Menor coastline (e.g. San Javier or San Pedro del Pinatar).
- 4) Prior to the event, a letter of introduction (Annex III) and a draft of the questionnaire to be carried out were sent to the event organiser.

- 5) The questionnaires were generally passed out after the end of the event and were open for a period of two weeks.
- 6) All questionnaires were completed online by sending them via email or WhatsApp groups.
- 7) The platforms used to complete the questionnaires were the Google Forms tool and "Encuestas" of the University of Murcia.
- 8) The studies were approved by the Bioethics Committee of the University of Murcia (2056/2018) (Annex IV).

4.4. Data analysis

The data analysis has been developed through different statistical programmes such as IBM SPSS v22.0 (IBM, Amork, USA), IBM AMOS v20.0 (IBM, Amork, USA), Factor (Lloret-Segura et al., 2014) or JASP (JASP Team, University of Amsterdam, Amsterdam, The Netherlands). The different statistical techniques used in the different studies were as follows:

- Descriptive statistics: mean and standard deviation for quantitative variables, frequencies and percentages for continuous variables. **Study 1, Study 2, Study 3, Study 4.**
- Correlation analysis: use of Pearson's correlation to analyse the relationship between the different variables. **Study 3.**
- Comparative statistics: ANOVA and t-test analyses were performed for quantitative variables according to the number of groups to be compared and chi-square contingency tables for categorical variables. Multivariate methods such as ANCOVA were also applied to compare factors according to two categorical variables. **Study 2, Study 3.**
- Cluster analysis: use of hierarchical methods using the Ward clustering method and the 'squared Euclidean distance' similarity measure. Non-hierarchical method (K Means) was also used, taking as reference the centroids of the cluster solutions following the indications of Hair et al. (2014) and Romesburg (1984). **Study 2, Study 4.**

- Regression analysis: Carrying out multiple regressions to determine the influence exerted by certain independent variables on a dependent variable.

Study 3.

- Exploratory Factor Analysis (EFA): Used to observe the distribution and grouping of the different items of the questionnaire. The maximum likelihood method and varimax or direct oblimin rotation are used in SPSS. In Factor, the unweighted least squares (ULS) extraction method and direct oblimin rotation are used. The determination of the number of factors is carried out with the implemented optimisation procedure of parallel analysis (Timmerman & Lorenzo-Seva, 2011).

The model will be adjusted through the analysis of the comparative fit index (CFI, Hu & Bentler, 1999), the gamma index or goodness-of-fit coefficient (GFI) and the residual root mean square (RMSEA) proposed by Tanaka and Huba (1989). The replicability of the factors obtained from the AFE is tested through the Generalised G-H Index (Ferrando & Lorenzo-Seva, 2017). Finally, the Kaise - Meyer - Olkin (KMO) measures of sampling adequacy and Barlett's test of sphericity are considered. **Study 2.**

- Confirmatory Factor Analysis (CFA): it is used to verify the structure and reliability of the factors resulting from the EFA. The model fit is assessed using the chi-square test and the degrees of freedom (Bollen, 1989), the comparative fit index (CFI) and the parsimonious normalised fit index (PNFI) (Hu & Bentler, 1999), the goodness-of-fit index (GFI) developed by Jöreskog and Sörbom (1984), the incremental fit index (IFI) and the Tucker-Lewis index (TLI) (Kline, 2005), and the root mean square error of approximation (RMSEA) (Steiger, 1990). **Study 4.**
- Reliability analysis: it has been assessed in the different studies through different indices such as Cronbach's Alpha (α -C; Nunnally & Bernstein, 1994), Composite Reliability (CF) or Analysis of Variance Extracted (AVE) (Hair et al., 2014) and McDonald's Omega (McDonald, 1999). **Study 2, Study 3, Study 4.**

5. ESTUDIO 1

5. ESTUDIO 1. MOTIVACIONES E INTENCIONES FUTURAS EN EL VOLUNTARIADO DE EVENTOS DEPORTIVOS: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA

5.1. Resumen

Comprender las intenciones futuras de los individuos que forman parte de una organización deportiva es un paso fundamental para el éxito y la consecución de los objetivos de dichas organizaciones, especialmente en el caso de los eventos deportivos que dependen en gran medida del trabajo de los voluntarios. Por lo tanto, es importante determinar los factores que motivan a un individuo a ser voluntario, así como las intenciones que tienen los voluntarios de seguir siendo voluntarios de estas organizaciones o de otras similares. Este estudio realizó una revisión sistemática de la literatura sobre estudios que han examinado la motivación y las intenciones futuras del voluntariado en eventos deportivos. Se utilizó la metodología PRISMA para desarrollar esta revisión. Se incluyeron 30 estudios desde 2007 hasta 2020, y todos los estudios examinaron estos dos constructos utilizando diferentes tipos de metodologías cuantitativas. Además, la mayoría de estos estudios fueron realizados por académicos de Estados Unidos y Australia, y el VMS-ISE fue el instrumento más utilizado para recoger datos. Muchos de los estudios no incluían un marco teórico que relacionara la motivación y las intenciones futuras con otros constructos. Los resultados de esta revisión sistemática aportan nuevos conocimientos sobre el estado de los estudios que han examinado las intenciones futuras en el voluntariado en eventos deportivos, especialmente en lo que respecta a cómo planificar futuras investigaciones sobre la motivación y la intención futura de los voluntarios en el contexto de los eventos deportivos.

Palabras clave: revisión, eventos deportivos, voluntarios, intenciones de comportamiento, motivación, VMS-ISE

5.2. Introducción

Los voluntarios desempeñan un papel fundamental en la sostenibilidad de muchas organizaciones de servicios en la sociedad actual. El sector de los eventos deportivos, en particular, depende en gran medida de los voluntarios, ya que desempeñan un papel importante en la prestación de servicios directos, lo que es fundamental para el éxito de los eventos deportivos (Bang et al., 2019; Kim, 2018). Los voluntarios ofrecen una amplia diversidad de habilidades y capacidades, desde la asistencia general (por ejemplo, rellenar bolsas y repartir agua) hasta la asistencia con habilidades específicas (por ejemplo, apoyo médico) (Ross et al., 2013; Warner et al., 2011), para ayudar a las organizaciones de eventos deportivos a mantener las operaciones y los servicios del evento (Bang et al., 2019). El valor no monetario de los esfuerzos de los voluntarios y las horas dedicadas a los eventos deportivos produce una gran fuente de beneficios económicos para la organización anfitriona (Bang & Chelladurai, 2009).

Aunque los voluntarios aportan contribuciones sustanciales y proporcionan verdaderos valores económicos a la organización del evento, al tiempo que favorecen a la comunidad que acoge los eventos deportivos, el voluntariado en los eventos deportivos tiende a ser episódico, lo que no permite determinar su dedicación continua a la comunidad. Especialmente, los voluntarios de los megaeventos deportivos (MEDs), como la Copa Mundial de la FIFA, los Juegos Olímpicos y los Juegos Paralímpicos, participan en actividades de voluntariado temporales y episódicas debido a la naturaleza episódica de los MEDs. En otras palabras, el carácter puntual y de duración determinada de los MEDs puede atraer a diferentes individuos al trabajo voluntario, lo que indica que están motivados por razones diferentes a las de los voluntarios regulares que participan de forma más continua (Hoye & Cuskelly, 2009).

A pesar del voluntariado episódico en el MED con momentos de finalización definidos, la experiencia positiva de voluntariado de los individuos en el MED puede aumentar su intención de continuar con el voluntariado para futuros eventos deportivos u otros tipos de eventos en la comunidad, construyendo una base de voluntarios a largo plazo para futuros emprendimientos (Bang et al., 2019). Por lo tanto, una comprensión más profunda de las motivaciones de los voluntarios de los MEDs es una tarea clave a la hora de desarrollar estrategias exitosas no solo para la captación y la formación, sino también para satisfacer y retener a los voluntarios de los MEDs (Bang & Chelladurai, 2009).

5.2.1. Motivaciones del voluntariado en eventos deportivos

Las motivaciones del voluntariado han sido ampliamente estudiadas y se han propuesto varios modelos multidimensionales (Pauline & Pauline, 2009). La mayoría de los esfuerzos por comprender las motivaciones del voluntariado han adoptado un enfoque funcional, aplicando la teoría funcional (Katz, 1960). La teoría funcional propone que los individuos pueden realizar las mismas acciones para servir a una variedad de funciones (Snyder et al., 2000). Utilizando la teoría funcional para la determinación de las motivaciones de los voluntarios, Clary et al. (1998) desarrollaron el Inventario Funcional de Voluntarios (VFI) que consta de seis funciones motivacionales: *Carrera, Comprensión, Mejora, Protección, Social y Valores*. Esta escala, aunque evalúa las motivaciones generales del voluntariado, ha sido ampliamente utilizada en el contexto deportivo (Alexander et al., 2015; Güntert et al., 2015; Johnson et al., 2016, 2017; Kim et al., 2019a; Pierce et al., 2014).

Kim et al. (2010) modificaron la escala VFI desarrollando el Inventario Modificado de Funciones Voluntarias para el Deporte (MVFIS), que es una versión más pequeña del VFI y aplicada al contexto deportivo. Farrell et al. (1998) argumentaron que la motivación de los voluntarios de eventos deportivos variaba según el tipo de evento. Así, diseñaron la Escala de Motivación de los Voluntarios de Eventos Especiales (SEVMS) e identificaron cuatro categorías en los voluntarios que participaron en un campeonato de curling femenino en Canadá: *Compromiso, Propósito, Solidaridad y Tradiciones externas*. El SEVMS ha sido utilizado por varios estudios (Khoo et al., 2011; Khoo & Engelhorn, 2007, 2011; Lockstone-Binney et al., 2015; Strigas & Jackson Jr, 2003).

Posteriormente, el estudio de Giannoulakis et al. (2007) en los Juegos Olímpicos (JJOO) de Atenas 2004 desarrolló la Escala de Motivación del Voluntario Olímpico (OVMS), que incluye tres categorías: *Egoísta, Propósito y Relacionado con las Olimpiadas*. Esta escala reflejaba específicamente los atributos del voluntariado en los JJOO (Giannoulakis et al., 2015). Para evaluar las motivaciones del voluntariado en los MEDs, Bang y Chelladurai (2009) desarrollaron la Escala de Motivación del Voluntario para Eventos Deportivos Internacionales (VMS-ISE) utilizando la muestra de voluntarios de la Copa Mundial de la FIFA 2002, identificando seis factores motivacionales diferentes: *Contactos*

interpersonales, Crecimiento personal, Expresión de valores, Orientación profesional, Patriotismo y Recompensas extrínsecas.

El VMS-ISE ha sido revisado de nuevo por Bang y Ross (2009) y Bang et al. (2009a), añadiendo un factor más, "*Amor al deporte*", a la escala. La VMS-ISE fue validada para ser utilizada también en contextos de eventos deportivos a pequeña escala, adoptando la redacción de los ítems del factor *Patriotismo* para un factor de "*Participación en la comunidad*" (Bang et al., 2009a). Numerosos estudios han utilizado la VMS-ISE para evaluar las motivaciones de los voluntarios en diversos tipos de eventos deportivos (Bang et al., 2019; Hallmann et al., 2018, 2020; Kim et al., 2018, 2020; Koutrou, 2018; Pereira & Cavalcante, 2018, 2019; Vetitnev et al., 2018).

5.2.2. Motivaciones de los voluntarios e intención futuras del voluntariado

Una de las teorías más influyentes para explicar el vínculo entre las motivaciones de los voluntarios y sus intenciones de continuar con el voluntariado en el futuro, la Teoría del Intercambio Social (Thibaut & Kelley, 2017) supone que el comportamiento o las relaciones sociales son el resultado de un proceso de intercambio. Los individuos tienden a realizar análisis de coste-beneficio, intentando obtener más recompensas que riesgos a través de un comportamiento. Cuando los riesgos superan a las recompensas, el comportamiento será abandonado. Es decir, si los individuos valoran su trabajo de voluntariado que conlleva mayores recompensas que los costes, es más probable que continúen con el voluntariado. Por el contrario, si su tiempo y esfuerzo en el trabajo voluntario son menos gratificantes de lo que esperaban, será menos probable que vuelvan a ser voluntarios.

Las pruebas empíricas demuestran que los voluntarios que están satisfechos con su experiencia están dispuestos a ser voluntarios en futuros eventos o en otros entornos. El estudio de Hyde et al. (2016) en un entorno de eventos deportivos benéficos descubrió que los factores de motivación de los voluntarios, como la socialización/diversión y el apoyo financiero, influían positivamente en la satisfacción y el compromiso organizativo, lo que contribuía a la intención de voluntariado futuro no solo para el futuro evento benéfico, sino también para otros eventos. Del mismo modo, un estudio reciente realizado por Bang et al. (2019) en los JJOO y Paralímpicos de Río 2016 indicó que la expresión de valores, el amor

al deporte y la orientación profesional de las motivaciones VMS-ISE se asociaron positivamente con la satisfacción general de los voluntarios, lo que condujo a su futura intención de voluntariado. En consecuencia, estudios anteriores han apoyado el concepto principal subyacente a la teoría del intercambio social, sugiriendo que la intención de los individuos de continuar con el voluntariado puede verse afectada por el grado de satisfacción de sus motivaciones durante las actividades de voluntariado en el evento deportivo

5.2.3. Objetivo del estudio

Ha habido numerosos intentos de desarrollar instrumentos de medición de las motivaciones de los voluntarios de eventos deportivos, con esfuerzos ampliados para explorar la influencia de las motivaciones de los voluntarios en los componentes clave de la experiencia de voluntariado, como el compromiso y la retención (Hoye & Cuskelly, 2009). La mayoría de los estudios destacan que los voluntarios que encuentran beneficios relacionados con sus motivaciones primarias son los que tienen más probabilidades de estar satisfechos con su experiencia de voluntariado y de continuar haciéndolo (Bang et al., 2019; Clary et al., 1998). Este estudio realizó una revisión sistemática de los estudios cuantitativos que han evaluado las motivaciones de los voluntarios en los eventos deportivos y revisar todas las investigaciones disponibles que relacionan las motivaciones de los voluntarios con su intención de continuar con el voluntariado.

Existen pocas investigaciones metodológicas relacionadas con la realización de revisiones sistemáticas de la motivación de los voluntarios. Uno de los pocos estudios, Kim (2018) realizó una revisión sistemática sobre la motivación de los voluntarios en el contexto específico de los eventos deportivos, examinando 33 estudios elegibles que midieron la motivación en los eventos deportivos entre 1995 y 2015. A pesar de la existencia de este estudio reciente, es necesario actualizar la revisión de los estudios de motivación de los voluntarios en los contextos de los eventos deportivos debido al creciente número de estudios sobre la motivación de los voluntarios de los eventos deportivos, que se han publicado en los últimos seis años. Además, se ha prestado poca atención a una síntesis cuantitativa de la dirección y la magnitud de la relación entre la motivación de los voluntarios de eventos deportivos y las futuras intenciones de voluntariado. Una visión clara y exhaustiva de los resultados de todos los estudios pertinentes sobre la motivación de los voluntarios de eventos deportivos y las intenciones futuras contribuiría no sólo a sacar

conclusiones más precisas sobre el vínculo, sino también a las prácticas de gestión de voluntarios basadas en pruebas.

5.3. Método

5.3.1. Criterios de inclusión y exclusión

Para esta revisión, se incluyeron estudios empíricos publicados en revistas revisadas por pares, excluyendo disertaciones y resúmenes. Se eliminaron las bases de datos de literatura gris, incluidos los informes de evaluación, los informes anuales, los artículos en revistas no revisadas por pares y otros canales de publicación. Los criterios de inclusión de los artículos fueron: i) artículos de revistas; ii) publicaciones en inglés, español o portugués; iii) motivación en el voluntariado deportivo; iv) intenciones futuras en voluntarios de eventos deportivos; y v) artículos centrados en eventos deportivos, pero no en organizaciones deportivas. Los criterios de exclusión se formularon como: i) actas de congresos, capítulos de libros, libros u otro tipo de publicaciones; ii) artículos que no midieran la motivación de los voluntarios, iii) estudios teóricos, enfoque cualitativo o revisiones; iv) artículos en un idioma distinto al inglés, español o portugués; v) artículos que no midieran las intenciones futuras; y vi) artículos duplicados.

5.3.2. Estrategia de búsqueda

La revisión utilizó una estrategia de búsqueda estableciendo tres categorías de términos de búsqueda: (i) voluntariado; (ii) otros factores; y (iii) tipo de voluntariado. La estrategia de búsqueda utilizó una combinación de los términos de búsqueda con OR dentro de cada categoría como se presenta en la Tabla 3. Se seleccionaron diferentes bases de datos electrónicas; Web of Science, Scopus, SPORTDiscus (EBSCO), PsycINFO (Ovid), ABI/Inform (Ovid) y MEDLINE (PubMed), para proporcionar una cobertura completa de las áreas de investigación que abordan este estudio interdisciplinario, incluyendo las ciencias del deporte, el marketing, las ciencias sociales y la psicología. La búsqueda se realizó desde el 22 de febrero de 2021 hasta el 15 de agosto de 2021.

Tabla 3. Estrategia de búsqueda en base de datos.

Categoría de búsqueda	Términos de búsqueda
Voluntariado	"Sport Volunteer" OR sport volunteer* OR "Sport volunteer*" OR Sport Voluntar* OR "Sport Voluntar*" OR sport volunteerism OR volunteering
Otros factores	Motivation OR motives OR motiv* OR Satisfaction OR "intention to continue" OR permanence OR retention OR Commitment OR Engagement OR participation OR recruitment OR management OR maintenance
Tipo de voluntariado	event OR "Sport Event" OR sport event OR sporting event OR club OR "sport club" OR sport club OR sport organization OR organization OR "sport organization"
Combinación	1 and 2 and 3

Siguiendo la metodología PRISMA que consiste en un diagrama de flujo de cuatro fases (Moher et al., 2009), en la Figura 4 se resume cómo se identificaron los artículos elegibles. La búsqueda inicial en la base de datos dio como resultado 26.285 artículos en total y se redujo a 5.140 tras eliminar los duplicados. Dos revisores realizaron el cribado de forma independiente a partir de los títulos, luego de los resúmenes y finalmente de los textos completos utilizando los criterios de inclusión y exclusión. No hubo discrepancias entre los dos revisores, y el número de estudios finalmente seleccionados para la síntesis cualitativa fue de 30. Se descartaron tres artículos a nivel de resumen porque no se pudo obtener el texto completo. También se utilizaron las listas de referencias de los artículos inicialmente seleccionados para encontrar otros trabajos académicos frecuentemente citados que no aparecen en diversas bases de datos.

5.3.3. Evaluación de la calidad metodológica

La calidad metodológica se evaluó mediante un instrumento de valoración de 20 ítems adaptado por los estudios en el contexto de la tipología de estudios de marketing deportivo (Angosto et al., 2020), en los que no hay procesos de intervención basados en criterios preestablecidos por la lista de verificación Consolidated Standards of Reporting Trials (CONSORT) (Schulz et al. 2010). Este instrumento se utiliza para analizar si cada estudio contiene o no aspectos relevantes en los diferentes apartados en los que se suele distribuir cada investigación. Dos revisores analizaron de forma independiente cada estudio evaluando las diferentes secciones del mismo y calificaron cada ítem con 1 si el estudio

cumplía satisfactoriamente los criterios de inclusión y exclusión, y con 0 si el estudio no cumplía satisfactoriamente los criterios de inclusión y exclusión o si el ítem de la valoración de la herramienta de calidad metodológica de 20 ítems no se aplicaba al estudio. Cualquier desacuerdo entre los dos revisores se resolvió mediante discusión, lo que llevó a los revisores a encontrar un consenso.

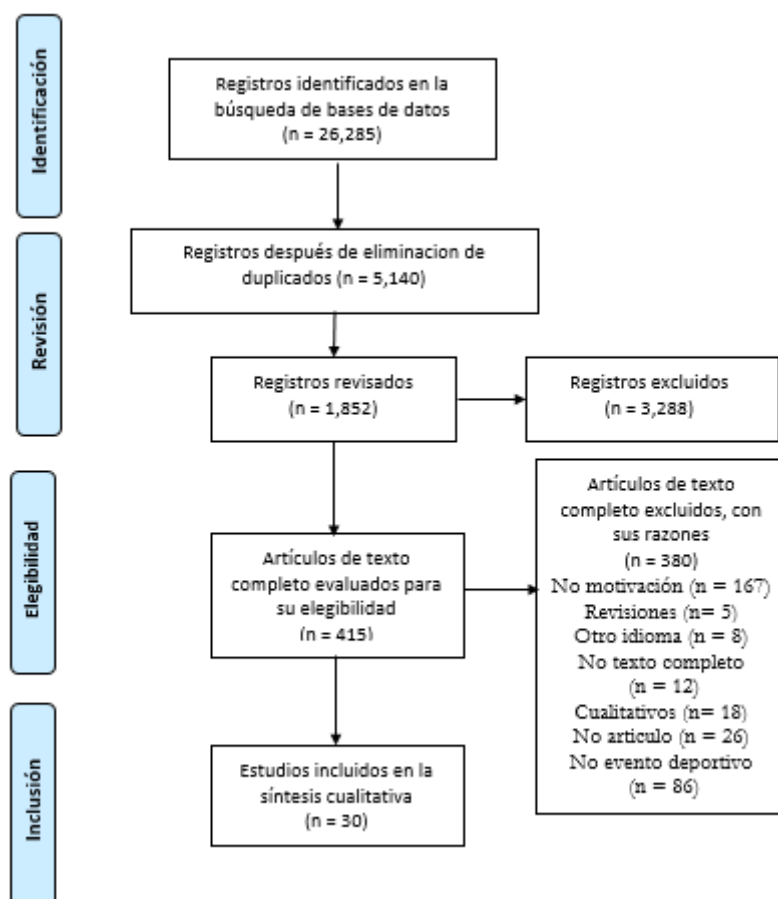


Figura 4. Diagrama de flujo de la búsqueda. Fuente: Moher et al. (2009).

5.3.4. Extracción de datos

Los datos se recogieron en una hoja de Microsoft Excel e incluyeron la siguiente información (i) año de publicación, país de publicación, nombre de las revistas; (ii) datos de la investigación, como el tamaño del evento, el tipo de evento, el procedimiento utilizado para recoger los datos, los métodos empleados, otras variables analizadas y el tipo de análisis estadístico; y (iii) los resultados de la investigación, que incluían los principales resultados de las dimensiones y otros resultados relevantes. La Tabla 4 muestra un

resumen de los datos recogidos El tamaño de los eventos se clasificó en MEDs y eventos a pequeña escala (EPEs). La subcategoría de los eventos se basó en la clasificación propuesta por Müller (2015) para los megaeventos y Getz y Page (2016) para los no megaeventos. Los métodos se centraron en el procedimiento seguido para la cumplimentación del cuestionario si era online, presencial o ambos, así como si la escala era autoadministrada o no. Los principales resultados fueron los promedios de las diferentes dimensiones de la escala utilizada o los ítems mejor y peor valorados en general por los voluntarios. Las diferentes dimensiones de los instrumentos se analizaron siguiendo la relación entre los factores motivacionales de cada tipo de instrumento propuesta por Kim et al. (2018). Se marcaron otros resultados relevantes como los relacionados con el análisis comparativo según algunas variables o la aplicación de regresiones múltiples.

Tabla 4. Descripción de las categorías y método de descripción.

Categoría	Descripción	Método extracción
Autor principal, afiliación, país	Artículos categorizados por: <ul style="list-style-type: none"> • Primer autor; • País de afiliación de la organización del primer autor; 	Extracción directa
Año de publicación	Artículos categorizados por: <ul style="list-style-type: none"> • Revista académica en la que se publicó el artículo 	Extracción directa
Revista	Artículos categorizados por: <ul style="list-style-type: none"> • Revista académica donde se ha publicado el artículo; • Ámbito de la publicación 	Extracción directa
Evento deportivo	Artículos categorizados por: <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de evento; • Escala del evento (Getz & Page, 2016; Müller, 2015); • Nombre del evento deportivo; • Localización geográfica del evento 	Extracción directa y/o interpretación
Muestra	Artículos categorizados por: <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de muestra (población general, estudiantes, discapacidad); • Muestra total (n) 	Extracción directa
Método	Artículos categorizados por: <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de instrumento utilizado; • Procedimiento recolección de datos 	Extracción directa y/o interpretación
Fundamentación	Artículos categorizados por: <ul style="list-style-type: none"> • Principales constructos; • Fundamentación teórica o modelo utilizado 	Extracción directa

5.4. Resultados

5.4.1. Análisis de la calidad metodológica de los estudios

Entre los 30 estudios incluidos en esta revisión, seis recibieron 15 puntos o más para un total posible de 20 puntos (Ahn, 2018; Alexander et al., 2015; Bang et al., 2019; Dickson et al., 2017, 2020; Pereira & Cavalcante, 2019). El resto de los artículos obtuvieron entre 10 y 15 puntos. Ningún estudio tuvo una puntuación inferior a 10 puntos (Anexo V Tabla 5). Cabe destacar que ninguno de los estudios analizados realizó un cálculo del tamaño de la muestra necesario para la generalización de los resultados a la población más amplia. lo que podría deberse a que todos los estudios utilizaron muestras de conveniencia.

5.4.2. Alcance de la investigación

Un total de 30 estudios académicos han evaluado la motivación y las intenciones futuras de participación voluntaria en eventos deportivos. Estos artículos se publicaron entre 2007 y 2020, y la mitad de los estudios se publicaron en los últimos cinco años (el Anexo VI muestra la Tabla 6 que identifica los datos específicos de cada estudio). La Tabla 7 muestra la ubicación (país) de los estudios y los autores. Los estudios fueron realizados por un total de 66 investigadores de 15 países diferentes. La mayoría de los autores tenían su sede en Estados Unidos (29,9%), seguidos de Australia (14,9%), Canadá (10,5%), Brasil (9,0%) y Noruega (7,5%). Otros estudios incluidos en esta revisión se realizaron en Corea (5,9%), el Reino Unido y Suiza (4,5% cada uno), Alemania y Singapur (2,9% cada uno). Por último, China, Hong Kong, Malasia, Nueva Zelanda y Escocia (1,5% cada uno). Según los países de los autores, la localización de los estudios fue en 11 países. Estados Unidos fue el país con mayor número de publicaciones (26,7%), seguido de Australia (16,7%), y Brasil, Canadá y Corea (10% cada uno). Noruega y el Reino Unido tenían dos estudios (6,7% cada uno) y China, Alemania, Singapur y Suiza sólo tenían un estudio (3,3% cada uno).

Tabla 7. Localización estudios y autores por país.

País	Localización estudios	Localización autores
	N(%)	N(%)
Estados Unidos	8(26,7)	19(29,2)
Australia	5(16,7)	10(15,4)
Brasil	3(10,0)	7(10,8)
Canadá	3(10,0)	4(6,2)
Corea del Sur	3(10,0)	4(6,2)
Noruega	2(6,7)	5(7,7)
Reino Unido	2(6,7)	3(4,6)
China	1(3,3)	2(3,1)
Alemania	1(3,3)	2(3,1)
Singapur	1(3,3)	2(3,1)
Suiza	1(3,3)	3(4,6)
Hong Kong	-	1(1,5)
Malasia	-	1(1,5)
Nueva Zelanda	-	1(1,5)
Escocia	-	1(1,5)
Total	30	65*

En cuanto al año de publicación, la Figura 5 muestra que 2019 fue el año con mayor número de publicaciones (n = 5), seguido de 2015 y 2017 con cuatro estudios cada uno, mientras que 2016, 2018 y 2020 con tres estudios en cada año. En 2009 y 2014 se publicaron dos estudios, y uno en 2007, 2011, 2012 y 2013. Es importante destacar que entre 2017 y 2020 el número de estudios se ha duplicado respecto a los 10 años anteriores.

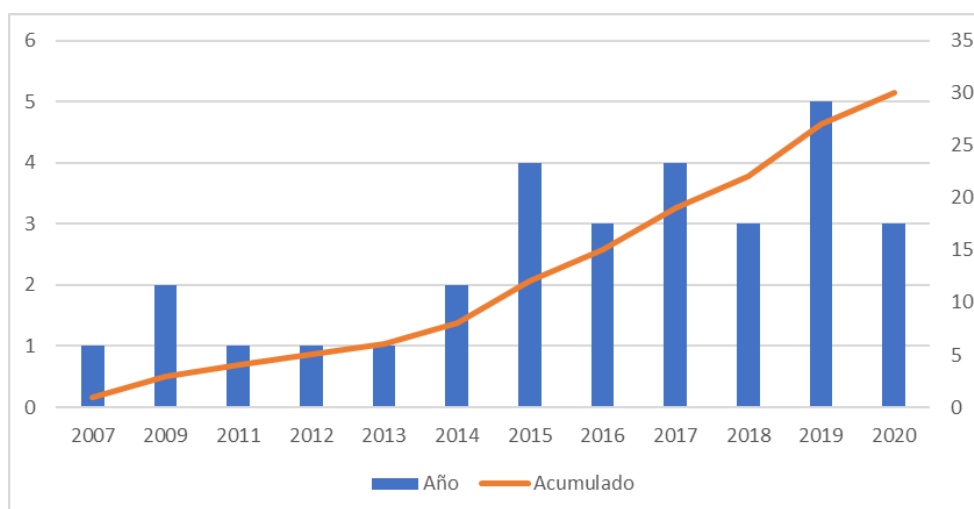


Figura 5. Frecuencia de publicación de estudios según año y acumulado.

Finalmente, en cuanto al tipo de publicación, la Tabla 8 muestra que los estudios incluidos fueron publicados en 25 revistas diferentes dentro de varias áreas de estudio. El área de Eventos es la que presenta el mayor número de publicaciones con un 26,6%, seguida de Deportes (16,5%), y Turismo y Voluntariado, ambas con un 13,3% de los estudios. En menor medida, se publicaron dos estudios (6,6%) en el área de Psicología, uno en el área de Hostelería (3,3%), y uno en el área de Ocio (3,3%). Cinco estudios (16,5%) se publicaron en otras revistas menos comunes en el área del voluntariado y los eventos deportivos. La revista Event Management fue la revista con el mayor número de estudios publicados ($n = 6$), el resto de revistas sólo tuvieron una publicación cada una.

Tabla 8. Revistas y ámbito de publicación de los estudios.

Campo	Revista	N	%
Eventos (8)	Event Management	6	20,0
	International Journal of Event and Festival Management	1	3,3
	International Journal of Hospitality and Event Management	1	3,3
Deporte (5)	International Journal of Sport Management and Marketing	1	3,3
	Journal of Applied Sport Management	1	3,3
	Journal of Sport Management	1	3,3
	Sport Management Review	1	3,3
	Sport, Business and Management: An international journal	1	3,3
Turismo (4)	Journal of Destination Marketing & Management	1	3,3
	Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events	1	3,3
	Journal of Tourism and Leisure Research	1	3,3
	Tourism Management	1	3,3
Voluntariado	International Review on Public and Nonprofit Marketing	1	3,3
	Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly	1	3,3
	Voluntary Sector Review	1	3,3
	Voluntas	1	3,3
Psicología (2)	Journal of Community Psychology	1	3,3
	Journal of Organizational Psychology	1	3,3
Hospitalidad (1)	International Journal of Contemporary Hospitality Management	1	3,3
Ocio (1)	Leisure/Loisir	1	3,3
Otro (5)	Holos	1	3,3
	Indiana AHPERD	1	3,3
	Organizações em contexto	1	3,3
	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	1	3,3
	Sustainability	1	3,3

5.4.3. Método de investigación y muestra

La muestra total de voluntarios incluida en los 30 estudios fue de 40.965, con un mínimo de 70 voluntarios y un máximo de 11.451 voluntarios. Esto representó una media

de 1.365,5 voluntarios por evento (véase el Anexo VI). Todos los estudios incluidos utilizaron metodologías cuantitativas. Según el tipo de evento, el 53,3% de los estudios se realizaron en megaeventos y el 43,3% en no megaeventos, mientras que un estudio no especificó el tipo de evento como su contexto de estudio (Tabla 9). En cuanto a la escala del acontecimiento, la mayoría se clasificaron como megaeventos, grandes eventos y eventos locales, los tres tipos con seis estudios cada uno, seguidos de los eventos regionales con cinco estudios. Los megaeventos fueron utilizados en cuatro estudios, y hubo dos estudios realizados en eventos regionales y locales.

Tabla 9. Información sobre el evento y método.

	N	%
Tipo de evento		
Mega evento	16	53,3
No mega evento	13	43,3
No especifica	1	3,4
Escala del evento		
Giga evento	6	20,0
Mega evento	4	13,3
Evento mayor	6	20,0
Evento regional	5	16,7
Evento regional/Evento local	2	6,7
Evento local	6	20,0
No especifica	1	3,3
País del evento		
Alemania	1	3,2
Australia	2	6,5
Brasil	4	12,9
Canadá	4	12,9
China	3	9,7
Corea del Sur	2	6,5
Estados Unidos	6	19,4
Noruega	2	6,5
Nueva Zelanda	1	3,2
Reino Unido	5	16,1
Suiza	1	3,2
Tipo de voluntariado		
Voluntariado del evento	25	83,4
Estudiantes	4	13,3
Voluntarios discapacitados	1	3,3
Método		
Encuesta mixta	4	13,4
Encuesta online	15	50,0
Encuesta en papel	10	33,3
Encuesta por email o carta	1	3,3

En cuanto a la ubicación del evento, los resultados mostraron que estos eventos tuvieron lugar en 11 países diferentes. Estados Unidos fue el país con el mayor número de eventos (seis estudios), seguido del Reino Unido (cinco estudios), Brasil y Canadá con cuatro estudios cada uno. Tres estudios se realizaron en China, dos en Australia, Corea y Noruega. Por último, Alemania, Nueva Zelanda y Suiza sólo tenían un estudio. La mayoría de los estudios utilizaron como muestra de estudio el voluntariado en eventos específicos (Tabla 9), representando el 83,4% del total, el 13,3% de los estudios consideraron sólo el voluntariado universitario, mientras que un estudio sólo evaluó el voluntariado con discapacidades. En cuanto al método utilizado, la mitad de los estudios utilizó un cuestionario en línea, un tercio (33,3%) utilizó un cuestionario en papel y lápiz, el 13,4% utilizó un método mixto de recogida de encuestas que incluía el método en línea y el método en papel, y un estudio recogió datos a través del correo electrónico.

5.4.4. Principales escalas de medida

La Tabla 10 muestra las diferentes escalas utilizadas para evaluar los estudios sobre la motivación de los voluntarios deportivos. Se identificaron nueve tipos diferentes de escalas en los estudios incluidos analizados, y el 20% de los estudios no especificaron el modelo utilizado para evaluar la motivación de los voluntarios. La escala más utilizada fue la Escala de Motivación de Voluntarios para Eventos Deportivos Internacionales (VMS-ISE) desarrollada por Bang y Ross (2009), con un total de diez estudios analizados. La escala Volunteer Functions Inventory (VFI) de Clary et al. (1998) fue la segunda más utilizada con seis estudios. La Escala de Motivación de Voluntarios para Eventos Especiales (SEVMS) de Farrell et al. (1998), la Escala de Motivación de Voluntarios Especiales (SVMS) de Monga (2006), o la Escala de Motivación de Voluntarios (VMS) de Knoke y Prensky (1984) fueron incluidas en dos estudios cada una. Otras escalas utilizadas en un solo estudio fueron el método Kano desarrollado por Kano et al. (1984), el Cumplimiento del Motivo Intrínseco (IMF) de Boezeman y Ellemers (2009), la Motivación de eventos deportivos benéficos (CSE) de Filo et al. (2011) y una Escala de Motivación del Voluntariado basada en la teoría de la autodeterminación propuesta por Millette y Gagné (2008).

Tabla 10. Cuestionarios utilizados en los estudios.

Cuestionario	N	%
Escala de Motivación del Voluntariado para Eventos Deportivos Internacionales (VMS-ISE)	10	33,3
Motivación, no especifica el modelo	6	20,0
Inventario de Funciones del Voluntariado (VFI)	6	20,0
Escala Motivación Voluntariado (VMS)	2	6,7
Escala de Motivación Autodeterminada (SDT-Mot)	1	3,3
Escala de Motivación del Voluntariado Especial (SVMS)	1	3,3
Escala de Motivación del Voluntariado para Eventos Especiales (SEVMS)	1	3,3
Escala de Motivación Intrínseca (IMF)	1	3,3
Método Kano	1	3,3
Motivación Evento Deportivo Caritativo (CSE)	1	3,3

5.4.5. Bases teóricas

Las diferentes teorías utilizadas en los estudios analizados en esta revisión se presentan en la Tabla 11. Nuestra revisión identificó un total de diez teorías, y un estudio utilizó dos teorías diferentes. Hubo 14 estudios que no especificaron ninguna teoría. La Teoría de la Autodeterminación de Ryan y Deci (2000) fue la teoría más aplicada, apareciendo en cuatro estudios. A continuación, fue la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1985) la que se encontró en tres estudios, mientras que la Teoría del Intercambio Social (Homans, 1958; Thibaut & Kelley, 2017) y la Teoría de la Implicación del Aficionado al Deporte (Laverie & Arnett, 2000; Shank & Beasley, 1998) se utilizaron en dos estudios cada una. Otras teorías utilizadas fueron la Teoría Funcional (Clary et al., 1998), la Teoría de la Motivación-Higiene (Herzberg, 1966), la Teoría de la Motivación (Herzberg, 1968; Maslow, 1987), la Teoría del Cambio de Actitud (Osgood & Tannenbaum, 1955), la Teoría de la Modernización (Beck, 1992; Giddens, 1991) y la Teoría del Contrato Psicológico (Rousseau, 1989).

Tabla 11. Bases teóricas o modelos analizados en el estudio.

Fundamentación teórica	N	%
No especifica teoría.	14	45,2
Teoría de la Autodeterminación (Ryan & Deci, 2000)	4	12,9
Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1985)	3	9,7
Teoría del Intercambio Social (Homans, 1958; Thibaut & Kelley, 1959)	2	6,5
Teoría de la participación de los aficionados al deporte (Laverie & Arnett, 2000)	2	6,5
Teoría de la Motivación (Herzberg, 1968; Maslow, 1987)	1	3,3
Teoría de la Motivación-Higiene (Herzberg, 1966)	1	3,3
Teoría del Cambio de Actitud (Osgood & Tannenbaum, 1955)	1	3,3
Teoría del Contrato Psicológico (Rousseau, 1989)	1	3,3
Teoría Funcional (Clary et al., 1998)	1	3,3
Teoría Modernización (Beck, 1992; Giddens, 1991)	1	3,3

5.4.6. Variables de estudio

La Tabla 12 muestra los diferentes constructos utilizados en los estudios incluidos. Hubo 21 constructos que aparecieron 96 veces en los estudios. De ellos, la motivación y las intenciones futuras aparecieron en los 30 estudios. El siguiente constructo más repetido fue la satisfacción, que se incluyó en 14 estudios, seguido del compromiso, con cuatro estudios, y la experiencia, con dos. Otros constructos incluidos fueron la asequibilidad, el altruismo, la actitud, el atractivo, la autonomía, la creencia en los valores de la organización, la conectividad, el agotamiento emocional, el apoyo a los demás, las expectativas, la participación, las recompensas de reconocimiento, las habilidades, el comportamiento planificado de viaje, la internalización de valores y el clima laboral.

En cuanto a los principales resultados en la motivación de los voluntarios que participan en eventos deportivos (véase el Anexo VII: Tabla 12), la *Expresión de Valores* fue el motivo más significativo en 16 de los estudios analizados, seguido del *Amor al Deporte*, que aparece en 13 estudios, la *Orientación Profesional* en seis estudios, y los *Contactos Interpersonales* o sociales en cinco estudios. Además, la *Participación en la Comunidad* y el *Patriotismo* se identificaron como unos factores de motivación significativos en cuatro estudios, y el *Olimpismo* y el *Crecimiento Personal* fueron valorados muy positivamente en dos estudios cada uno. Otros motivos que aparecieron en al menos un

estudio fueron el *Ocio*, la *Causa*, las *Habilidades*, la *Emoción* o la Motivación Intrínseca en general. Por otro lado, entre los perfiles motivacionales con las puntuaciones más bajas, destacó el factor *Recompensas extrínsecas* en seis estudios, seguido de los motivos de *Protección* y *Carrera* con tres estudios cada uno. Dos estudios mostraron puntuaciones bajas en los motivos relacionados con *Aspectos Sociales*, *Influencia Externa* o *Disponibilidad*. Los motivos *Altruismo*, *Crecimiento personal*, *Grupo de referencia*, *Transaccional* y *Variedad* se encontraban entre los motivos con menor puntuación en un estudio.

Tabla 12. Variables utilizadas en los estudios.

Constructos clave	N	%
Motivación	30	31,3
Intenciones futuras	30	31,3
Satisfacción	14	14,6
Compromiso	4	4,2
Experiencia	2	2,1
Disponibilidad	1	1,0
Altruismo	1	1,0
Actitud	1	1,0
Atractivo	1	1,0
Autónomo	1	1,0
Creencia en los valores de la organización	1	1,0
Conectividad	1	1,0
Agotamiento emocional	1	1,0
Alentar a los demás	1	1,0
Expectativa	1	1,0
Participación	1	1,0
Reconocimiento-Recompensa	1	1,0
Habilidades	1	1,0
Comportamiento planificado	1	1,0
Interiorización de Valores	1	1,0
Clima laboral	1	1,0
TOTAL	96	

5.4.7. Relación entre la motivación y las intenciones futuras

Entre los estudios que han mostrado evidencias de esta relación, Ahn (2018) identificó que los motivos de *Egoísta*, *Ocio* y *Propósito* tenían una influencia

estadísticamente significativa en las intenciones futuras con la *Conectividad* como variable moderadora. Bang et al. (2009b) evidenciaron que los factores más importantes que influían en las intenciones futuras eran el compromiso de voluntariado y los motivos de *Participación en la comunidad* y *Recompensas extrínsecas*. Otros estudios que utilizaron los motivos VMS-ISE mostraron que todos los factores, excepto las *Recompensas extrínsecas*, se asociaron positivamente con las intenciones futuras (Bang & Lee, 2014).

Hallmann y Harms (2012) informaron de que la *Expresión de Valores* y el *Crecimiento Personal* eran los motivos con una fuerte influencia en las intenciones futuras. Otro estudio evidenció que solo el factor *Contactos Interpersonales* tenía una influencia positiva y significativa en las intenciones futuras (Koutrou & Pappous, 2016). Bang et al. (2019) encontraron que la *Expresión de Valores*, el *Amor al Deporte*, el *Patriotismo* y la *Orientación Profesional* tenían un efecto significativo y directo sobre las intenciones futuras. Además, existían diferencias entre los voluntarios que repetían experiencia en el evento y los voluntarios que participaban por primera vez.

Kim et al. (2019a) encontraron que todos los factores del VFI tenían una influencia significativa en la satisfacción, que actuaba como variable moderadora entre la motivación y las intenciones futuras. En una muestra de estudiantes voluntarios en eventos deportivos, Johnson et al. (2016) encontraron que los motivos de *Carrera* y *Sociales* predijeron las intenciones futuras, sin embargo, si se incluye la satisfacción como variable predictora solo el motivo de *Carrera* predijo las intenciones futuras. Chiu et al. (2016) encontraron que los motivos relacionados con el *Deporte* y el *Evento* y el motivo de *Causa* mostraron una influencia significativa en las intenciones futuras de los voluntarios deportivos universitarios. Günter et al. (2015), utilizando la encuesta VFI, identificaron que los motivos *Comprensión*, *Social*, *Mejora* y *Buena ciudadanía* influyeron en las intenciones futuras de retorno. La *conexión con el deporte* también se ha identificado como una variable influyente de las intenciones futuras (Mykletun & Himanen, 2016).

Algunos estudios encontraron que la motivación intrínseca o altruista tiene efectos indirectos en las intenciones futuras (Cho et al., 2020; Kim et al., 2019b). Jiang et al. (2017) identificaron la satisfacción como una variable mediadora entre la motivación intrínseca y las intenciones futuras. También se demostró que los motivos altruistas y de variedad influyen en las intenciones futuras (Dickson et al., 2013). En cambio, algunos estudios no encontraron influencia de ningún factor motivacional en las intenciones futuras (Koutrou, 2018; MacLean & Hamm, 2008; Warner et al., 2011). Dos estudios que realizaron una

segmentación del voluntariado según el perfil motivacional del mismo encontraron que había diferencias significativas entre los distintos grupos sobre las intenciones futuras (Alexander et al., 2015; Lockstone-Binney et al., 2015). Doherty (2009) encontró la existencia de diferencias en las intenciones futuras de los voluntarios según el tipo, los voluntarios de planificación y los voluntarios in situ.

5.5. Discusión

El objetivo de este estudio fue realizar una revisión sistemática para identificar los estudios que han examinado las motivaciones y las intenciones futuras de los voluntarios que participan en eventos deportivos. Esta revisión, a diferencia de las anteriores realizadas por Kim (2018) y Kim y Cuskelly (2017), proporciona una actualización de los últimos cinco años (2017 a 2021) de la productividad científica relativa al voluntariado en eventos deportivos. También introduce el constructo de las intenciones futuras como un factor clave para el voluntariado y el éxito de los eventos deportivos. Además, esta revisión amplía el análisis para incluir más sobre el contexto del evento deportivo, como la identificación del tipo de evento deportivo (es decir, megaevento o evento a pequeña escala), los países en los que estos eventos tuvieron lugar, estas variables que no se consideraron previamente en las revisiones anteriores.

Los resultados mostraron que en los últimos años ha aumentado mucho el número de publicaciones sobre la motivación para ser voluntario en eventos deportivos. Del mismo modo, se encontró que muchos más estudios se han centrado en examinar la motivación para ser voluntario en el contexto del EPE. Además, la mayoría de los estudios utilizaron la escala VMS-ISE al evaluar la motivación del voluntario. También se descubrió que muchos estudios carecen de un marco teórico que dé soporte a sus investigaciones. Para facilitar la discusión de estos hallazgos, los organizamos en seis áreas: (1) crecimiento de las publicaciones y ubicación de los autores, (2) campo de las revistas de los estudios, (3) tipo, ubicación de los eventos y tipos de voluntarios, (4) escalas y tipos de cuestionarios utilizados en los estudios, (5) marco teórico utilizado en los estudios, y (6) una discusión sobre los constructos utilizados en los estudios.

Crecimiento de las publicaciones y ubicación de los autores. El primer estudio que evaluó la motivación y las intenciones futuras de los voluntarios en eventos deportivos fue publicado en 2007 por MacLean y Hamm. Este estudio se realizó en un campeonato de golf en Canadá. Durante el período comprendido entre 2007 y 2016, el número de estudios

que evaluaron estos dos constructos ascendió a 15, mientras que en el quinquenio comprendido entre 2017 y 2021 también se publicaron otros 15 estudios. Esto significa que el número de estudios publicados en este ámbito se ha duplicado, creciendo a un ritmo mucho más rápido en comparación con los diez años anteriores.

En cuanto a la ubicación del autor donde se llevaron a cabo los estudios, esta revisión confirma el hallazgo anterior de Kim (2018) de que los autores se encontraban en su mayoría en los Estados Unidos. En la revisión de Kim (2018), el 70% de los estudios provenían de autores ubicados en cuatro países, incluyendo Estados Unidos, Canadá, Noruega y el Reino Unido. Del mismo modo, Kim y Cuskelly (2017) encontraron que el 60% de los autores estaban basados en cuatro países (Estados Unidos, Canadá, Australia y Reino Unido), pero ahora Australia estaba entre los cuatro primeros. Estos hallazgos revelaron que existe una clara concentración geográfica respecto a los autores que han estudiado la motivación y las intenciones futuras de los voluntarios en los eventos deportivos.

Ámbito de estudio de las revistas. La mayoría de los estudios (43,2%) incluidos en esta revisión se publicaron en revistas que se centran principalmente en los campos de los eventos y el deporte. Otros campos de estudio fueron el turismo (13,3%), el voluntariado (13,3%) y la psicología (6,6%). Este hallazgo coincide con los resultados de revisiones anteriores (Kim, 2018; Kim & Cuskelly, 2017).

En cuanto a los campos de estudio en los que se publicaron estos estudios, el turismo es sin duda un campo importante, particularmente cuando se relaciona con el impacto del voluntariado en eventos deportivos. Los eventos deportivos a gran escala, como los JJOO, las Copas del Mundo de la FIFA, las Eurocopas, la Super Bowl, etc., se consideran motores principales que contribuyen a promover el turismo y crean un impacto económico para la ciudad (Malchrowicz-Moško & Poczta, 2018; Rojas-Méndez et al., 2019; Pompurova et al., 2018). Estos eventos crean un enorme interés no solo entre los aficionados al deporte, sino también con la población en general que también quiere formar parte de la experiencia de estos eventos (Vierhaus, 2019). Por lo tanto, contar con suficientes voluntarios bien formados y motivados resulta ser fundamental no solo para garantizar el éxito de un evento deportivo (Allen & Shaw, 2009), sino también para la promoción turística de la ciudad que acoge el evento.

Esta revisión también muestra que estudios recientes han examinado la sostenibilidad del voluntariado en eventos deportivos, específicamente relacionados con el

impacto y el legado del evento (Kim et al., 2019c; Kim et al., 2019d; Koutrou et al., 2016). Lockstone-Binney y Ong (2021) evaluaron la contribución del voluntariado turístico a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Una forma de evaluar la contribución del voluntariado turístico a los ODS es a través del legado que dejan los voluntarios tras participar en eventos deportivos. Kim et al. (2019c) identifican el legado del voluntariado en tres niveles, el personal (crecimiento personal, ampliación de las conexiones sociales, diversificación de las experiencias), el comunitario y el nacional (sentido de comunidad, mayor conciencia o reputación, promoción del turismo, desarrollo económico). En cuanto a las revistas en las que se publicaron los estudios incluidos, el 80% de los estudios se publicaron en diferentes revistas, el 20% restante de los artículos se publicaron en la revista *Event Management*.

Tipo y ubicación de los eventos deportivos y tipos de voluntarios. Normalmente, la mayoría de las investigaciones sobre eventos deportivos se han centrado en el examen de los MEDs, ya que son los eventos que generan un mayor impacto. La evaluación de los impactos de los eventos deportivos ha mostrado diferencias según la escala del evento. Los MEDs tienden a ser más esporádicos (la mayoría de ellos tienen lugar cada 2 o 4 años) y su lugar de celebración varía. Por el contrario, los EPEs tienden a producirse en mayor número, ser más frecuentes y ocurrir en el mismo lugar. Teniendo en cuenta que la motivación de los voluntarios puede variar según el tipo de evento en el que participen (Farrell et al., 1998) y que los EPEs permiten una implicación más periódica y continua de los voluntarios, la retención y la continuidad del voluntario en los eventos deportivos parecen tener mayor importancia en la ESS, ya que son más recurrentes, contribuyendo, a su vez, al crecimiento del evento.

En cuanto al tipo de evento incluido en esta revisión, los resultados muestran un número ligeramente mayor de estudios que han examinado las PYMES (53,4%) en comparación con la ESS (43,3%). Profundizando en el análisis, los megaeventos deportivos se diferenciaron en tres tipos siguiendo las recomendaciones de Müller (2015). Este autor estableció que eventos como los JJOO de Verano se etiquetan como 'XXL o Giga-evento', eventos continentales como los Juegos Asiáticos, el Fútbol Europeo, o los Juegos Olímpicos de Invierno se clasifican como 'XL o mega-evento'. Luego, los eventos como los Juegos de la Commonwealth, los Juegos Universitarios o cualquier otro evento de gran tamaño pueden clasificarse como "L o gran evento".

Esta revisión identificó seis estudios que evaluaron los JJOO de Verano (Alexander et al., 2015; Bang et al., 2019; Dickson et al., 2017; Kim et al., 2019a; Koutrou & Pappous, 2016; Pereira & Cavalcante, 2018), tres que evaluaron los JJOO de Invierno (Ahn, 2018; Dickson et al., 2013; Kim et al., 2019b), y uno que evaluó el Campeonato Europeo de Fútbol (Günter et al., 2015). En cuanto a los eventos deportivos de pequeña escala, estos se agruparon en base a las categorías recomendadas por Getz & Page (2016) a la hora de clasificar los eventos turísticos. Así, un 'Evento regional' se refiere a cualquier Campeonato Nacional de un país o evento distintivo a nivel nacional o cualquier otro evento que no cumpla con los criterios de evento mayor establecidos por Müller (2015). Por otro lado, un 'Evento local' se refiere a aquellos que no tienen relevancia nacional y están más centrados en la comunidad local o el barrio. Dos estudios evaluaron múltiples eventos deportivos en estas dos escalas (Lockstone-Binney et al., 2015; Mykletun & Himanen, 2016).

En cuanto al país en el que se celebraron estos eventos, el 61,3% de los mismos tuvo lugar en cuatro países, entre ellos Estados Unidos, Reino Unido, Canadá y Brasil. El 38,7% restante tuvo lugar en siete países, entre ellos China, Australia, Noruega, Corea, Alemania, Suiza y Nueva Zelanda. Respecto al tipo de voluntarios que participaron en estos estudios, la mayoría de ellos (83,4%) no identificaron ninguna característica de los voluntarios, ya que se denominaron "voluntarios de eventos". En cuatro estudios (13,3%), los voluntarios se clasificaron como "estudiantes universitarios" (Chiu et al., 2016; Johnson et al., 2016, 2017; Wu et al., 2016), y un estudio incluyó "voluntarios con discapacidades" (Dickson et al., 2017).

Escalas y tipo de cuestionarios. El instrumento más utilizado para determinar la motivación de los voluntarios en eventos deportivos fue el VMS-ISE (Bang & Chelladurai, 2009; Bang & Ross, 2009), seguido del cuestionario VFI (Clary et al., 1998). El mayor uso de la escala VMS-ISE quizás se explique porque se trata de un instrumento desarrollado específicamente para el voluntariado en eventos deportivos que incluye factores como las recompensas extrínsecas o el amor al deporte, que otras escalas, como la VFI o la SEVMS, no incluyen. Dickson et al. (2013, 2017, 2020) adoptaron una escala propia basada en el cuestionario SEVMS (Farrell et al., 1998). Contrariamente a esta revisión, Kim (2018) encontró que el instrumento más utilizado fue el SEVMS seguido del VMS-ISE. En cuanto al tipo de cuestionario, todos los estudios recientes utilizaron un cuestionario online, mientras que los cuestionarios en papel datan principalmente de los primeros estudios cuando el uso de Internet no estaba tan extendido.

Fundamentación teórica. En consonancia con las revisiones anteriores, esta revisión encontró que la mayoría de los estudios carecían de una base teórica sólida y/o de un marco teórico. Para esta revisión, la mitad de los estudios incluidos no vinculan su investigación a ningún marco teórico. Una buena base teórica es esencial para poder conectar los conceptos que se evalúan, proporcionando una base sobre la que construir nuevos conocimientos y entender por qué pueden ocurrir o no diferentes eventos (Sutton & Staw, 1995; van Knippenberg, 2011). La Teoría de la Autodeterminación fue la más utilizada en cuatro estudios (Bang et al., 2019; Günter et al., 2015; Jiang et al., 2017; Wu et al., 2016), seguida de la Teoría del Comportamiento Planificado con tres estudios (Bang & Lee, 2014; Chiu et al., 2016; Dickson et al., 2020), y la Teoría del Intercambio Social (Bang et al., 2009b; Doherty, 2009) y la Teoría de la Implicación del Aficionado al Deporte (Hallmann y Harms, 2012; Koutrou, 2018) con dos estudios cada una. Kim y Cuskelly (2017) argumentan la limitación de la Teoría del Comportamiento Planificado en el voluntariado deportivo al considerar un proceso de toma de decisiones lineal, que no considera los cambios en las intenciones futuras y el cambio de comportamiento en el tiempo.

Constructos e intenciones futuras. Varios estudios evalúan la motivación y las intenciones futuras como constructos aislados sin establecer ninguna conexión entre ellos. Así, tratan ambos constructos de forma individual y describen los resultados por separado. Por el contrario, aquellos estudios que relacionan la motivación con las intenciones futuras encuentran que diferentes factores motivacionales afectan a las intenciones futuras. En otras palabras, no existe un único factor motivacional relevante a la hora de influir significativamente en las intenciones futuras del voluntario en eventos deportivos.

La satisfacción del voluntario fue un constructo ampliamente utilizado con la motivación y las intenciones futuras. La satisfacción fue considerada en casi la mitad de los estudios. El compromiso fue otro constructo utilizado para evaluar el grado de implicación de los voluntarios con el evento deportivo, ya que puede afectar al rendimiento y la motivación del voluntario. Algunos estudios han demostrado la influencia de estos constructos, directamente o como moderadores de la motivación, en las intenciones futuras. Bang et al. (2009b) encontraron que el Compromiso tenía una influencia significativa en las intenciones futuras, además de los motivos de Implicación Comunitaria y Recompensas Extrínsecas. La satisfacción fue una variable moderadora de la motivación intrínseca en el estudio de Jiang et al. (2017) y Wu et al. (2016), mientras que en el estudio de Johnson et al. (2017) tuvo un efecto directo sobre las intenciones futuras.

Por último, varios estudios han identificado posibles cambios en la actitud conductual de los voluntarios deportivos en relación con sus intenciones futuras de continuar con el voluntariado. En un estudio realizado en los Juegos Olímpicos de Invierno de Vancouver 2010, Dickson et al. (2013) encontraron que el 23,7% de los voluntarios esperaban realizar más horas de voluntariado. Dickson et al. (2017) encontraron que el 64,5% de los voluntarios indicaron que querían dedicar más tiempo al voluntariado en el futuro. Sin embargo, al analizar los resultados finales, hubo un ligero descenso en la intención de aumentar el voluntariado antes del evento (46%) cuando se comparó con el post evento (44%). Sand et al. (2017) descubrieron que el 40% de los voluntarios estaban interesados en seguir siendo voluntarios en futuros eventos deportivos. Sin embargo, el estudio de Pereira y Cavalcante (2018, 2019) encontró que entre el 78% y el 91% de los voluntarios querían seguir siendo voluntarios en eventos deportivos. Por último, un estudio más reciente mostró que la mitad de los voluntarios quería continuar con el mismo nivel de participación en futuros eventos (Dickson et al., 2020).

Aunque son pocos los estudios que han evaluado la incidencia directa de la motivación en las intenciones futuras de voluntariado. Los diferentes estudios que han evaluado esta incidencia han obtenido resultados muy diferentes sobre los factores motivacionales que influyen en la futura intención de voluntariado. Esta diversidad de resultados puede explicarse en parte por la naturaleza y el tipo de eventos deportivos y por el contexto sociocultural. Estudios anteriores también han encontrado la influencia de factores motivacionales intrínsecos como los valores, la contribución a la comunidad o el amor por el deporte (Bang et al., 2009b, 2019; Günter et al., 2015; Hallmann & Harms, 2012; Johnson et al., 2016; Kim et al., 2019a; Koutrou & Pappous, 2016; Mykletun & Himanen, 2016), así como factores motivacionales extrínsecos como las recompensas externas o el desarrollo profesional (Bang et al., 2009b, 2019; Bang & Lee, 2014; Johnson et al., 2016). En definitiva, es necesario evaluar los efectos de la motivación y otros constructos sobre las intenciones futuras, identificando el contexto sociocultural, así como el tipo y la naturaleza del evento.

5.6. Conclusiones

Las principales conclusiones de este estudio confirman lo que se ha señalado en revisiones anteriores. El interés por evaluar la motivación del voluntariado en eventos deportivos es un tema de gran importancia tanto para los investigadores que han estudiado

los MEDs como para los que se han centrado en eventos deportivos de menor escala. A partir de los resultados de este estudio, se sugiere que los estudiosos aumenten el número de estudios de eventos deportivos de menor jerarquía (es decir, eventos deportivos regionales anuales en contraposición a los MEDs como los JJOO) ya que éstos resultan ser los más numerosos y los que se realizan y repiten con mayor frecuencia.

Además, la gran mayoría de las investigaciones sobre las intenciones futuras y la motivación de los voluntarios en eventos deportivos se han concentrado en unos pocos países, por lo que es necesario ampliar este tipo de estudios a otros lugares y obtener así más información sobre la motivación y las intenciones futuras de los voluntarios en función de las diferencias socioculturales. El VMS-ISE resulta ser el instrumento más completo y ampliamente utilizado dentro de la motivación del voluntariado deportivo en los últimos años. Es importante señalar que la mayoría de los estudios carecen de una base teórica que sustente estos estudios y resultados. Por último, teniendo en cuenta que la mayor parte de lo que sabemos sobre la motivación de los voluntarios y sus intenciones futuras se ha realizado en los últimos años, es necesario interrelacionar estos constructos con otros para determinar qué factores adicionales, además de los propios del voluntario, les animan a seguir siendo voluntarios en los mismos eventos o en otros eventos deportivos.

6. ESTUDIO 2

6. ESTUDIO 2. PERFIL MOTIVACIONAL DEL VOLUNTARIO UNIVERSITARIO EN EVENTOS DEPORTIVOS: UN ENFOQUE DE SEGMENTACIÓN

6.2. Resumen

El voluntariado universitario es un recurso recurrente para muchas organizaciones deportivas, contribuyendo de forma altruista al éxito en eventos deportivos de pequeña escala y potenciando su desarrollo sostenible en la sociedad. El objetivo de este estudio fue evaluar la motivación del voluntariado deportivo en pequeños eventos deportivos, identificando los diferentes perfiles de voluntarios según su grado de motivación. La muestra estuvo compuesta por 216 estudiantes universitarios. El instrumento utilizado fue una adaptación de la escala SEVMS formada por 22 ítems divididos en cuatro factores (*Solidario, Intencionalidad, Compromiso/Tradiciones Externas y Tiempo Libre*). Se realizó un Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y un análisis cluster para identificar posibles grupos de participantes según los factores de motivación. Se identificaron tres factores: *Solidaridad, Propósito y Compromiso/Tradiciones externas*. El análisis cluster identificó tres perfiles motivacionales: “*Altruistas*” con altas puntuaciones en los tres factores; “*Buscadores sociales y profesionales*” con altas puntuaciones en *Solidario* y *Propósito* y muy bajas en el factor *Compromiso/Tradiciones Externas*; y el grupo “*Indiferentes*” con valoraciones medias en todos los ítems. Este estudio permite conocer mejor el perfil motivacional de los voluntarios universitarios en función de sus características, ayudando a elaborar estrategias de promoción y captación de voluntarios para diferentes programas deportivos universitarios.

Palabras clave: motivación, deporte, voluntariado universitario, programa educativo, investigación de segmentación.

6.2. Introducción

El voluntariado deportivo es un fenómeno global que atrae a miles de personas cada año para contribuir con su tiempo y entusiasmo a la creación, organización y dirección de diferentes tipos de actividades en clubes y eventos deportivos (Zhuang & Girginov, 2012). Del mismo modo, el voluntariado entre los estudiantes universitarios sigue aumentando cada año, con universidades que incorporan multitud de programas para la participación de sus estudiantes (Hayton, 2015; Holmes et al., 2020). Por ejemplo, en 2013 más de 725.000 estudiantes universitarios realizaron voluntariado en el Reino Unido (Ellison & Kerr, 2014), mientras que en España durante el curso 2018 a 2019 se realizaron más de 2.000 programas de voluntariado en las universidades españolas mostrando un incremento del 5% respecto al año anterior en el que participaron más de 19.000 estudiantes (Fundación Mutua Madrileña, 2020).

Pierce et al. (2014) informaron que las oportunidades de voluntariado se adoptan cada vez más dentro del plan de estudios de muchas instituciones de educación superior. Holmes et al. (2020) señalaron que debido a que se cree que el acto del voluntariado aporta muchos beneficios a la sociedad, es una actividad muy promocionada por los gobiernos, las instituciones educativas y otras organizaciones sin ánimo de lucro. En España, el 94% de las organizaciones sin ánimo de lucro colaboran con voluntarios universitarios (Ballesteros et al., 2020). Las universidades desarrollan programas de voluntariado basándose en el razonamiento de que los estudiantes se beneficiarán al obtener una educación más holística que les ayudará a prepararse para su futuro (McFadden & Smeaton, 2017; Whitley & Yoder, 2015). En este contexto, la organización de eventos deportivos interuniversitarios o competiciones deportivas en el campus se convierte en el escenario perfecto para proporcionar a los estudiantes esta experiencia educativa (Johnson et al., 2017).

El voluntariado deportivo siempre ha constituido un pilar fundamental en el sector deportivo, especialmente en los eventos. Históricamente, independiente de la escala del evento deportivo, estos se han estructurado en base a la mano de obra voluntaria (Hoye et al., 2019). El número de voluntarios necesarios dependerá del tipo de evento, que tiene una amplia gama de tamaño, enfoque y estilo, lo que resulta en diferentes requisitos de organización y recursos (Koutrou, 2018). Los voluntarios deportivos no solo proporcionan un importante apoyo al evento deportivo, sino que, en algunos casos, son un elemento crítico que contribuye a alcanzar con éxito los objetivos de dicho evento (Koutrou, 2018).

Así, la realización de un evento a pequeña escala a pesar de no necesitar un número tan elevado de voluntarios sigue jugando un papel fundamental en la organización del mismo ya que la viabilidad económica no es posible sin la contribución altruista de los voluntarios (Nichols & Ralston, 2014).

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) reconoce que el voluntariado puede ser un importante facilitador del desarrollo sostenible (United Nations, 2015). Del mismo modo, también se ha reconocido que el deporte desempeña un papel fundamental en la contribución al avance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por la ONU, ya que promueve el respeto y la tolerancia, apoya el empoderamiento de las mujeres y los jóvenes, y contribuye a la salud, la educación y la inclusión social. La ONU ha afirmado que los grandes eventos deportivos pueden ser una herramienta para el desarrollo sostenible que contribuya al progreso y al crecimiento no solo en las oportunidades sociales, económicas, medioambientales o educativas, sino también promoviendo la paz y los derechos humanos (Ki-Moon, 2016).

Aunque en los eventos deportivos de pequeña escala el desarrollo económico no es tan evidente, los impactos en otros ámbitos (por ejemplo, social, educativo, etc.) pueden ser aún mayores. El carácter repetitivo de muchos eventos deportivos de pequeña escala hace que estos emprendimientos desarrollen una conexión con las comunidades que los albergan. A su vez, los ODS brindan la oportunidad de buscar sinergias del voluntariado (Howard & Burns, 2015), ya que el voluntariado ayuda a crear relaciones, habilidades, confianza y resiliencia entre los voluntarios y el contexto en el que trabajan (Devereux et al., 2017). Los voluntarios también contribuyen con la reducción de las desigualdades, la mejora de la salud y el bienestar, la mejora de las políticas públicas y la creación de asociaciones sólidas entre las instituciones (Devereux et al., 2017), aspectos que son relevantes en el contexto de los eventos deportivos.

La investigación de la motivación es un constructo ampliamente estudiado en el contexto del voluntariado deportivo (Clary et al., 1998), especialmente en los eventos deportivos, donde los estudios anteriores han indicado que los voluntarios muestran un complejo sistema de motivos. La motivación es un concepto subjetivo y, por tanto, difícil de evaluar (Strigas & Jackson Jr, 2003). Pero a pesar de este reto, varios estudios se han centrado en comprender la motivación de los voluntarios deportivos y cómo los diferentes factores afectan a su comportamiento para mejorar la eficiencia de los eventos deportivos

(Allen & Bartle, 2014). Esta línea de investigación ha despertado el interés de varios investigadores en los últimos años (Kim & Cuskelly, 2017).

A lo largo de los años, se han desarrollado numerosas escalas para evaluar el perfil motivacional de los voluntarios. Una de las primeras herramientas fue desarrollada por Knoke y Prenskey (1984) y se basaba en el enfoque de incentivos (normativo, afectivo y utilitario). Este modelo propuso la escala 'Motivación hacia el voluntariado' (MTV) aplicada al voluntariado deportivo. Del mismo modo, Farrell et al. (1998) desarrollaron la Escala de Motivación del Voluntario para Eventos Especiales (SEVMS) que posteriormente Strigas y Jackson (2003) desarrollaron una adaptación para eventos generales que denominaron Escala de Motivación del Voluntario Deportivo (SVMS). Clary et al. (1998) desarrollaron el Inventario de la Función del Voluntario (VFI), que se basa en la Teoría Funcional y se ha aplicado en muchos contextos, incluido el deportivo (Alexander et al., 2015; Johnson et al., 2017; Kim et al., 2019b). Kim et al. (2010a) adaptaron el VFI en una versión reducida aplicada a eventos deportivos que titularon Inventario de Funciones Voluntarias Modificado para el Deporte (MVFIS). Bang y Chelladurai (2009) desarrollaron la Escala de Motivación de Voluntarios para Eventos Deportivos Internacionales (VMS-ISE), que posteriormente fue adaptada para evaluar la motivación de los voluntarios en eventos de menor escala (Bang & Ross, 2009). Esta escala es una de las más utilizadas en el contexto deportivo (Bang et al., 2019).

Las herramientas anteriores para evaluar la motivación de los voluntarios han llevado a algunos estudiosos a proponer distintos perfiles de voluntarios basados en la motivación a partir de características y rasgos comunes. Aunque esta línea de investigación es más reciente y menos frecuente, los estudios anteriores han sugerido clústeres de voluntarios que van de tres a seis grupos. Algunos de estos clústeres incluyen categorías como Altruistas, Indiferentes y Sociales (Lockstone-Binney et al., 2015); Voluntarios Obligados, Entusiastas, Semi-entusiastas (Alexander et al., 2015); Buscadores de Beneficios Materiales, Entusiastas del Deporte y de la Comunidad, Altruistas, y Buscadores de Carreras y Relaciones Sociales (Kim et al., 2018); Apoyadores de la Comunidad, Buscadores de Incentivos Materiales, Buscadores de Redes Sociales y Crecimiento Profesional y Personal (Schlesinger & Gubler, 2016). Por último, Treuren (2014) encontró seis grupos basados en las motivaciones de los voluntarios y observó que los grupos variaban desde instrumentalistas, motivados por recompensas externas, hasta voluntarios muy entusiastas

A pesar de existir muchos estudios que han examinado la motivación de los voluntarios en los eventos deportivos, los estudios que han evaluado la motivación de los estudiantes universitarios para ser voluntarios en los eventos deportivos son todavía incipientes. Una revisión de la literatura muestra solo algún estudio para este grupo (Johnson et al., 2016, 2017; Mirsafian & Mohamadinejad, 2012; Pierce et al., 2014). Estos estudios han demostrado que la principal motivación de los estudiantes para realizar el voluntariado se ha centrado en aspectos relacionados con la mejora de sus oportunidades de empleo, el desarrollo de habilidades, el aumento de los contactos sociales y el deseo de apoyar a su comunidad (Hayton, 2015; Van den Berg et al., 2015). Handy et al. (2010) informaron de que las motivaciones de los estudiantes para participar en programas de voluntariado son múltiples, complejas y dispersas.

Debido al aumento de la participación de los estudiantes en el voluntariado en eventos deportivos, parece fundamental no solo saber más sobre lo que impulsa a los estudiantes universitarios a ser voluntarios, sino también examinar posibles características y rasgos comunes dentro de este grupo de voluntarios. Por tanto, la aplicación de la investigación de segmentación para examinar el diferente perfil de motivación entre los estudiantes voluntarios parece el enfoque apropiado para llenar el vacío en esta área. En consecuencia, para avanzar en el cuerpo de conocimientos de la investigación sobre la motivación de los voluntarios en eventos deportivos, este estudio tuvo como objetivo evaluar la motivación de los voluntarios estudiantes universitarios que participan en eventos deportivos, identificando los diferentes perfiles de los voluntarios según su grado de motivación. Las hipótesis (H) asociadas a este estudio son:

- H1.** Existen diferencias en el perfil sociodemográfico entre grupos identificados.
- H2.** Existen diferencias en el perfil motivacional de solidaridad entre grupos identificados.
- H3.** Existen diferencias en el perfil motivacional de propósito entre grupos identificados.
- H4.** Existen diferencias en el perfil motivacional de compromiso y tradiciones externas entre grupos identificados.

6.3. Método

6.3.1. Muestra

La muestra de este estudio incluyó 216 estudiantes universitarios matriculados en una universidad de tamaño medio del sur de España (Tabla 14). De este grupo, el 80,1% eran mujeres y el 19,9% eran hombres, con una edad media de $21,45 \pm 3,9$ años. La mayoría de estos estudiantes eran alumnos de los programas de Ciencias Sociales (45,4%), seguidos por los de Ciencias de la Salud (39,8%). En cuanto a su categoría, el 30,6% eran estudiantes de primer año, el 29,6% eran de segundo año, el 25,5% ($n = 55$) eran estudiantes de tercer año y el 14,4% eran estudiantes de cuarto año. En cuanto a su experiencia de voluntariado, el 60,6% indicó que era su primer voluntariado deportivo.

Tabla 13. Características de la muestra.

	N(%)
Género	
Hombre	43(19,9)
Mujer	173(80,1)
Área de estudios	
Artes y Humanidades	15(6,9)
Ciencias	17(7,9)
Ciencias de la Salud	86(39,8)
Ciencias Sociales	98(45,4)
Curso	
1º año	66(30,6)
2º año	64(29,6)
3º año	55(25,5)
4º año	31(14,4)
Voluntariado deportivo previo	
No	131(60,6)
Sí	85(39,4)

6.3.2. Instrumento

El instrumento utilizado fue la adaptación de la escala SEVMS desarrollada por Lockstone-Binney et al. (2015) de la escala original de 28 ítems propuesta por Farrell et al. (1998). Esta adaptación constaba de 22 ítems divididos en cuatro categorías: (a)

Solidaridad, referida a los intercambios sociales y a la adquisición de experiencias prácticas o educativas (siete ítems); (b) *Propósito*, derivado del deseo de contribuir al evento y a la comunidad (seis ítems); (c) *Compromisos/Tradiciones externas*, evalúa aspectos que involucran la satisfacción, las presiones externas y los factores de prestigio y relacionados con las tradiciones familiares (siete ítems); y (d) *Tiempo libre*, mide el uso del tiempo libre hacia el voluntariado (dos ítems). La escala utilizó una escala Likert de 7 puntos (1 = nada importante para mí, a 7 = extremadamente importante para mí). La fiabilidad de la escala mostró un índice de Cronbach de 0,892. El cuestionario incluía cuatro preguntas relacionadas con las características sociodemográficas (sexo, edad, área de estudios, nivel de estudios) y una pregunta sobre la experiencia previa de voluntariado deportivo.

6.3.3. Procedimiento

Los estudiantes que participaron en este estudio fueron voluntarios en un programa deportivo que incluía tres eventos deportivos celebrados en la ciudad de Murcia. El primer evento era una carrera en carretera de 8 km, el segundo era una regata de piragüismo y el tercero era un evento multideportivo. Todos los estudiantes voluntarios se registraron a través de la Oficina de Diversidad y Voluntariado de la Universidad de Murcia y antes de presentarse como voluntarios a cada evento se les proporcionó un enlace a la encuesta para que la completaran. La encuesta se realizó a través de la herramienta "Formularios" disponible en Google Drive. La encuesta fue anónima y el muestreo fue no probabilístico por conveniencia. El estudio contó con la aprobación del Comité de Bioética (ID:2056/2018).

6.3.4. Análisis de datos

El análisis de los datos se realizó con el programa SPSS v.24.0 (IBM, Armonk, EE.UU.). Se calcularon los estadísticos descriptivos y el análisis de correlación de los diferentes ítems y el índice alfa de Cronbach (α -C). Se utilizó un análisis factorial exploratorio (AFE) para verificar los factores latentes del conjunto de ítems mediante el método de máxima verosimilitud con rotación varimax. Se llevó a cabo un análisis de conglomerados para identificar posibles grupos de voluntarios con una motivación similar tomando como variables dependientes los factores de motivación resultantes del AFE. Para obtener las soluciones de cluster, se combinaron dos métodos, jerárquico y no jerárquico, para optimizar los resultados (Romesburg, 1984). En primer lugar, se analizó un cluster

jerárquico tomando como referencia el Método de Ward para el proceso de agrupación mientras que para las medidas de similitud se utilizó la distancia euclidiana al cuadrado. A continuación, se realizó un cluster no jerárquico mediante el método K-medias tomando como referencia los centroides de las soluciones de cluster del método jerárquico para cada periodo. La solución de clúster ideal se determinó según los criterios establecidos por Hair et al. (2014). Para comparar los resultados mediante la realización de la prueba ANOVA para las variables continuas y las variables cualitativas pruebas de Chi-cuadrado, calculando el valor del Coeficiente de Contingencia (C^2) para verificar el tamaño del efecto y la intensidad de la asociación entre las variables cualitativas (Domínguez-Lara, 2018). El nivel de significación se estableció en un valor de $p \leq 0,05$.

6.4. Resultados

6.4.1. Análisis Factorial Exploratorio

Los resultados del AFE (Tabla 15) mostraron que el índice KMO tenía un valor aceptable de 0,904, mientras que la prueba de esfericidad de Bartlett era significativa ($\chi^2 = 2511,325(190)$; $p \leq 0,001$). En cuanto a la varianza explicada se observó que los ítems de la escala explicaban el 61,17% con una solución de tres factores, el 40,20% pertenecía a *Solidario*, el 14,85% a *Propositivo*, y el 6,02% a *Compromisos/Tradiciones externas*. La estructura interna de los ítems de la escala mostró altos pesos factoriales, que van desde un mínimo de 0,432 en el ítem "Mis habilidades son necesarias" hasta un máximo de 0,824 en el ítem "Quiero sentirme parte de esta comunidad", considerándose representativos los valores superiores a 0,30 (Child, 2006). Dos ítems, "Estoy involucrado con el deporte" y "No tengo otra cosa que hacer con mi tiempo", fueron eliminados del instrumento original por sus bajas comunalidades. Según el criterio del alfa de Cronbach, la consistencia interna fue aceptable para todos los factores de esta escala ($\alpha-C > 0,7$).

6.4.2. Análisis descriptivo y de correlación

Los resultados descriptivos (Tabla 15) mostraron que tanto el factor *Solidario* como el *Propositivo* obtuvieron una puntuación elevada, mientras que el factor *Compromiso/Tradiciones Externas* obtuvo una puntuación neutra. Los motivos más valorados por los voluntarios fueron contribuir al éxito del evento, adquirir experiencia

práctica y crear una sociedad mejor. En cambio, los motivos relacionados con la tradición familiar o comunitaria y la disponibilidad de tiempo libre no fueron tan relevantes. El análisis de correlación mostró que los tres factores estaban significativamente relacionados ($p \leq 0,001$), con la mínima relación entre *Solidario* y *Compromiso/Tradiciones Externas* ($r = 0,252$) y la mejor relación entre *Solidario* y *Propósito* ($r = 0,764$).

Tabla 14. Descriptivo de los factores y resultado AFE.

Ítems	M(DT)	Carga	Comunalidad
Solidaridad (valor propio :8,04; %varianza:40,20; α -C: 0,877)	6,03(0,8)		
Quiero ampliar mis horizontes.	6,07(1,1)	0,702	0,531
Quiero adquirir experiencia práctica.	6,34(1,0)	0,711	0,574
Puedo obtener una experiencia educativa.	6,20(1,0)	0,725	0,581
Quiero trabajar con gente diferente.	6,13(1,1)	0,664	0,527
Quiero desarrollar relaciones con los demás.	6,17(1,0)	0,637	0,528
Es la oportunidad de mi vida.	5,26(1,4)	0,513	0,525
Quiero variar mis actividades habituales.	6,05(1,0)	0,578	0,529
Propósito (valor propio: 2,97; %varianza:14,85; α -C: 0,894)	6,03(0,8)		
Quiero devolver algo a la comunidad.	5,70(1,1)	0,501	0,561
Quiero hacer algo que valga la pena.	6,11(1,0)	0,530	0,532
El voluntariado crea una sociedad mejor.	6,30(1,0)	0,660	0,586
Quiero ayudar a que el evento sea un éxito.	6,38(0,9)	0,784	0,719
Quiero sentirme parte de esta comunidad.	6,08(1,0)	0,824	0,824
Quiero ayudar en cualquier función.	6,29(1,0)	0,688	0,667
Mis habilidades son necesarias.	5,36(1,2)	0,432	0,340
Compromiso/Tradiciones Externas (Valor propio: 1,20; %varianza: 6,02; α -C:0,835)	3,96(1,4)		
Se espera que sea voluntario.	5,31(1,8)	0,466	0,340
Un familiar/amigo participa en el deporte.	4,84(2,0)	0,608	0,308
Quiero continuar una tradición familiar de voluntariado.	3,01(2,0)	0,821	0,377
La mayoría de la gente de mi comunidad es voluntaria.	3,55(1,8)	0,796	0,693
Mis amigos/familiares también son voluntarios.	3,60(2,0)	0,717	0,525
Tengo más tiempo libre que antes.	3,44(1,9)	0,585	0,344

6.4.3. Identificación y descripción de los clusters

Se realizó el análisis de clústeres para identificar a los participantes del estudio según los factores de motivación, utilizando la metodología propuesta por Hair et al. (2014). La Tabla 16 muestra los centroides de cada grupo de los diferentes ítems

sociodemográficos, de experiencia de voluntariado y de motivación. El clúster 1 denominado "*Altruista*" estaba compuesto por el 44,4% de los voluntarios. Se denominó así porque puntuó alto en los tres factores, especialmente en *Compromiso/Tradiciones Externas* ($M=5,20\pm 0,8$) en comparación con los otros dos grupos. El perfil de este grupo era femenino, con una edad media de $21,53\pm 3,3$ años, casi la mitad de los cuales estudiaba Ciencias Sociales (47,9%), el 31,3% estaba en su tercer año y el 62,3% no había hecho voluntariado deportivo anteriormente.

El cluster 2 se denominó "*Buscadores de Carrera y Sociales*" debido a las altas puntuaciones que los voluntarios obtuvieron en los ítems relacionados con aspectos profesionales y de socialización, mientras que el factor *Compromiso/Tradiciones Externas* fue bajo ($2,68\pm 0,8$). Este grupo representaba el 31,9%, la mayoría eran mujeres con una edad de $21,24\pm 4,4$ años, el 43,5% estudiaban Ciencias de la Salud y estaban en 2º curso (39,1%). La gran mayoría de los estudiantes voluntarios no tenía experiencia previa en el voluntariado deportivo (60,9%).

Tabla 15. Perfil sociodemográfico de los grupos.

	Altruista (n = 96)	Sociales y buscadores de empleo (n = 69)	Indiferentes (n = 51)
	M(DT)	M(DT)	M(DT)
Edad ($F = 0,141(211); p = 0,869$)	21,53(3,3)	21,24(4,4)	21,56(4,3)
	N(%)	N(%)	N(%)
Género ($\chi^2(2) = 3,27; p = 0,195; C^2 = 0,122$)			
Hombre	21(21,9)	9(13,0)	13(25,5)
Mujer	75(78,1)	60(87,0)	38(74,5)
Área estudios ($\chi^2(6) = 4,23; p = 0,645; C^2 = 0,139$)			
Artes y Humanidades	5(5,2)	7(10,1)	3(5,9)
Ciencias	10(10,4)	3(4,3)	4(7,8)
Ciencias de la Salud	35(36,5)	30(43,5)	21(41,2)
Ciencias Sociales	46(47,9)	29(42,0)	23(45,1)
Curso ($\chi^2(6) = 7,21; p = 0,302; C^2 = 0,180$)			
1º año	28(29,2)	22(31,9)	16(31,4)
2º año	23(24,0)	27(39,1)	14(27,5)
3º año	30(31,3)	13(18,8)	12(23,5)
4º año	15(15,6)	7(10,1)	9(17,6)
Voluntariado deportivo previo ($\chi^2(2) = 0,45; p = 0,800; C^2 = 0,045$)			
No	60(62,5)	42(60,9)	29(56,9)
Sí	36(37,5)	27(39,1)	22(43,1)
	M(DT)	M(DT)	M(DT)
Solidaridad [#] ($F = 127,38(215); p = 0,000$)	6,41(0,6)	6,31(0,5)	4,94(0,6)
Propósito [#] ($F = 123,82(215); p = 0,000$)	6,42(0,5)	6,28(0,5)	4,98(0,7)
Compromiso/Tradiciones externas [*] ($F = 208,99(215); p = 0,000$)	5,20(0,8)	2,68(0,8)	3,35(0,9)

Nota: * $p \leq 0,05$; # Diferencias entre todos los grupos excepto entre Cluster 2 y Cluster 3.

El grupo 3 "*Indiferente*" representó el menor número de estudiantes voluntarios (23,6%). Se les denominó "indiferentes" porque mostraron puntuaciones muy similares entre los diferentes ítems, siendo moderados - neutrales en todos los factores. Este grupo estaba compuesto por un 74,5% de mujeres de 21,56±4,3 años que estudiaban en la rama de Ciencias Sociales, estaban en su primer año de estudio (31,4%), y el 56,9% de ellas no tenían experiencia previa en voluntariado deportivo.

Finalmente, ninguna variable sociodemográfica mostró diferencias significativas entre los grupos de voluntarios, mientras que en los factores motivacionales hubo diferencias entre todos los grupos en *Propósito* y *Solidario*, mientras que en *Compromiso/Tradiciones Externas* hubo diferencias entre todos los grupos excepto entre "*Buscadores de Carrera y Sociales*" e "*Indiferentes*" ($p \leq 0,05$).

6.5. Discusión

Este estudio tuvo por objetivo evaluar la motivación de los voluntarios de estudiantes universitarios que participan en eventos deportivos, identificando diferentes perfiles de voluntarios según su grado de motivación. El cuestionario SEVMS y sus adaptaciones han sido aplicados en eventos deportivos de diferentes tamaños y niveles como mega eventos deportivos internacionales (Dickson et al., 2013, 2014, 2017); eventos deportivos internacionales (Dickson et al., 2015; Lockstone-Binney et al., 2015; Pauline & Pauline, 2009); y eventos deportivos nacionales (Farrell et al., 1998; Khoo et al., 2011; Khoo & Engelhorn, 2007, 2011; Strigas & Jackson Jr, 2003). En un análisis previo sobre el tipo y el tamaño del evento al que se ha aplicado la escala SEVMS, Dickson et al. (2017) no encontraron evidencia de la existencia de estudios centrados en eventos deportivos locales y de pequeña escala, como los eventos examinados en este estudio.

Los resultados del AFE mostraron que el índice KMO obtuvo un valor alto, superior a 0,90 (Visauta et al., 2005). En cuanto a la varianza extraída se observó que los tres factores extraídos permitieron explicar el 61,17% de la varianza, resultados que son similares a los obtenidos en estudios anteriores que han utilizado esta escala (Dickson et al., 2013, 2014, 2015, 2017; Khoo & Engelhorn, 2007, 2011; Lockstone-Binney et al., 2015) y superiores a los resultados obtenidos por Farrell et al. (1998). Los valores de fiabilidad mediante el índice alfa de Cronbach fueron superiores al mínimo de 0,7 establecido por Nunnally y Bernstein (1994). El factor que explicó la mayor varianza fue el *Solidario* (40,20%), seguido de *Propósito* (14,85%), y del *Compromiso/Tradiciones externas*

(6,02%). Las cargas factoriales fueron todas representativas con pesos superiores a 0,4, con un mínimo de 0,432 relacionado con las habilidades y un máximo de 0,824 relacionado con el sentirse parte de la comunidad. Los valores de los factores de carga superiores a 0,30 son indicativos de que un alto porcentaje de la varianza de la muestra se explica por el factor en cuestión (Child, 2006). Al contrario que en este estudio, investigaciones anteriores mostraron que el factor Propósito era el más representativo (Dickson et al., 2017; Farrell et al., 1998; Khoo & Engelhorn, 2007, 2011). El compromiso/tradiciones externas mostró factores de carga similares a los reportados en estudios anteriores (Johnston et al., 1999; Lockstone-Binney et al., 2015).

La distribución factorial mostrada en este estudio podría explicarse por el hecho de que los estudiantes universitarios que deciden participar en el voluntariado suelen hacerlo por motivaciones relacionadas con el desarrollo profesional o porque quieren establecer nuevas relaciones sociales (Hayton, 2015). Todos aspectos que formaban parte del factor *Solidaridad*. Sin embargo, los resultados de este estudio también mostraron que los estudiantes tenían un alto interés en experimentar otras oportunidades educativas. Esto puede sugerir que un evento deportivo podría ser una forma de lograr estas experiencias, especialmente cuando un evento deportivo implica un ambiente festivo y un trabajo activo. Al considerar estos aspectos, es razonable explicar por qué el tercer factor (*Compromiso y Tradiciones Externas*) mostró una menor relevancia en este estudio.

En la misma línea, los resultados descriptivos mostraron que los factores *Solidario* y *Propósito* tuvieron la misma puntuación global alta (por encima de los seis puntos) mientras que el factor *Compromisos/Tradiciones Externas* tuvo una respuesta neutra. Además de lo mencionado en el punto anterior, estos resultados podrían deberse a que estas experiencias formaban parte de un contexto educativo. Por lo tanto, la contribución a la comunidad es un aspecto que los estudiantes valoran, y que su amor por el deporte les hace querer ser partícipes del desarrollo del evento, contribuyendo a su éxito con todo su esfuerzo según sus capacidades. Otro aspecto a tener en cuenta es que los alumnos reciben créditos por su participación en el programa, como ocurre en más del 80% de los programas de voluntariado universitario en España (Fundación Mutua Madrileña, 2020).

En cuanto al perfil sociodemográfico, este estudio mostró una gran mayoría de mujeres voluntarias. Este resultado coincide con el estudio de Van den Berg et al. (2015) con voluntarios australianos que participan en eventos deportivos. Sin embargo, en el resto de estudios se encontró que la gran mayoría de los voluntarios universitarios eran hombres

(Johnson et al., 2016, 2017; Mirsafian & Mohamadinejad, 2012; Pierce et al., 2014). Esto puede explicarse en base a la demografía mostrada en el informe anual sobre el voluntariado universitario en España, donde el 83% de los estudiantes que hicieron voluntariado durante el curso 2018/2019 fueron mujeres (Fundación Mutua Madrileña, 2020).

En cuanto a la edad media de los participantes, en este estudio fue de aproximadamente 21 años, lo cual es similar a la edad de los voluntarios en otros estudios que reportaron población universitaria. La mayoría de los estudiantes estudiaban Ciencias Sociales y Ciencias de la Salud, resultados similares a los obtenidos en el informe sobre voluntarios universitarios en España (Fundación Mutua Madrileña, 2020), mientras que en Mirsafian y Mohamadinejad (2012) la mayoría de los estudiantes eran de Ciencias Naturales. Por último, en lo que respecta a la categoría de curso de los participantes, los resultados mostraron que se encontraban mayoritariamente en el primer y segundo año. Un resultado que es similar a lo reportado por Johnson et al. (2016, 2017).

En cuanto al análisis de conglomerados, los resultados mostraron la existencia de tres grupos diferentes de voluntarios universitarios en eventos deportivos. El grupo más representativo fue el "*Altruista*", formado por casi la mitad de los voluntarios que participaron en este estudio. Este grupo obtuvo puntuaciones altas en los tres factores. El segundo grupo con mayor puntuación fue el de "*Buscadores sociales y de carrera*". Este grupo mostró puntuaciones altas en *Solidario* y *Propósito*, pero bajas en *Compromiso/Tradiciones externas*. Por último, el grupo menos representado fue el de los "*Indiferentes*", que mostraron una puntuación moderada o neutra en los tres factores. La H1 fue rechazada al no existir diferencias en los diferentes perfiles según grupo en ninguna variable.

Estos tres grupos mostraron una tendencia similar en cuanto a la proporción de hombres y mujeres y a la edad media de los voluntarios. Sin embargo, y aunque no hubo diferencias significativas si se pudieron observar diferencias en la rama de estudios en la que se inscribieron. Los Altruistas e Indiferentes tenían una mayor proporción de estudiantes de Ciencias Sociales, que incluyen un programa de estudios de Educación, Pedagogía, Servicio Social y Ciencias del Deporte. Por lo tanto, este grupo podría estar orientado a ayudar a otros en la comunidad y a colaborar con el éxito del evento deportivo. Por su parte, el grupo "*Buscadores de Carrera y Sociales*" estaba representado en su mayoría por estudiantes de la rama de Ciencias de la Salud, que incluyen programas de

Enfermería o Medicina. Para este grupo, esto podría sugerir que los estudiantes realizan trabajos voluntarios porque podrían tener un impacto positivo a la hora de conseguir un trabajo.

Respecto a la situación de los cursos, los voluntarios “*Altruistas*” se encontraron en mayor proporción en el 3^{er} año de estudios, mientras que los otros dos grupos se encontraron en gran medida en cursos inferiores, especialmente los Indiferentes que mostraron que un mayor porcentaje estaban en su 1^{er} año de estudios universitarios, y por lo tanto pudieron mostrar un perfil motivacional más neutral. Finalmente, las hipótesis H2, H3 y H4 fueron aceptadas parcialmente, al existir diferencias estadísticamente significativas entre los grupos identificados atendiendo al perfil motivacional entre “*Altruistas*” e “*Indiferentes*”, no existiendo diferencias con el grupo intermedio de “*Buscadores de empleo y sociales*”.

6.5.1. Limitaciones y futuras investigaciones

El estudio de la motivación de los voluntarios es una tarea compleja que impone varios retos a los investigadores. Algunas de las limitaciones de este estudio fueron la población de la muestra, ya que no es posible generalizar los resultados a toda la comunidad universitaria debido al uso de un muestreo de conveniencia. Otra limitación de este estudio fue no haber evaluado un factor motivacional más orientado al deporte que permitiera una mejor segmentación del voluntario según el deporte de interés, o haber evaluado el factor de recompensa externa ya que en muchos casos los estudiantes recibieron créditos como compensación por el trabajo voluntario, aspecto que es común en España. Finalmente, otras limitaciones de este estudio fueron la falta de un análisis que examinara la relación entre la motivación con otros factores como el compromiso, la satisfacción o las intenciones futuras. Futuros estudios en el contexto del voluntariado deportivo universitario deberían examinar no sólo los efectos de estas relaciones sino también medir el perfil motivacional antes y después de la duración del evento o realizar estudios longitudinales para seguir a los estudiantes de primer año a lo largo de su vida universitaria.

6.6. Conclusiones

Los principales hallazgos de este estudio fueron que la escala adaptada del SEVMS identificó tres factores motivacionales para los voluntarios deportivos universitarios, denominados *Solidario*, *Propositivo* y *Compromiso/Tradiciones Externas*. Los dos primeros factores mostraron puntuaciones altas, mientras que el tercer factor es neutro. El análisis de cluster identificó tres perfiles motivacionales diferentes. En primer lugar, el grupo "*Altruista*" fue el que mostró el mayor número de participantes y estaba formado por mujeres jóvenes, que estudiaban Ciencias Sociales, la mayoría de las cuales estaban en 3^{er} curso, no tenían experiencia previa en el voluntariado deportivo, y mostraron puntuaciones altas en los tres factores.

Por otro lado, el segundo grupo "*Buscadores Sociales y de Carrera*" estaba formado por mujeres jóvenes, que estudiaban Ciencias de la Salud en 2^o curso, la mayoría sin experiencia previa en voluntariado deportivo, y mostraban puntuaciones altas en los factores motivacionales *Solidario* y *Propositivo* y bajas en el factor *Compromiso/Tradiciones Externas*. Finalmente, el tercer grupo "*Indiferente*", fue el menos representativo. Este grupo también estaba formado por mujeres jóvenes, que estudiaban Ciencias Sociales y estaban en su primer año como estudiantes universitarias. Además, este grupo no mostraba experiencia y presentaba puntuaciones moderadas-neutrales en los tres factores motivacionales. Aunque no hubo diferencias significativas en cuanto a las variables sociodemográficas de los estudiantes voluntarios, los resultados de este estudio revelaron diferencias en los perfiles motivacionales.

6.6.1. Implicaciones prácticas

Examinar la motivación de los voluntarios representa un aspecto clave cuando se intenta comprender la decisión de un individuo de ser voluntario, por lo tanto, un mejor análisis de la motivación y las características del voluntario permitirá una mejor toma de decisiones (Kim et al., 2018). Los resultados de este estudio contribuyen no sólo a comprender mejor la motivación del voluntariado de los estudiantes universitarios, sino que también permite a los administradores universitarios y deportivos del sector público y privado conocer el perfil motivacional de los estudiantes universitarios hacia el voluntariado deportivo. Un aspecto que puede ayudar a desarrollar estrategias adecuadas para la promoción y captación de voluntarios para diferentes tipos de programas o eventos

deportivos. Las universidades son una gran fuente de captación de voluntarios. En muchos países, el trabajo voluntario se considera una forma de mejorar las habilidades personales y profesionales, así como el acceso a determinados puestos de trabajo.

Además, los estudiantes suelen tener más tiempo libre que los adultos. El hecho de tener menos obligaciones familiares o laborales les convierte en un grupo de gran interés para reclutar como voluntarios. La promoción de programas deportivos a través del voluntariado puede ayudar a las autoridades locales a promover una vida más activa y saludable en la población, contribuyendo a un mejor desarrollo de la sostenibilidad en la localidad al mejorar el capital social y la cohesión social, el bienestar y la resiliencia de los ciudadanos.

Por último, la promoción de programas de voluntariado a través de las universidades no sólo contribuye a proporcionar mejores y enriquecedoras experiencias a los estudiantes universitarios, sino que también contribuye a avanzar en el desarrollo de los ODS contemplados en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Amate et al. (2020) destacan el valor insustituible del voluntariado deportivo en la concienciación para contrarrestar el cambio climático y los efectos de la degradación del medio ambiente, tal y como identifica el grupo de objetivos de los ODS relacionados con el medio ambiente. En este sentido, los estudiantes universitarios que participaron en este estudio a través de este programa de voluntariado contribuyeron a avanzar en la sostenibilidad en la medida en que, en el evento de piragüismo, las tareas de voluntariado incluyeron la comprobación de los puntos verdes, la ayuda a los atletas en el agua utilizando kayaks en lugar de embarcaciones motorizadas, y la limitación del acceso al medio acuático por parte de personal ajeno a la organización o de los atletas.

7. ESTUDIO 3

7. ESTUDIO 3. MOTIVACIÓN Y SATISFACCIÓN EN EL VOLUNTARIADO DEPORTIVO UNIVERSITARIO

7.1. Resumen

El objetivo de este estudio es determinar el nivel de motivación del voluntario deportivo universitario en eventos deportivos comparando los resultados según el género y la experiencia previa. En segundo lugar, analizar qué factor de motivación influye más en la satisfacción con las motivaciones específicas del voluntario. El estudio fue transversal a través de un cuestionario online, con 128 voluntarios universitarios entrevistados que participaron en un programa de voluntariado deportivo. Los instrumentos utilizados fueron el VFI y otra escala para evaluar la satisfacción. Los resultados mostraron que tanto los hombres como las mujeres se sienten motivados en las dimensiones de *Comprensión*, *Valores* y *Protección*, obteniendo resultados superiores a la media en estos perfiles motivacionales. Según la experiencia, los voluntarios con más experiencia obtuvieron puntuaciones más altas. La satisfacción con la motivación puede predecirse mediante la *Mejora*, la *Comprensión* y la *Protección*. Los resultados de este estudio ayudarán a profundizar en el perfil motivacional del voluntariado en el contexto deportivo y universitario. También permitirá a las organizaciones deportivas gestionar mejor el voluntariado y mejorar la calidad de vida de sus empleados. Las universidades son una importante base de voluntariado, no sólo social sino también, cada vez más, deportivo, por lo que es necesario evaluar el perfil motivacional y la satisfacción de este colectivo potencial para ser voluntario una vez finalizada su etapa académica.

Palabras clave: Evento deportivo, Voluntariado, Universidad, Motivación, Satisfacción, VFI

7.2. Introducción

El voluntariado es una parte esencial de la sociedad moderna en muchos países debido a la contribución que ha hecho dentro de la comunidad a diferentes niveles (Wicker & Hallmann, 2013). Los gobiernos no cuentan con los recursos humanos necesarios para implementar determinadas políticas sociales donde una adecuada gestión del voluntariado aumenta la efectividad del trabajo voluntario (International Labour Organisation, 2011). Desde la década de 1990, se ha adoptado una amplia variedad de métodos que se han vuelto cada vez más rigurosos en el voluntariado deportivo a medida que la investigación ha avanzado (Wicker, 2017). En el ámbito del deporte, se produce un renacimiento y consolidación del voluntariado, especialmente en el contexto de los eventos deportivos (Hassan & Harding, 2018). Por lo tanto, es esencial construir una buena relación entre el personal voluntario y los organizadores de eventos deportivos para ayudar a tener una fuerte participación en los eventos deportivos (Kim et al., 2018).

La demanda de voluntariado episódico ha aumentado debido al incremento del número de eventos deportivos en los últimos años (Holmes & Smith, 2009). El personal voluntario es un factor importante para el éxito de un evento deportivo (Chelladurai & Kerwin, 2017), independientemente de su tamaño; por ejemplo, los mega eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos (JJOO), requieren miles de voluntarios para funcionar (Kemp, 2002), mientras que los eventos a pequeña escala solo necesitan la participación de decenas de voluntarios para desarrollarse con éxito (Strigas & Jackson Jr, 2003). Así, los eventos deportivos adquieren una importante relevancia social en estos contextos (Sharififar et al., 2011), ya que las organizaciones, públicas y privadas, consideran al personal voluntario como un gran apoyo dentro de la organización y se convierte en un verdadero valor añadido. Los voluntarios suelen ser personas entusiastas y amables que trabajan en el evento por decisión propia, aportando su tiempo y esfuerzo sin ninguna recompensa monetaria (Kim et al., 2007).

El informe sobre el estado del voluntariado en el mundo de 2018 (Voluntarios de las Naciones Unidas, 2018) sitúa la fuerza de trabajo a tiempo completo en 109 millones de personas, con un 30% de voluntariado formal y un mayor número de mujeres voluntarias a través de diferentes organizaciones y asociaciones, con un 57% frente al 43% de los hombres. Volunteer Canadá (2015) estima que aproximadamente el 44% de la población canadiense (unos 12,7 millones de personas) participó en más de dos mil millones de horas como voluntarios, lo que equivale a cerca de un millón de empleos a tiempo completo. En

Australia, alrededor del 43,7% de los adultos participaron al menos una vez como voluntarios durante 2016, proporcionando 932 millones de horas de voluntariado (McGregor-Lowndes et al., 2017). Consejo Nacional de Agencias de Voluntariado (2018) estimó que aproximadamente una quinta parte de la población (22,0%) de Reino Unido participó al menos una vez al mes. Sin embargo, los datos españoles son inferiores a los de otros países como Australia, Canadá o Reino Unido, donde también se produjo un descenso en el número de voluntarios en 2016, pasando del 9,3% al 8,5% de la población total respecto al año anterior (Observatorio del Voluntariado, 2017).

En el contexto del voluntariado deportivo, en Canadá representó el 24% del número total de voluntarios y el 18% del número total de horas de voluntariado durante todo el año 2014 (Statistics Canadá, 2015). La gran mayoría de las acciones de voluntariado en Canadá consistieron en la organización de eventos deportivos (46%) o en la recaudación de fondos para diferentes organizaciones (45%). El Estudio Social General en Australia informó que el voluntariado deportivo oscilaba entre el 18,4% en la población más joven de 18 a 24 años, el 20,7% en la población de 35 a 44 años y alcanzaba el 30,1% en la población de 45 a 54 años, participando más hombres que mujeres (Australian Bureau Statistics, 2015). Por su parte, el Observatorio del Voluntariado (2017) obtuvo que solo el 3,7% de la población de 18 y más años es voluntaria en el sector deportivo en España. Alexander et al. (2015) argumentaron que es probable que la diversidad existente en relación a los antecedentes y características de cada uno pueda afectar a los motivos, deseos, necesidades y comportamientos de los voluntarios. El objetivo de este estudio es conocer la motivación de los voluntarios deportivos universitarios comparando los resultados según el género y la experiencia previa, así como observar qué factor de motivación influye más en la satisfacción de las motivaciones específicas del voluntario.

7.2.1. Revisión de la literatura

7.2.1.1. Motivación

La motivación es el constructo teórico más utilizado en la investigación sobre el voluntariado en el contexto del deporte (Clary et al., 1998; Farrell et al., 1998; Strigas & Jackson Jr, 2003), tratando de explicar las razones por las que un sujeto se comporta de una manera u otra (Barkley, 2010). Además, la motivación en el voluntariado es un tema complejo, ya que no existen razones específicas y concretas por las que una persona

decide ser voluntaria, cada individuo actúa según sus propias y personales razones a la hora de formar parte de un equipo de voluntarios. La motivación es un constructo clave cuando se trata de entender la decisión de un individuo de ser voluntario, por lo que una mejor comprensión de la motivación y las características del voluntario permitirá una mejor toma de decisiones (Kim et al., 2018).

Diferentes autores intentan analizar desde diferentes perspectivas lo que realmente subyace en las motivaciones del voluntariado (Clary & Snyder, 1999), y son numerosos los estudios que han investigado el voluntariado en eventos deportivos respecto a las características de los voluntarios (Dickson et al., 2015; Hallmann & Harms, 2012). Los factores que motivan a una persona a ser voluntaria y a permanecer en la organización pueden clasificarse en dos categorías teóricas: los beneficios centrados en los demás, es decir, los que conseguirían para otros (heterocéntricos) y los motivos egocéntricos (autocentrados), los que pretenden conseguir para sí mismos (Omoto et al., 2010).

La literatura sugiere numerosos modelos teóricos sobre las motivaciones del voluntariado en el contexto general y deportivo. Clary et al. (1998) desarrollaron el modelo multifactorial elaborando el Inventario de Funciones del Voluntariado (VFI) con el objetivo de explicar las múltiples motivaciones que pueden determinar el desarrollo de la participación voluntaria, donde adoptando un enfoque funcional, la motivación juega un papel determinante en el proceso evolutivo del voluntariado. Este modelo se ha utilizado en el contexto del deporte (Alexander, et al., 2015; Güntert et al., 2015; Johnson et al., 2016; Kim et al., 2019b). Otros modelos se han basado en el enfoque de incentivos (normativo, afectivo y utilitario) como la propuesta de motivación general aplicada al voluntariado deportivo como y la Escala de Motivación de Voluntarios para Eventos Especiales (SEVMS) elaborada por Farrell et al. (1998). Bang y Ross (2009) diseñaron la Escala de Motivación del Voluntario para Eventos Deportivos Internacionales (VMS-ISE), que es una de las más utilizadas en el contexto deportivo (Bang et al., 2019; Vetitnev et al., 2018) y en menor medida la Escala de Motivación del Voluntario Olímpico (OVMS) de Giannoulakis et al. (2007).

Estudios como los realizados por Clary et al. (1998) y Farrell et al. (1998) aumentaron el conocimiento sobre la motivación en el voluntariado en general y han sido muy utilizados, aunque es necesario conocer la motivación del voluntario en diferentes contextos de eventos deportivos. Kenyatta y Zani (2014) indican que las diferentes motivaciones que influyen en el personal voluntario pueden variar con el tiempo,

independientemente de la organización, debido a la satisfacción y la socialización en la participación de los voluntarios. Numerosos estudios han relacionado la motivación con otros factores encontrando que la motivación es un factor determinante en el compromiso o la satisfacción (Bang & Ross, 2009b; Han et al., 2013), aunque la mayoría de los estudios sólo han abordado la motivación. Es importante segmentar el voluntariado ya que permite comprender mejor la diversa gama de factores que pueden influir en el voluntariado en un evento deportivo (Schlesinger & Gubler, 2016). En base a esto, las hipótesis asociadas son:

H1. Existen diferencias en el perfil motivacional según el género del voluntario.

H2. Existen diferencias en el perfil motivacional según el nivel de experiencia previo del voluntario.

7.2.1.2. Satisfacción

La satisfacción es también un constructo importante en el contexto del voluntariado, y una alta satisfacción podría tener un impacto positivo en las intenciones futuras de continuar con el voluntariado. La satisfacción puede ser la variable que más influye en la permanencia de los voluntarios cuando se contrasta con la realidad organizativa (Greenslade & White, 2005). La satisfacción del voluntario puede ser evaluada a través de las motivaciones del mismo, lo que puede ayudar a medir el grado de satisfacción que el voluntario obtiene en su participación, atendiendo a sus expectativas iniciales y a las obtenidas. La satisfacción tiene un impacto directo en otros constructos como la permanencia, el sentido de pertenencia a la comunidad, el compromiso y el sentimiento de utilidad. El sentido de pertenencia a una comunidad tiene un efecto positivo en el compromiso con la organización de un evento tiene un efecto como mediador con un efecto sobre la satisfacción laboral (Costa et al., 2006).

Farrell et al. (1998) indican que la satisfacción de los voluntarios con las experiencias no es la única forma de satisfacer las expectativas, sino que también está relacionada con la satisfacción con las instalaciones o la organización del propio evento. Sin embargo, los resultados obtenidos en estudios de voluntariado no deportivo son contradictorios, mientras que hay estudios que encuentran una relación directa entre la satisfacción y la motivación (Bang & Ross, 2009) o la satisfacción con la permanencia (Greenslade & White, 2005). Otros autores que encuentran una relación indirecta entre la

satisfacción e intención de permanencia (Vecina & Chacón, 2005) o aquellos estudios que no encuentran ninguna relación (Finkelstein et al., 2005).

Vecina et al. (2009) encontraron que los voluntarios que están satisfechos con sus motivaciones y las tareas de voluntariado que realizan, así como con la gestión realizada por la organización, continúan y los que tienen un menor grado de satisfacción abandonan. Soto-Lagos et al. (2017) observaron un aumento de la satisfacción del voluntariado con sus tareas cuando existe una compatibilidad cuando sienten que las funciones de su trabajo son esenciales y beneficiosas para el desarrollo del evento. Una experiencia positiva al participar en un programa de voluntariado recibiendo apoyo y reconocimiento positivo podría ser un factor influyente en las futuras intenciones de continuar con el voluntariado (Aisbett et al., 2015).

Recientemente, Kim et al. (2019e) evaluaron los principales factores que afectan a la satisfacción de los voluntarios en los eventos deportivos. Descubrieron que el apoyo organizativo es un factor que influye directamente en la satisfacción de voluntarios específicos, como los trabajadores de los medios de comunicación, lo que a su vez influye en sus propias intenciones de participar en megaeventos deportivos. En un estudio similar en otros JJOO, Kim et al. (2019c) también encontraron que los determinantes de la satisfacción, como la satisfacción de las necesidades generales de los voluntarios y la satisfacción de los voluntarios con la gestión del voluntariado, tienen efectos positivos, según el nivel de participación de los voluntarios. Las hipótesis asociadas a este constructo son:

H3. Existen diferencias en la Satisfacción según el género del voluntario.

H4. Existen diferencias en la Satisfacción según el nivel de experiencia previo del voluntario.

H5. Los perfiles motivacionales en la Satisfacción hacia las motivaciones específicas.

7.3. Método

7.3.1. Muestra

La muestra estuvo compuesta por 128 voluntarios deportivos universitarios pertenecientes a la Universidad de Murcia, de los cuales el 60,2% eran mujeres y el 39,8%

hombres, con una edad media de $23,49 \pm 7,5$ años y una experiencia previa en voluntariado de $2,41 \pm 2,6$ años. La Tabla 17 muestra los datos sociodemográficos. La gran mayoría realizaba el voluntariado como parte de la estructura deportiva del evento (95,3%) y el resto como parte de protección civil. El 72,7% eran estudiantes y trabajaban al mismo tiempo, el mismo porcentaje de los voluntarios que no pertenecían a ningún club o asociación, seguido de los que pertenecían a un club deportivo (16,4%), asociación (6,3%) y ambos (4,7%).

Tabla 16. Información demográfica del voluntariado.

Categoría	M(DT)
Edad	23.49(7,5)
Experiencia previa	2,41(2,6)
	N(%)
Género	
Hombre	51(39,8)
Mujer	77(60,2)
Ocupación	
Estudiante y trabajador	93(72,7)
Estudiante	35(27,3)
Afiliación	
Club	93(72,7)
Asociación	8(6,3)
Ambos	21(16,4)
No	6(4,7)

7.3.2. Instrumento

Los instrumentos utilizados para la recogida de datos fueron, para medir la motivación del voluntariado deportivo, el Inventario de Funciones del Voluntario (VFI) diseñado y validado por Clary et al. (1998). Este instrumento consta de 30 ítems con una escala de respuesta tipo Likert de siete puntos (1 - Nada importante; 7 - Extremadamente importante). El cuestionario está estructurado en 6 subescalas: i) Protección; ii) Valores; iii) Profesional; iv) Social, v) Comprensión; y vi) Mejora. La fiabilidad de la escala tuvo un valor alfa de Cronbach de 0,952. Por su parte, para evaluar la satisfacción del voluntario se utilizó el inventario elaborado por Vecina et al. (2009), que constaba de 17 ítems con una escala de respuesta tipo Likert de siete puntos (1 - Muy en desacuerdo; 7 - Muy de acuerdo). El cuestionario tenía tres dimensiones: i) Satisfacción con las motivaciones específicas; ii)

Satisfacción con la gestión de la organización; y iii) Satisfacción con las tareas de voluntariado. La fiabilidad de la escala fue un alfa de Cronbach de 0,937.

7.3.3. Procedimiento

El estudio se realizó en colaboración con el Servicio de Atención a la Diversidad y al Voluntariado de la Universidad de Murcia. El investigador principal fue el coordinador del programa de voluntariado deportivo que abarcó la participación como voluntarios de los universitarios en tres eventos deportivos desarrollados en la Región de Murcia entre el 8 de febrero de 2017 y el 15 de marzo de 2018. Los eventos deportivos fueron una regata de piragüismo en el río Segura, un Campeonato de España de Luchas Olímpicas y un festival multideportivo en Murcia. Los cuestionarios se pasaron a los participantes por correo electrónico y a través de un enlace al grupo de WhatsApp del coordinador con los voluntarios. El plazo para completar la encuesta fue de dos semanas después de la fecha de finalización del último evento. La investigación contó con el informe favorable del Comité de Bioética de la universidad local (ID: 2056/2018).

7.3.4. Análisis de los datos

Para el análisis de los datos se ha utilizado el paquete estadístico SPSS versión 24.0 (IBM, Chicago, IL). Para el análisis de los datos se utilizaron diferentes técnicas: análisis descriptivo de las variables, con el cálculo de los parámetros descriptivos; media y desviación estándar para variables cuantitativas, frecuencia y porcentaje para variables cualitativas. Se realizó una prueba de correlación de Pearson para observar la relación entre las variables. Se realizaron estadísticas comparativas mediante la *prueba t* para muestras independientes para observar la posible existencia de diferencias en función del género y la experiencia previa. Finalmente, se realizó una regresión múltiple para conocer las variables predictores de las intenciones futuras del voluntario. El tamaño del efecto se calculó considerando las indicaciones realizadas por Domínguez-Lara (2018). El nivel de significación se estableció en un valor de $p \leq 0,05$.

7.4. Resultados

7.4.1. Análisis descriptivo y de correlación

La Tabla 18 muestra los análisis descriptivos y las correlaciones de las variables del estudio. El factor motivacional con mayor puntuación fue la *Comprensión*, seguido de *Valores* y *Mejora*, mientras que el resto de los factores tuvieron puntuaciones por debajo de los cinco puntos, siendo el valor más bajo el factor *Protección*. La satisfacción con el voluntariado fue alta, destacando la satisfacción con las tareas de voluntariado, mientras que los otros factores tuvieron una puntuación ligeramente inferior.

Tabla 17. Análisis descriptivo y de correlación de las variables del estudio.

Variable	M(DT)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Profesional	4,84(1,4)	1								
2. Social	4,57(1,2)	0,519	1							
3. Valores	5,51(1,0)	0,558	0,538	1						
4. Mejora	5,02(1,2)	0,732	0,554	0,638	1					
5. Protección	4,20(1,4)	0,683	0,524	0,529	0,730	1				
6. Comprensión	5,64(1,1)	0,679	0,481	0,695	0,707	0,554	1			
7. Satisfacción con la gestión	5,28(1,2)	0,374	0,324	0,443	0,485	0,336	0,472	1		
8. Satisfacción con las motivaciones específicas	5,22(1,1)	0,754	0,622	0,652	0,802	0,723	0,771	0,549	1	
9. Satisfacción con las tareas del voluntariado	5,59(1,0)	0,472	0,359	0,570	0,548	0,384	0,628	0,653	0,614	1

Nota: Todas las correlaciones fueron significativas ($p < 0,001$).

El análisis de correlación (Tabla 18) mostró relaciones significativas y positivas entre todas las variables ($p \leq 0,01$). Las dimensiones de motivación presentaban relaciones entre moderadas y altas. Se obtuvieron resultados similares para las relaciones entre los factores de satisfacción con un nivel moderado-alto. En general, las relaciones entre los factores de motivación y satisfacción fueron moderadas con una relación mínima $r = 0,324$, en menor medida, hubo relaciones altas como la existente entre la satisfacción hacia motivaciones específicas y la motivación hacia la mejora personal ($r = 0,802$).

7.4.2. Análisis comparativo

Los resultados de las variables según el género y la experiencia se muestran en la Tabla 19. Los voluntarios presentaron perfiles diferentes según las motivaciones, los varones mostraron una mejor valoración de las motivaciones hacia la *Carrera*, la *Mejora* y la *Comprensión* que las mujeres, mientras que el resto de factores fueron mejor puntuados por las mujeres que por los varones. En general, los varones tuvieron una mayor satisfacción que las mujeres, siendo la satisfacción más valorada la orientada a las tareas de voluntariado. El tamaño del efecto mostró un efecto medio en *Valores* y pequeño en *Carrera* según el género. No existieron diferencias estadísticamente significativas en ninguna variable por género ($p > 0,05$).

Tabla 18. Análisis comparativo de la motivación y Satisfacción según género y experiencia.

Categoría	Hombre	Mujer	p	d	Menos 1	1 año o	p	d
	M(DT)				año	más		
1. Profesional	5,09(1,4)	4,69(1,4)	0,120	0,28	4,81(1,4)	4,88(1,5)	0,784	-0,05
2. Social	4,57(1,1)	4,58(1,2)	0,956	-0,10	4,40(1,2)	4,71(1,2)	0,145	-0,26
3. Valores	5,47(1,0)	5,53(1,0)	0,740	-0,60	5,42(0,9)	5,57(1,0)	0,384	-0,16
4. Mejora	5,10(1,1)	4,96(1,3)	0,517	0,12	4,92(1,3)	5,08(1,6)	0,462	-0,13
5. Protección	4,17(1,3)	4,20(1,5)	0,886	-0,03	4,14(1,5)	4,23(1,4)	0,734	-0,06
6. Comprensión	5,75(1,1)	5,58(1,2)	0,429	0,14	5,55(1,2)	5,72(1,1)	0,404	-0,15
7. Satisfacción con la gestión	5,34(1,1)	5,23(1,3)	0,591	0,10	5,19(1,2)	5,34(1,2)	0,483	-0,13
8. Satisfacción con las motivaciones específicas	5,31(1,0)	5,16(1,2)	0,449	0,14	5,14(1,2)	5,28(1,1)	0,508	-0,12
9. Satisfacción con las tareas del voluntariado	5,76(0,9)	5,47(1,0)	0,100	0,30	5,55(0,8)	5,61(1,1)	0,679	-0,07

Nota: p: nivel de significación; d: d de Cohen, 0,20: efecto pequeño, 0,50: efecto mediano, 0,80: efecto Grande.

En cuanto a la experiencia entre los estudiantes con menos de un año de experiencia en voluntariado y los que ya tenían experiencia previa, el perfil motivacional fue similar, destacando en ambos grupos la motivación hacia la *Comprensión*, una alta motivación hacia los *Valores* y la *Mejora*. La motivación más baja fue *Protección* en ambos casos. La satisfacción también tuvo un patrón similar para ambos grupos, siendo la más alta la orientada a las tareas voluntarias. Hubo una pequeña en motivación social respecto al nivel de experiencia. No hubo diferencias significativas entre ninguna variable ($p > 0,05$).

7.4.3. Análisis de regresión

El modelo propuesto en la regresión lineal múltiple (Tabla 20) tuvo como variable dependiente la Satisfacción hacia las motivaciones específicas, que está estrechamente relacionada con las diferentes motivaciones estudiadas (variables independientes). El modelo mostró que las variables predictivas que mejor ayudaron a determinar la Satisfacción hacia la motivación específica fueron las motivaciones de *Comprensión*, *Protección* y *Social*. La validez del modelo de regresión se comprobó mediante la prueba de ANOVA y resultó ser significativa, indicando que las variables independientes explican significativamente ($p \leq 0,001$) la variable dependiente ($F(127) = 123,82; p \leq 0,001$).

El modelo obtuvo un $r = 0,886$ y un $R^2 = 0,75$, es decir, las variables predictoras permiten explicar el 75,0% de la variable dependiente. El estadístico Durbin-Watson tuvo un valor cercano a los dos puntos ($D-W = 1,78$) indicando que las variables independientes fueron buenos estimadores de la Satisfacción hacia la motivación específica. El resumen del modelo y los coeficientes de cada variable se muestran en la Tabla 20.

Tabla 19. Coeficientes del análisis de regresión múltiple.

Factor	Beta	t	Sig	TOL	VIF
Comprensión	0,476	8,50	0,001	0,643	1,555
Protección	0,349	6,06	0,001	0,607	1,647
Social	0,210	3,83	0,001	0,673	1,486

7.5. Discusión

El objetivo de este estudio fue analizar la motivación y la satisfacción del voluntario deportivo universitario comparando los resultados según el género y la experiencia previa del estudiante, así como observar qué factor de motivación influyó más en la Satisfacción hacia las motivaciones específicas. Este estudio encontró un mayor predominio de mujeres que de hombres. Numerosos estudios sobre el voluntariado deportivo han demostrado que la participación femenina tiende a ser en mayor proporción que la masculina en el caso de mega eventos deportivos (Bang et al., 2019; Kim et al., 2019b; Vetitnev et al., 2018) o en eventos de menor escala (Bang & Ross, 2009; Han et al., 2013). Sin embargo, otros estudios que han evaluado a los estudiantes participantes en el voluntariado deportivo han

tenido una mayor proporción de hombres que de mujeres (Johnson et al., 2016; Van den Berg et al., 2015).

Según los resultados generales de las motivaciones de los voluntarios deportivos universitarios, los factores que más destacaron fueron los *Valores* y la *Comprensión*. Günter et al. (2015) también encontraron que los voluntarios del Campeonato Europeo de Fútbol de 2008 tenían un perfil centrado en estos mismos factores. Sharififar et al. (2011) también encontraron los factores motivacionales *Comprensión* y *Valores*, además sostienen que la intencionalidad mantiene una estrecha relación positiva con la intención de permanencia. El hecho de que se trate de una muestra de estudiantes universitarios puede influir en el perfil motivacional al vincular las actividades de estudio y formación. No hay análisis en la literatura en contra de este resultado, ya que se puede entender que el conocimiento podría ser un constructo inherente al voluntariado, es decir, cualquier acción voluntaria conlleva un aprendizaje independientemente del ámbito en el que se realice.

Los perfiles motivacionales coincidieron para ambos géneros, siendo los motivos más destacados del VFI la *Comprensión*, los *Valores* y la *Mejora* personal. En cuanto a la satisfacción los resultados también fueron similares con una mayor satisfacción hacia la tarea voluntaria. Estos resultados pueden implicar que, al ser un voluntario universitario, los estudiantes encuentran más adecuada la mejora de *Comprensión* y *Valores* que el contexto deportivo lleva siempre asociado al ser estudiantes con poca experiencia previa en voluntariado deportivo, independientemente del género. La importancia de cada factor motivacional puede variar entre organizaciones y voluntarios (Clary & Snyder, 1999). Johnson et al. (2016) en su estudio con estudiantes universitarios, aunque los factores más destacados en los hombres fueron el *Amor al Deporte*, la *Carrera* y los *Valores*, mientras que las mujeres en lugar de los *Valores* destacan más en el factor *Comprensión*.

Dependiendo del factor motivacional que se abordara, los varones puntuaban más que las mujeres (*Carrera*, *Comprensión*, *Mejora*) o, por el contrario, las mujeres tenían puntuaciones más altas en los factores de *Protección*, *Social* y *Valores*. En un estudio sobre el voluntariado en el Mundobasket de España 2014, los varones tendían a puntuar más alto que las mujeres en todos los factores, con diferencias significativas en las intenciones futuras (Baena et al., 2014). Sin embargo, Chacón et al. (2007) argumentaron que el uso de la escala VFI para analizar la motivación de los voluntarios podría subestimar estos motivos al obtener todos los factores valores cercanos o superiores a la media. Los valores es uno de los factores que los voluntarios suelen puntuar más alto en muchos estudios

(Alexander et al., 2015; Dickson et al., 2015; Pierce et al., 2014; Schlesinger & Gubler, 2016; Van den Berg et al., 2015). El factor *Valores* desempeña un papel importante en el perfil motivacional del voluntariado deportivo, que se refleja en todos los niveles de la competición, hasta el punto de ser un factor presente en la mayoría de los modelos, como se ha comentado anteriormente.

Clary y Snyder (1999) concluyeron que las funciones más importantes del voluntariado eran *Valores* y *Comprensión* y las menos consideradas *Carrera*, *Social* y *Protección*. En este estudio, el factor *Mejora* entendido como autodesarrollo y aumento de la autoestima es consistente con los encontrados en otros trabajos (Van den Berg et al., 2015). Sin embargo, Schlesinger y Gubler (2016) obtuvieron puntuaciones más bajas en comparación con otros factores como la deseabilidad social o la participación comunitaria en un evento europeo. Estas diferencias pueden radicar en este estudio que utilizó un instrumento *ad hoc* no validado mientras que los otros estudios sí utilizaron cuestionarios previamente validados. Sin embargo, otros estudios mostraron que los factores de *Mejora* y *Participación en la comunidad* no eran relevantes en los voluntarios (Dickson et al., 2015; Güntert et al., 2015). Por otro lado, los resultados de algunos estudios mostraron que el factor *Carrera* fue altamente valorado por los voluntarios (Johnson et al., 2016; Pierce et al., 2014; Van den Berg et al., 2015). También el factor *Social* obtuvo puntuaciones medias coincidiendo con otros estudios (Günter et al., 2015; Schlesinger & Gubler, 2016). Por último, el factor *Protección*, entendido como la necesidad de protección y una vía de escape de los sentimientos negativos, fue consistente con otros estudios (Clary & Snyder, 1999).

El análisis comparativo según la experiencia de los voluntarios mostró que el perfil motivacional de ambos grupos fue similar sin encontrar diferencias significativas en ninguna variable. Aunque las puntuaciones de los voluntarios más experimentados fueron mayores que las de los nuevos para cada uno de los perfiles motivacionales y de satisfacción. Las puntuaciones más altas en diferentes perfiles motivacionales podrían estar asociadas e influenciadas por la intención de continuar con el voluntariado ya que se trataba de alumnos que querían repetir la experiencia del voluntariado respecto a los que ya habían comenzado. Los factores motivacionales del voluntario pueden ser susceptibles de cambiar con el tiempo, independientemente del tipo de organización de voluntariado, ya que están influenciados por la satisfacción y la propia socialización (Kenyatta & Zani, 2014).

La satisfacción también se ha evaluado como el grado de cumplimiento de diferentes motivaciones (Clary et al., 1998; Clary & Snyder, 1995). Diferentes estudios han

demostrado que tanto la satisfacción como la intención de permanencia aumentaban si los voluntarios percibían que las tareas a realizar respondían a su motivación (Clary et al., 1998; Omoto & Snyder, 1995). La satisfacción con la tarea de voluntariado fue coherente con otros estudios que sostienen que, si un voluntario tiene una experiencia positiva durante su participación en un programa de voluntariado recibiendo un apoyo y reconocimiento favorable, puede influir en sus intenciones futuras (Aisbett et al., 2015). Sin embargo, el voluntariado en un evento deportivo suele implicar la realización de determinadas funciones que pueden no ser coherentes con la motivación del voluntario.

La organización de los voluntarios y las funciones que estos desempeñan son cruciales para el éxito de los eventos en los que participan. Una adecuada organización y gestión de los recursos podría generar un adecuado clima organizacional que conduzca al compromiso y la satisfacción con la organización (Bang & Ross, 2009; Vecina et al., 2009). Una organización eficiente permitiría un buen ajuste entre los objetivos de la organización y los voluntarios, produciendo sentimientos de pertenencia al grupo. Hallman y Harms (2012) ven posible que la intención de continuar esté influenciada por el tipo y la complejidad del evento en el que se ha colaborado.

La satisfacción también puede estar vinculada a otros aspectos como la formación y el cumplimiento de las tareas asignadas, o del apoyo técnico de los profesionales de la organización durante las actividades realizadas (Chacón et al., 2007). Así, la satisfacción con las tareas realizadas en la organización es un factor necesario para predecir las intenciones futuras de permanencia (Vecina et al., 2009). Aunque no hay muchos estudios centrados en las motivaciones de los voluntarios en eventos especiales (Bang & Ross, 2009). A partir de los resultados se podría concluir que una organización que atiende y gestiona adecuadamente a los voluntarios. Se ha demostrado la existencia de una relación positiva y directa entre la motivación inicial para ser voluntario y el tiempo de permanencia (Omoto & Snyder, 1995).

Finalmente, los perfiles motivacionales de *Comprensión, Protección y Social* fueron los factores que mejor ayudaron a predecir la satisfacción con las motivaciones específicas del voluntariado en 75,0%. Así, los aspectos que mejor ayudarían a predecir la satisfacción del voluntario deportivo universitario fueron los relacionados con la mejora personal del individuo, la adquisición de nuevos conocimientos y, la participación como voluntario en un evento deportivo, es una actividad que rompe con la rutina habitual en la que se desenvuelven. Pierce et al. (2014) determinaron que los factores que ayudaron a predecir

la satisfacción de los estudiantes de gestión deportiva en un 65,3% fueron *Carrera, Social* y *Amor al Deporte*, mientras que, en otro estudio similar, los factores *Carrera, Social, Comprensión* y *Mejora* predijeron la retención de los voluntarios en un 45% (Johnson et al., 2016).

7.5.1. Limitaciones y propuestas para el futuro

Una de las limitaciones de este estudio se encuentra en la propia elección del instrumento de medición, ya que el VFI puede subestimar otras motivaciones como el *Amor al deporte* o las *Recompensas extrínsecas* que podrían tener una gran influencia en la decisión de ser voluntario o no. Por ejemplo, algunos voluntarios pueden participar por ganar horas para obtener créditos de libre elección y poder compensar esas horas con la realización de un curso. Este tipo de escala de respuesta cerrada también puede impedir que el voluntario pueda expresar correctamente las razones por las que decidió participar y ser voluntario. Por ello, es necesario poder realizar un futuro estudio cualitativo entrevistando a diferentes voluntarios que permita profundizar en los verdaderos motivos de su participación.

El tamaño de la muestra ($n = 128$) también podría ser una limitación a la hora de determinar el perfil motivacional ya que podría ser que algunos voluntarios no hubieran participado en los tres eventos considerados dentro del programa. Por ello, sería conveniente analizar el voluntariado deportivo episódico que puede darse en eventos deportivos con la presencia permanente en clubes deportivos y observar las diferencias. Por último, los resultados no se pueden generalizar porque hubo voluntarios que no completaron el cuestionario al final del programa de voluntariado.

7.6. Conclusiones

Los principales hallazgos de este estudio son que el perfil motivacional del voluntario deportivo universitario en pequeños eventos se centró en la mejora de la *Mejora*, la *Comprensión* y los *Valores* y una mayor satisfacción orientada a la tarea. En segundo lugar, por género, en general, los varones obtuvieron mayores puntuaciones que las mujeres. En tercer lugar, por experiencia, los voluntarios más experimentados tuvieron mejores puntuaciones en los factores motivacionales y en la satisfacción, mostrando un perfil también orientado hacia la mejora, la comprensión y el valor. Por último, la

satisfacción hacia motivaciones específicas puede predecirse en un 75% para los motivos de *Comprensión, Mejora y Protección*.

8. ESTUDIO 4

8. ESTUDIO 4. FACTORES INFLUYENTES EN LA INTENCIÓN DE PERMANENCIA EN VOLUNTARIADO EN EVENTOS DEPORTIVOS: UN ESTUDIO DE SEGMENTACIÓN

8.1. Resumen

El voluntariado es un elemento indispensable para poder llevar a cabo un evento deportivo y alcanzar el éxito. El objetivo del estudio es determinar los factores que influyen en la intención de permanencia del voluntariado participante en un evento deportivo local, además de analizar el perfil del voluntario según sus futuras intenciones. La muestra se compuso de 190 voluntarios, 113 mujeres y 77 hombres, con una edad media de 26,33. Se analizó la motivación, el compromiso organizacional, la satisfacción y la intención de permanencia del voluntariado. Los resultados mostraron que la Intención de permanencia estaba influenciada significativamente por el compromiso y la satisfacción, mientras el motivo *Comprensión* tenía efecto positivo y significativo sobre estas variables. El análisis de segmentación identificó la existencia de tres grupos "*Altas intenciones*" (n = 117), "*Moderadas intenciones*" (n = 42) y "*Bajas intenciones*" (n = 31). Existieron diferencias en las puntuaciones de todas las variables analizadas, y tuvieron un perfil sociodemográfico similar. Estos hallazgos permiten identificar aquellos factores motivacionales más influyentes a la hora de conseguir una mayor permanencia del voluntariado en la organización del evento deportivo.

Palabras clave: motivación, VFI, compromiso, satisfacción, intenciones futuras, voluntariado deportivo

8.2. Introducción

El voluntariado es un parte esencial en la sociedad actual en la mayoría de países por la contribución sustancial que realizan sobre la comunidad a diferente escala (Wicker & Hallmann, 2013). En el contexto deportivo, el voluntariado se encuentra en una fase de resurgimiento y consolidación (Hassan & Harding, 2018). El voluntariado deportivo se ha convertido en un elemento básico para la obtención del éxito en los eventos deportivos, los cuales difícilmente podrían llevarse a cabo sin la participación voluntaria (Chelladurai & Kerwin, 2017).

La organización de eventos deportivos puede servir como una herramienta para contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en cualquier lugar donde se celebren a través de su legado (Kim et al., 2019d). Los eventos deportivos permiten el desarrollo social y económico de forma sostenible, ayuda a proteger el medio ambiente y ofrece oportunidades educativas desarrollando los derechos humanos y la paz (Ban, 2016). Diferentes estudios han dejado evidencia de los beneficios obtenidos de la celebración de eventos deportivos y el legado (intangible o tangible) que estos dejan sobre urbanismo, aspectos medioambientales, económicos o relacionados con el voluntariado (Clark et al., 2018; Dolan et al., 2019; Kim et al., 2019e; Pereira & Cavalcante, 2018).

Baum y Lockstone-Binney (2007) indican que el voluntariado es un factor crucial que permite a los eventos deportivos maximizar la sostenibilidad, especialmente en mega eventos. De esta forma el voluntariado contribuye al éxito y continuidad de cualquier evento (deportivo) debido a su inversión en tiempo, conocimientos y habilidades que realiza en cada actividad (Allen & Shaw, 2009). Además, el voluntariado en eventos deportivos ayuda a mantener y mejorar la calidad, la cantidad y diversidad de servicios que pueden ofrecer dichos eventos (Strigas, 2003).

Esto se debe a que la demanda de voluntariado de tipo episódico se ha incrementado debido al aumento de eventos deportivos en los últimos años (Holmes & Smith, 2009). Es importante tener en cuenta que el desarrollo de tareas no solo beneficia a la propia organización, sino también a los voluntarios que formen parte de ella (Cheung et al., 2016). Alexander et al. (2015) indican que existe una gran diversidad en relación a los antecedentes previos y características de cada individuo pueda afectar a los motivos, deseos, necesidades y comportamiento de los voluntarios. Por tanto, el objetivo de este estudio es determinar los factores que influyen en la intención de permanencia del

voluntariado participante en un evento deportivo regional, además de analizar el perfil del voluntario acorde a sus futuras intenciones.

8.2.1. Revisión de la literatura

8.2.1.1. Motivación

La motivación es el constructo teórico más utilizado en las investigaciones sobre voluntariado, general y deportivo, como demuestran algunas revisiones previas realizadas (Chacón et al., 2017; Dunn et al., 2015; Kim, 2018; Kim & Cuskelly, 2017). Una mejor comprensión de la motivación y características del voluntario permitirá una mejor toma de decisiones (Kim et al., 2018). La motivación es un constructo clave cuando se intenta comprender la decisión de un individuo de ser voluntario (Barkley, 2010). Los diferentes factores motivacionales que influyen en el personal voluntario pueden variar con el tiempo, independientemente de la organización, por la satisfacción y socialización en la participación voluntaria (Kenyatta & Zani, 2014).

Los factores que motivan a la persona para ser voluntario y permanecer en la organización pueden clasificarse en los beneficios centrados en los demás o heterocentrados y aquellos que se consiguen para uno mismo o autocentrados (Omoto et al., 2010). Por ello, dentro de la literatura se encuentran diferentes instrumentos para evaluar la motivación, siendo unos de los más conocidos el Inventario de Funciones del Voluntariado (VFI) desarrollado por Clary et al. (1998). Aunque se trata de una escala global, ha sido aplicada en el contexto deportivo (Alexander et al., 2015; Johnson et al., 2017; Kim et al., 2019b). Posteriormente, Kim et al. (2010a) realizaron una adaptación del VFI, creando una versión reducida en el contexto de organizaciones deportivas.

Otros modelos similares son el cuestionario “Motivación para ser Voluntario” (MTV) propuesto por Knoke and Prensky (1984) y adaptado específicamente al contexto de voluntariado deportivo en eventos por Farrell et al. (1998) con la Escala de Motivación del Voluntariado en Eventos Especiales (SEVMS). Bang y Ross (2009) diseñaron el ‘Escala de Motivación de Voluntarios para Eventos Deportivos Internacionales’ (VMS-ISE), siendo el cuestionario más empleado en el contexto deportivo (Bang et al., 2019; Hallmann et al., 2018; Ma & Draper, 2017; Vetitnev et al., 2018). En último lugar, Giannoulakis et al. (2007) elaboraron en los Juegos Olímpicos (JJOO) de Atenas 2004 una escala de motivación para el voluntariado olímpico.

Aunque la mayoría de estudios han analizado solamente la motivación, cada vez más existen estudios que relacionan este constructo como, por ejemplo, la influencia de la motivación sobre el compromiso (Allen & Bartle, 2014; Hallmann et al., 2020; Han et al., 2013), la satisfacción (Bang et al., 2009a; Bang et al., 2019; Dickson et al., 2020; Farrell et al., 1998; Pierce et al., 2014) o las intenciones futuras (Ahn, 2018; Dickson et al., 2017; Pereira et al., 2019).

H1. El Motivo *Carrera* tiene una influencia positiva sobre el Compromiso.

H2. El Motivo *Valores* tiene una influencia positiva sobre el Compromiso.

H3. El Motivo *Mejora* tiene una influencia positiva sobre el Compromiso.

H4. El Motivo *Comprensión* tiene una influencia positiva sobre el Compromiso.

H5. El Motivo *Social* tiene una influencia positiva sobre el Compromiso.

H6. El Motivo *Protección* tiene una influencia positiva sobre el Compromiso.

H7. El Motivo *Carrera* tiene una influencia positiva sobre la Satisfacción.

H8. El Motivo *Valores* tiene una influencia positiva sobre la Satisfacción.

H9. El Motivo *Mejora* tiene una influencia positiva sobre la Satisfacción.

H10. El Motivo *Comprensión* tiene una influencia positiva la Satisfacción.

H11. El Motivo *Social* tiene una influencia positiva sobre la Satisfacción.

H12. El Motivo *Protección* tiene una influencia positiva sobre la Satisfacción.

8.2.1.2. Compromiso

El compromiso con la organización es un constructo que ha recibido el interés de investigadores en la última década debido a la importancia de comprender el grado de comportamiento de los empleados con su organización (Riketta, 2002). Mowday et al. (1979) define el compromiso organizativo como “la fuerza relativa de la identificación y la participación de un individuo en una organización determinada” (p. 226). Este compromiso puede ser trasladado al contexto del voluntariado y su relación con las organizaciones o eventos deportivos. En el contexto de eventos deportivos el compromiso puede definirse como “el apego psicológico de los individuos a un evento” (Bang et al., 2009b, p. 71).

La literatura previa expone que un voluntario tiene una mayor contribución y esfuerzo con los objetivos de la organización si se encuentra comprometido con la causa

o siente apego hacia la propia organización (Gillespie et al., 2011; Vantilborgh et al., 2014). Aunque es importante tener en cuenta que el compromiso tarda en desarrollarse en el tiempo (Chelladurai, 2006). Para medir el compromiso en organizaciones de voluntariado, Park y Kim (2013) propusieron un modelo jerárquico dividido cinco etapas que evalúan siguientes aspectos: i) compromiso afectivo, ii) compromiso de continuidad, iii) compromiso externo, iv) compromiso normativo, y v) compromiso primitivo.

Entre las características de los eventos deportivos está la temporalidad, es decir, los eventos tienen muy definido su comienzo y su final, siendo un reto crear lazos a largo plazo con el evento (Hallmann et al., 2020). Así, el compromiso de la organización ha recibido atención por parte de los investigadores y se ha relacionado con la satisfacción y la retención del voluntariado (Lin, 2018). Por ejemplo, Cuskelly y Boag (2001) determinan que los voluntarios con un alto compromiso suelen presentar altos niveles de satisfacción. Una correcta adecuación entre el individuo con su puesto de voluntario, y del voluntario con su entorno y personalidad también es importante para obtener una buena satisfacción de los voluntarios y contribuir al éxito del evento (Van Vianen et al., 2008).

Otro aspecto importante a considerar por los responsables de voluntariado es mejorar el sentido de comunidad y compromiso de los voluntarios generando espacios donde puedan compartir sus conocimientos y experiencia, lo que se traduce en una buena satisfacción (Costa et al., 2006). Otra relación estudiada dentro del contexto de voluntariado en eventos deportivos ha sido el compromiso con la satisfacción (Mykletun & Himanen, 2016) o intenciones futuras y de permanencia, encontrándose relaciones positivas entre ambos constructos (Bang et al., 2009b; Cuskelly & Boag, 2001; Koutrou, 2018).

H13. El Compromiso tiene una influencia positiva sobre la Satisfacción.

H14. El Compromiso tiene una influencia positiva sobre la Intención de permanencia.

8.2.1.3. Satisfaction

La satisfacción puede entenderse como la forma en la que los voluntarios satisfacen sus necesidades durante la experiencia de voluntariado (Farrell et al., 1998), resultando un constructo multidimensional (Bang & Chelladurai, 2009). Kim et al., (2019b) exponen que dentro del área de Ciencias Sociales la satisfacción es un concepto ampliamente utilizado para analizar y predecir el comportamiento humano.

Chacón et al. (2007) conciben la satisfacción como un constructo multidimensional para explicar la evolución del voluntariado dentro de la organización, identificando tres etapas diferentes: (i) las propias motivaciones; (ii) las tareas; y (iii) la gestión de la organización. Un factor determinante de la satisfacción en el voluntariado respecto a las actividades que desempeñan es una adecuación y compatibilidad entre las tareas y funciones (Soto-Lagos et al., 2017). Así, Vecina et al. (2009) establece que los voluntarios sociales que se encuentren satisfechos con dichos aspectos tienen mayor probabilidad de continuar. En esta línea, Doherty (2009) también que la satisfacción de los voluntarios podría influir en la intención de permanencia de los voluntarios en el contexto de voluntariado en eventos deportivos

La satisfacción ha sido examinada previamente en su relación con la motivación (Vetitnev et al., 2018). También puede ser la variable que más influencia tenga en la permanencia de los voluntarios al ser contrastada con la realidad organizacional (Greenslade & White, 2005). Una experiencia positiva en la participación en un programa de voluntariado recibiendo apoyo y reconocimiento positivo podría ser un factor influyente en las intenciones futuras de continuar siendo voluntario (Aisbett et al., 2015).

Kim et al. (2019d) determina que la satisfacción del voluntariado es un factor clave para la sostenibilidad de los eventos deportivos. Algunos estudios han determinado que la satisfacción se encuentra derivada directamente de la motivación (Allen & Bartle, 2014; Lee et al., 2014a). Por otro lado, otros estudios encuentran una relación significativa entre la satisfacción de los voluntarios en mega eventos y su intención de volver a ser voluntarios (Bang & Ross, 2009; Dickson et al., 2013; Kim et al., 2019b). También se ha demostrado la existencia de una influencia de la satisfacción sobre la intención de permanencia (Greenslade & White, 2005).

H15. La Satisfacción tiene una influencia positiva sobre la Intención de Permanencia.

La Figura 6 representa el modelo de relaciones propuesto y las hipótesis planteadas.

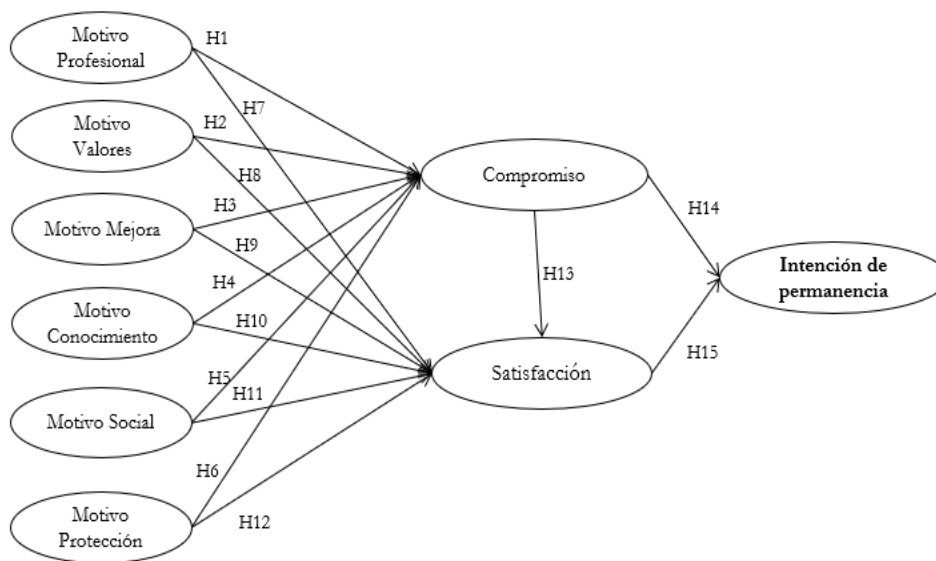


Figura 6. Modelo de relaciones propuesto.

8.3. Método

8.3.1. Muestra

La muestra estuvo compuesta por 190 voluntarios deportivos, de los cuales un 59,5% fueron mujeres y un 40,5% hombres, con una edad media de $26,33 \pm 11,0$ años. Respecto a la localidad de residencia, un 36,3% vivían en la comarca de Murcia, un 26,3% en la comarca del Mar Menor, un 24,2% en la comarca del Campo de Cartagena y, por último, un 13,2% en otras comarcas. La mayoría tenía Bachillerato o Formación Profesional (57,4%), seguido de los voluntarios con estudios universitarios (38,4%) y estudios básicos (4,2). En cuanto a su ocupación, el 61,6% eran estudiantes, el 20,0% trabajaba, el 17,4% era desempleado y el resto jubilado o pensionista (1,1%). En último lugar, siete de cada diez voluntarios no pertenecía a un club o asociación (72,6%), y el 83,2% tenía experiencia previa en voluntariado ($M = 2,67 \pm 3,4$ años).

8.3.2. Instrumento

Los instrumentos utilizados para la toma de datos fueron para medir la motivación el Inventario de Funciones del Voluntariado Modificado adaptado por Kim et al. (2010a) del instrumento desarrollado por Clary et al. (1998), que consta de 18 ítems distribuidos en

seis factores. El compromiso se evaluó a través del Cuestionario de Compromiso Organizacional de nueve ítems propuesto por Mowday et al. (1979). Por su parte, para evaluar la satisfacción del voluntariado se empleó el inventario elaborado por Vecina et al. (2009) que constaba de 17 ítems. Finalmente, la intención futura de seguir participando en voluntariado se midió mediante tres ítems sobre la intención de seguir participando como voluntario a los seis meses, a los 12 meses y a los 24 meses. La respuesta a todas las escalas fue tipo Likert con siete puntos (1- Muy en desacuerdo/Ninguna; 7 - Máxima intención/Muy de acuerdo). La fiabilidad medida a través del Alfa de Cronbach (α -C) de los diferentes instrumentos fue adecuado en la Motivación (α -C = 0,937), el Compromiso (α -C = 0,936), la Satisfacción (α -C = 0,942), la Intención de permanencia (α -C = 0,851).

8.3.3. Procedimiento

La recolección de datos tuvo lugar en un voluntariado deportivo realizado sobre un evento de Trail running que tuvo lugar en la ciudad de Cartagena durante el año 2018. El equipo investigador contactó con la organización mostrando el interés del estudio y sus objetivos. Una vez que se obtuvo la conformidad de la organización para la realización del estudio se preparó el cuestionario de forma online a través de la herramienta de encuestas de la Universidad. La organización envió el cuestionario a todos los voluntarios una vez finalizado el evento deportivo. El periodo para cumplimentar la encuesta fue de dos semanas posteriores a la fecha de finalización del último evento. La investigación contó con el informe favorable del Comité de Bioética de la universidad local (ID: 2056-2018).

8.3.4. Análisis de datos

Se utilizó el programa SPSS, versión 22.0 (SPSS, IBM, Armonk, NY, EE.UU.) para realizar algunos análisis: estadísticos descriptivos, tablas de contingencia, prueba ANOVA y consistencia interna con el alfa de Cronbach (α -C). El análisis SEM se utilizó para probar la hipótesis examinando las posibles relaciones directas e indirectas entre los factores del modelo conceptual propuesto utilizando el programa AMOS (IBM, Armonk, NY, EE.UU.). Para realizar los análisis, se siguió el proceso propuesto por Anderson y Gerbing (1988). Para medir el ajuste del modelo, este estudio evaluó el modelo mediante los estadísticos chi-cuadrado, ratio chi-cuadrado y grados de libertad (χ^2/gl), índice de ajuste comparativo (CFI), índice de bondad ajuste (GFI), índice de ajuste incremental (IFI), índice de Tucker-Lewis, error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) y residuo cuadrático medio

(RMR). El χ^2/df se situó por debajo del valor mínimo aceptable de 3,0 (Kline, 2005). Valores de GFI, TLI e IFI superiores a 0,90 (Kline, 2005; Tanaka & Huba, 1989), valores de CFI superiores a 0,95 (Hu & Bentler, 1999), y valores de RMSEA inferiores a 0,08 indicarían un ajuste aceptable del modelo (Browne & Cudeck, 1993).

Posteriormente, se realizó un análisis de cluster para identificar posibles grupos de voluntarios deportivos, tomando como variable dependiente los ítems de intención de permanencia. Para la optimización de los resultados, las soluciones cluster se obtuvieron por medio de análisis jerárquico y no jerárquico de forma combinada. Los análisis de conglomerados se realizaron siguiendo las directrices propuestas por Romesburg (1984). Primero se realizó el cluster jerárquico utilizando el método de Ward por medio de la medida de similitud de distancia euclidiana al cuadrado. Posteriormente, atendiendo a las posibles soluciones se realizó el cluster no jerárquico por medio de K medias considerando los centroides de las soluciones del cluster anterior. El tamaño del efecto se estimó siguiendo las recomendaciones de Domínguez-Lara (2018). El nivel de significación se estableció en un valor de $p \leq 0,05$.

8.3. Resultados

La Tabla 21 muestra las estimaciones de las relaciones planteadas en el modelo. En primer lugar, se analizó el grado de dependencia lineal de los constructos obteniendo como resultados una inflación de la varianza entre 1,72 y 3,14, indicativo que la colinealidad no suponía un problema en el modelo de evaluación (Gujarati & Porter, 2009). El modelo general presentó un ajuste general razonable, estando todos los índices dentro de un rango aceptable ($\chi^2(6) = 13,29$; $\chi^2/df = 2,21$; RMSEA = 0,08; RMR = 0,04; CFI = 0,99; IFI = 0,99; GFI = 0,98) acorde a los índices recomendables (Hu & Bentler, 1999; Kline, 2005). Los valores de R^2 fueron todos superiores a 0,30, lo que indica una precisión predictiva moderadamente aceptable (Hesenler et al., 2009).

Los resultados obtenidos en el modelo permiten apoyar parcialmente las hipótesis planteadas. Analizando la influencia de los factores de motivación sobre el compromiso, existieron efectos positivos y significativos del factor *Valores* ($\beta = 0,20$, $p < 0,01$), *Comprensión* ($\beta = 0,19$; $p = 0,012$), y *Social* ($\beta = 0,27$; $p < 0,001$), confirmándose H2: Valores - Compromiso, H4: Comprensión – Compromiso y H5: Social - Compromiso. Por el contrario, los otros factores motivacionales apenas tuvieron influencia tuvieron una menor influencia siendo no significativa, rechazando H1: Carrera - Compromiso, H3: Mejora

– Compromiso, H6: Protección - Compromiso. Respecto a los efectos de los factores motivacionales sobre la satisfacción, únicamente *Comprensión* tuvo un efecto positivo y significativo ($\beta = 0,26$; $p < 0,001$) confirmando H10: Comprensión - Satisfacción. Sin embargo, los otros cinco factores motivacionales apenas tuvieron influencia sobre la satisfacción, no confirmando H7: Carrera - Satisfacción, H8: Valores - Satisfacción, H9: Mejora - Satisfacción, H11: Social - Satisfacción, H12: Protección - Satisfacción. Finalmente, las otras hipótesis planteadas (H13: Compromiso - Satisfacción, H14: Compromiso – Intenciones de permanencia, H15: Satisfacción – Intenciones de permanencia) entre los factores de Compromiso, Satisfacción e Intenciones de permanencia también fueron confirmadas a nivel significativo. El Compromiso tuvo una influencia positiva sobre la Satisfacción ($\beta = 0,44$; $p < 0,001$) y las Intenciones de Permanencia ($\beta = 0,25$; $p < 0,01$), y de la Satisfacción sobre las Intenciones de permanencia ($\beta = 0,34$; $p < 0,001$).

Tabla 20. Estimaciones de las relaciones del modelo.

Relación	Estimación	E.E.	R.C.	Sig.	Hipótesis
H1: Motivo Carrera-Compromiso	0,06	0,06	0,88	0,379	No aceptada
H2: Motivo Valores-Compromiso	0,20	0,08	3,12	0,002**	Aceptada
H3: Motivo Mejora-Compromiso	0,13	0,07	1,50	0,133	No aceptada
H4: Motivo Comprensión-Compromiso	0,19	0,08	2,53	0,012*	Aceptada
H5: Motivo Social-Compromiso	0,27	0,07	4,21	0,001***	Aceptada
H6: Motivo Protección-Compromiso	0,10	0,06	1,40	0,163	No aceptada
H7: Motivo Carrera-Satisfacción	0,02	0,04	0,38	0,707	No aceptada
H8: Motivo Valores-Satisfacción	0,06	0,06	1,01	0,313	No aceptada
H9: Motivo Mejora- Satisfacción	0,13	0,05	1,78	0,075	No aceptada
H10: Motivo Comprensión- Satisfacción	0,26	0,06	3,92	0,001***	Aceptada
H11: Motivo Social-Satisfacción	0,09	0,05	1,46	0,145	No aceptada
H12: Motivo Protección-Satisfacción	-0,04	0,04	-0,62	0,535	No aceptada
H13: Compromiso-Satisfacción	0,44	0,05	6,89	0,001***	Aceptada
H14: Compromiso-Intención permanencia	0,25	0,30	2,73	0,006**	Aceptada
H15: Satisfacción-Intención permanencia	0,34	0,36	3,71	0,001***	Aceptada

Nota: + $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$; E.E.: Error estándar; R.C.: radio crítico; Sig.: Significación

8.4.1. Identificación de grupos

La identificación de los grupos a través de los análisis cluster hierático y no hierático (Tabla 22) mostró que la solución que mejor ajustaba era la de tres soluciones cluster considerando los ítems relacionados con la Intención de permanencia. El primer grupo más numeroso fueron los voluntarios con “*Altas intenciones*” representando un 61,6% del total

de la muestra, obteniendo en general altas puntuaciones en todos los factores analizados. Los factores motivacionales más destacados fueron *Valores* y *Comprensión* con puntuaciones superiores a seis puntos. Las puntuaciones de Compromiso y Satisfacción fueron moderadamente altas y la Intención de permanencia tuvo valores muy altos.

El segundo grupo denominado “*Moderadas intenciones*” estuvo compuesto por un 22,1% de la muestra, teniendo un perfil motivacional similar al primer grupo “*Altas intenciones*” aunque las puntuaciones fueron inferiores en todas las variables. El grado de compromiso, la satisfacción y la Intención de permanencia mostraron puntuaciones superiores a cinco puntos, siendo la más valorada la Satisfacción ($M = 5,26 \pm 0,7$).

El último grupo “*Bajas intenciones*” fue el menos numeroso de los tres (16,3%) teniendo también como factores motivacionales más destacadas con puntuaciones ligeramente inferiores a cinco puntos en *Valores* y *Entendimiento*. El Compromiso y Satisfacción también tuvieron puntuaciones superiores a cuatro puntos, destacando esta última con $4,50 \pm 1,2$ puntos. La Intención de permanencia fue la variable con peor puntuación con un valor de $3,39 \pm 0,9$ puntos.

Tabla 21. Descriptivos de las variables según grupo cluster.

Variables	Altas intenciones	Moderadas intenciones	Bajas intenciones
	(n = 117) M(DT)	(n = 42) M(DT)	(n = 31) M(DT)
Motivo –Valores** ($F=20,18(2)$; $p \leq 0,001$; $\eta^2=0,178$)	6,10(0,9)	5,83(0,8)	4,91(1,2)
Motivo – Comprensión** ($F=20,93(2)$; $p \leq 0,001$; $\eta^2=0,173$)	6,07(1,1)	5,61(1,1)	4,61(1,4)
Motivo -Social*‡ ($F=20,13(2)$; $p \leq 0,001$; $\eta^2=0,177$)	5,24(1,1)	4,29(1,1)	4,04(1,2)
Motivo - Carrera*‡ ($F=8,90(2)$; $p \leq 0,001$; $\eta^2=0,087$)	5,38(1,6)	4,56(1,7)	4,23(1,4)
Motivo -Protección*‡ ($F=9,16(2)$; $p \leq 0,001$; $\eta^2=0,089$)	4,67(1,7)	3,67(1,6)	3,58(1,3)
Motivo -Mejora *‡ ($F=15,56(2)$; $p \leq 0,001$; $\eta^2=0,143$)	5,27(1,4)	4,24(1,5)	3,98(1,3)
Compromiso**‡ ($F=22,87(2)$; $p \leq 0,001$; $\eta^2=0,196$)	5,60(1,2)	5,06(1,0=)	4,06(1,2)
Satisfacción**‡ ($F=26,24(2)$; $p \leq 0,001$; $\eta^2=0,219$)	5,80(0,9)	5,26(0,7)	4,50(1,2)
Intenciones de permanencia*** ($F=400,65(2)$; $p \leq 0,001$; $\eta^2=0,811$)	6,61(0,5)	5,12(0,6)	3,39(0,9)

Nota: *: Diferencias entre Grupo 1 y Grupo 3; †: Diferencias entre Grupo 2 y Grupo 3; ‡: Diferencias entre Grupo 1 y Grupo 2, η^2 : eta cuadrado; entre $\eta^2 < 0,01$ efecto trivial, entre $0,01 < \eta^2 < 0,06$ efecto pequeño, entre $0,06 < \eta^2 < 0,14$ efecto moderado, y $\eta^2 > 0,14$ efecto significativo.

Todas las variables mostraron diferencias estadísticamente significativas entre clusters ($p < 0,05$), los factores motivacionales de *Valores* y *Comprensión* existieron diferencias entre los Grupos “*Altas intenciones*” y “*Moderadas intenciones*” con el Grupo “*Bajas intenciones*”. El resto de factores motivacionales tuvieron diferencias estadísticamente significativas entre el Grupo “*Altas intenciones*” respecto a los otros dos grupos. El Compromiso, la Satisfacción y la Intención de permanencia mostró la existencia de diferencias entre todos los grupos. El tamaño del efecto mostró un efecto significativo en todos los factores ($\eta^2 > 0,14$), excepto los factores motivacionales *Carrera* y *Protección* que tuvieron un efecto moderado ($0,06 < \eta^2 < 0,14$).

Tabla 22. Perfil sociodemográfico según grupo cluster.

Variables	Altas intenciones	Moderadas intenciones	Bajas intenciones
	(n=117)	(n=42)	(n=31)
	M(DT)	M(DT)	M(DT)
Edad ($F=0,658(2)$; $p=0,519$; $\eta^2=0,007$)	26,50(11,5)	27,28(11,4)	24,39(7,8)
Tiempo experiencia previa ($F=2,041(2)$; $p=0,133$; $\eta^2=0,021$)	3,03(4,1)	2,33(2,1)	1,73(1,6)
	N(%)	N(%)	N(%)
Género* ($\chi^2=2,51(2)$; $p=0,284$; $V=0,115$)			
Hombre	46(39,3)	21(50,0)	10(32,3)
Mujer	71(60,7)	21(50,0)	21(67,7)
Residencia* ($\chi^2=9,7(6)$; $p=0,130$; $V=0,161$)			
Comarca Murcia	42(35,9)	14(33,3)	13(41,9)
Comarca Cartagena	34(29,1)	9(21,4)	3(9,7)
Comarca Mar Menor	25(21,3)	12(28,6)	13(41,9)
Otra comarca	16(13,7)	7(16,7)	2(6,5)
Nivel educativo* ($\chi^2=0,78(4)$; $p=0,941$; $V=0,045$)			
Estudios básicos	4(3,4)	2(4,8)	2(6,5)
Bachillerato/Formación Profesional	69(59,0)	23(54,8)	17(54,8)
Estudios universitarios o posgrado	44(37,6)	17(40,4)	12(38,7)
Ocupación ($\chi^2=7,07(6)$; $p=0,314$; $V=0,136$)			
Empleado	27(23,1)	8(19,0)	3(9,7)
Desempleado	22(18,8)	8(19,0)	3(9,7)
Estudiante	66(56,4)	26(62,0)	25(80,6)
Jubilado / Pensionista	2(1,7)	-	-
Pertenencia club o asociación ($\chi^2=0,43(2)$; $p=0,807$; $V=0,048$)			
No	84(71,8)	30(71,4)	24(77,4)
Sí	33(28,2)	12(28,6)	7(22,6)
Experiencia previa voluntariado ($\chi^2=0,08(2)$; $p=0,961$; $V=0,021$)			
No	18(15,4)	7(16,7)	5(17,2)
Sí	99(84,6)	35(83,3)	24(82,8)

Nota: η^2 : eta al cuadrado; entre $\eta^2 < 0,01$ efecto trivial, entre $0,01 < \eta^2 < 0,06$ efecto pequeño, entre $0,06 < \eta^2 < 0,14$ efecto medio, y $\eta^2 > 0,14$ efecto significativo. V: V de Cramer; $V < 0,10$: efecto irrelevante, entre $0,10 < V < 0,30$: efecto pequeño, entre $0,30 < V < 0,50$: efecto moderado, y $V > 0,50$ efecto grande.

8.4.2. Perfil sociodemográfico de los grupos.

El perfil sociodemográfico de cada grupo cluster aparece en la Tabla 23. El Grupo 1 “*Altas intenciones*” estuvo formado principalmente por mujeres con una edad media de $26,50 \pm 11,5$ años, siendo los que mayor experiencia previa en voluntariado tenían $3,3 \pm 4,1$ años. La mayoría pertenecía a la comarca de Murcia y tenían una formación de Bachillerato y/o formación profesional y más de la mitad de los voluntarios era estudiante. Un 71,8% no pertenecía a un club y/o asociación y el 84,6% ya tenía experiencia previa en voluntariado. Respecto al Grupo 2 “*Moderadas intenciones*” hubo una igualdad en el género de los voluntarios, siendo los que mayor edad tenían con $27,28 \pm 11,4$ años y un tiempo de experiencia previa en voluntariado de $2,33 \pm 2,1$ años. Un tercio de los voluntarios residía en la comarca de Murcia, un 54,8% tenía Bachillerato y/o formación profesional y el 62,0% era estudiante. Un 71,4% no pertenecía a un club y/o asociación y el 83,3% tenía experiencia previa.

Finalmente, el Grupo 3 “*Bajas intenciones*” estuvo formado en dos tercios por mujeres con una edad media de $24,39 \pm 7,8$ años y una experiencia en voluntariado de $1,73 \pm 1,6$ años. La mayoría de voluntarios residía en la comarca de Murcia o del Mar Menor, ambos con un 41,9%, tenían estudios de Bachillerato y/o formación profesional y era estudiante. La gran mayoría no pertenecía a ningún club y/o asociación y contaban con experiencia previa en voluntariado. Ninguna variable tuvo diferencias estadísticamente significativas ($p > 0,05$), aunque las variables de tiempo experiencia previa en voluntariado, el lugar de residencia y la ocupación presentaron un ligero efecto en las diferencias de puntuación entre grupos.

8.5. Discusión

El objetivo de este estudio fue determinar los factores influyentes en la intención de permanencia del voluntariado participante en un evento deportivo local, además de analizar el perfil del voluntario acorde a sus intenciones futuras de permanencia. El modelo de relaciones planteado tuvo un ajuste adecuado con todos los índices de ajuste analizados dentro de los rangos considerados óptimos para este tipo de modelo (Hu & Bentler, 1999; Kline, 2005). En el ámbito de voluntariado deportivo pocos estudios relacionados con la motivación del voluntariado pocos estudios existen que hayan utilizado Modelos de Ecuaciones Estructurales o SEM (Ahn, 2018; Bang et al., 2019; Kim et al., 2019b; Vetitnev

et al., 2018), aunque no utilizando los cuatro constructos analizados en conjunto (motivación, compromiso, satisfacción, e intenciones de permanencia). Los resultados más relevantes es la posible influencia entre los constructos analizados, ya que, de las 15 hipótesis planteadas inicialmente, los resultados han mostrado que las hipótesis soportadas fueron H2: Valores-Compromiso, H4: Comprensión-Compromiso, H5: Social-Compromiso, H10: Comprensión-Satisfacción, H13: Compromiso-Satisfacción, H14: Compromiso-Intenciones de permanencia y H15: Satisfacción-Intenciones de permanencia.

Respecto a la relación entre los factores motivacionales con el compromiso, solo tuvieron influencia los motivos de *Valores*, *Social* y *Conocimiento*. Por tanto, el voluntariado deportivo prioriza más su labor considerando aportar algo al evento, establecer nuevas conexiones sociales o aprender nuevas cosas teniendo nuevas experiencias. Estos resultados fueron similares a los obtenidos por Bang et al. (2009b), quienes encontraron que los factores motivacionales *Contactos interpersonales* y *Crecimiento personal* también influyeron sobre el Compromiso, además del *Amor al deporte*. Hallmann et al. (2020) también evidenciaron la influencia de la *Expresión de valores* y *Crecimiento personal* sobre el Compromiso en eventos en Alemania. Otros estudios previos que han analizado la posible influencia entre estos constructos muestran que la motivación general influía sobre el Compromiso (Allen & Bartle, 2014; Han et al., 2013). Sharififar et al. (2011) encontraron que los motivos de *Protección* y *Propósito* tenían efecto sobre el Compromiso y Mykletun y Himanen (2016) la conexión con el deporte.

El motivo *Comprensión* fue el único factor que tuvo un efecto positivo y significativo sobre la Satisfacción del voluntariado, pudiendo ser debido a que los voluntarios obtuvieron un gran enriquecimiento a nivel de experiencias y adquisición de conocimientos. La posible influencia de la motivación sobre la satisfacción ha sido bastante estudiada encontrando influencias positivas en la mayoría de estudios. Por ejemplo, Pierce et al. (2014) encontraron que los motivos *Carrera*, *Social* y *Amor al Deporte* si tenían efecto significativo sobre la Satisfacción. Otros estudios también encontraron que los motivos de *Expresión de Valores*, *Orientación Profesional* y *Amor al Deporte* también tuvieron un efecto positivo y significativo sobre la Satisfacción (Bang et al., 2019; Bang & Ross, 2009). Por su parte, Vetitnev et al. (2018) observaron que además de la *Expresión de Valores* y *Orientación profesional*, las *Recompensas extrínsecas* tenían también influencia sobre la Satisfacción del voluntariado, mientras el motivo *Compromiso* y *Tradiciones* tuvieron una influencia negativa y significativa. Kim et al. (2019e) y Güntert et al. (2015) hallaron que todos los factores motivacionales influenciaron positiva y significativamente a la Satisfacción.

En último lugar, no aparecen estudios que hayan analizado directamente la posible influencia del Compromiso organizacional sobre la Satisfacción como se ha demostrado en este estudio. En este sentido, un voluntario que siente un gran compromiso hacia el evento mostrará una mayor satisfacción con la experiencia y la labor voluntaria realizada. Sin embargo, si ha sido demostrado previamente en el contexto de voluntariado deportivo la influencia que tiene la satisfacción sobre el compromiso de los voluntarios (Bang et al., 2014; Hyde et al., 2016).

Este estudio también encontró que el Compromiso tuvo un efecto positivo y significativo sobre la Intención de permanencia del voluntario. En esta línea Bang et al. (2009b) o Mykletun y Himanen (2016) observaron una influencia significativa del compromiso sobre las intenciones futuras del voluntariado. Por último, la relación entre Satisfacción e Intenciones futuras si ha sido estudiada más ampliamente dentro del voluntariado deportivo, obteniendo en todos los casos influencias directas y significativas (Bang et al., 2019; Güntert et al., 2015; Kim et al., 2019e; Vetitnev et al., 2018).

El análisis cluster identificó la existencia de tres grupos de voluntarios deportivos, denominados “*Altas intenciones*”, “*Moderadas intenciones*” y “*Bajas intenciones*”, atendiendo a su Intención de permanencia como voluntario. La distribución de clusters mostró que el primer grupo fue el más numeroso y obtuvo unas puntuaciones muy elevadas en su intención de permanecer como voluntarios en los tres puntos temporales marcados (seis meses, un año, dos años). El grupo “*Moderadas intenciones*” obtuvo altas puntuaciones en la intención de ser voluntario en los próximos seis meses y fue reduciendo su intención conforme aumentaba el periodo temporal.

Por el contrario, el último grupo y menos numeroso tuvo valores bajos en su intención de permanencia a corto plazo y aumentando la intención de seguir siendo voluntario a largo plazo. Los perfiles motivaciones de cada grupo fueron muy similares destacando los factores de *Valores* y *Comprensión* variando el grado de respuesta, teniendo mejor puntuación conforme se tiene menor intención de permanencia. Esta misma tendencia se observó con los otros factores de Compromiso y Satisfacción. Un aspecto a destacar es que el grupo de ‘*Bajas intenciones*’ al contrario que el grupo ‘*Moderadas intenciones*’ mostró unas bajas intenciones de permanecer a corto y medio plazo y unas altas intenciones de continuar siendo voluntario a largo plazo.

En los últimos años han aparecido mayor cantidad de estudios que segmentan al voluntariado. Por ejemplo, Alexander et al. (2015) identificó tres grupos diferentes según

perfil motivacional en los que destacaban con diferencias en las puntuaciones los motivos de *Valores* y *Olimpismo*. Otros estudios también identificaron tres clusters siendo los motivos mejor puntuados por todos los grupos la *Solidaridad* y *Propósito* (Angosto et al., 2021; Lockstone-Binney et al., 2015). En cambio, Kim et al. (2018) o Schlesinger y Gubler (2016) identificaron cuatro grupos con una mayor heterogeneidad en el perfil de todos los grupos. Estos autores identificaron grupos muy enfocados a lo *Material*, otros a la parte *Social* y la *Orientación profesional*. En cuanto a las variables Compromiso y Satisfacción variaron siendo mayor puntuación conforme mayor era la intención de permanencia. Lockstone-Binney et al. (2015) también estimaron la intención futura del voluntario, teniendo como resultado que en general, los tres grupos puntuaron mayor la intención de repetir la experiencia en el propio evento. Sin embargo, tuvieron puntuaciones moderadas en la intención de involucrarse en otro tipo de voluntarios o eventos diferentes.

Por último, el perfil sociodemográfico de los diferentes grupos fue muy similar, siendo una mayor proporción mujeres con una edad media comprendida entre 24 y 27 años, residente en la comarca de Murcia, estudiante, con bachillerato o formación profesional y experiencia previa en voluntariado. Alexander et al. (2015) también tuvieron una mayor proporción de mujeres en todos sus grupos con una amplia mayoría tenía experiencia previa, pero la edad de los grupos estaba comprendida entre los 45 y 65 años y la mayoría eran trabajadores. Por su parte, Angosto et al. (2021) también tuvo una mayoría de mujeres en todos los grupos con una edad entre los 20 y 22 años, sin embargo, un mayor porcentaje de los voluntarios universitarios no tenían experiencia previa. Al contrario que estos resultados, otros estudios han tenido en la mayor parte de sus grupos una mayoría de varones, trabajadores, con una edad mayor de 40 años y experiencia previa (Lockstone-Binney et al., 2015; Schlesinger & Gubler, 2016). En último lugar, Kim et al. (2018) obtuvo que en todos los grupos hubo un mayor porcentaje de hombres en todos los grupos siendo mayores de 45 años y jubilados o pensionistas en tres grupos, excepto uno que la edad media era menor de 30 años y los voluntarios estaban desempleados.

8.5.1. Limitaciones y propuestas de futuro

El estudio presenta una serie de limitaciones que deben ser tenidas en cuenta para futuros estudios. En primer lugar, el tipo de muestreo utilizado por conveniencia impide la generalización de los resultados al voluntariado asociado al evento deportivo. En segundo lugar, el tipo de muestreo que engloba el evento deportivo, realizando el reclutamiento a

través de los servicios de voluntariado de las universidades del entorno. Esto podría distorsionar en cierta medida la segmentación del voluntariado y que una mayoría fueran mujeres y estudiantes. Una tercera limitación podría ser la distribución desigual de los tres grupos obtenidos. Por último, otra limitación puede encontrarse en la propia elección del instrumento de medida ya que el VFI puede infravalorar otras motivaciones como puede ser el *Amor al deporte* o *Recompensas extrínsecas* que podrían presentar una gran influencia a la hora de tomar la decisión de ser voluntario o no.

Futuros estudios deben contemplar también la realización de estudios de corte cualitativo entrevistando a diferentes voluntarios que permitan profundizar en las verdaderas razones de su participación y compararlos con los datos cuantitativos. Igualmente sería conveniente analizar el voluntariado deportivo episódico que puede ocurrir en eventos deportivos con el permanente presente en clubes deportivos y observar las diferencias. En último lugar, sería interesante la realización de estudios longitudinales que permitan analizar el comportamiento real del voluntario en su intención de permanencia, así como la posible variación de su perfil motivacional y niveles de compromiso o satisfacción.

8.6. Conclusiones

Los principales hallazgos del estudio revelan que la intención de permanencia está influenciada por el Compromiso organizacional y la Satisfacciones, las cuales tienen un efecto positivo y significativo. A su vez, los motivos *Valores*, *Comprensión* y *Social* también tienen efecto positivo y significativo sobre el Compromiso, mientras este último y el motivo *Comprensión* influyen a la Satisfacción.

Respecto a la segmentación del voluntariado, se identificaron tres grupos atendiendo a la Intención de permanencia de los voluntarios, encontrándose diferencias estadísticamente significativas en todos los factores motivacionales, el Compromiso y la Satisfacción. Aunque los perfiles fueron similares variando el grado de puntuación según el nivel de Intención de permanencia. El perfil sociodemográfico de los tres grupos cluster fue similar siendo los voluntarios principalmente mujeres con una edad comprendida entre 24 y 27 años, de la comarca de Murcia, con bachillerato y/o formación profesional, estudiantes y con experiencia previa en voluntariado.

En base a estos hallazgos, algunas implicaciones que conlleva este estudio es la necesidad de profundizar en la motivación del voluntariado deportivo considerando su

grado de identificación con el deporte. Además, al tratarse de voluntariado mayoritariamente formado por estudiantes universitarios, la mayoría de las universidades suelen tener algún tipo de reconocimiento o recompensa para el estudiante que es necesario analizar. Por otro lado, como se observa en este estudio pone en relevancia la importancia que tienen las universidades como foco de captación y reclutamiento de voluntariado por la gran contribución que aportan a la sociedad.

9. ESTUDIO 5

9. ESTUDIO 5. MODELO TEÓRICO PARA LA EVALUACIÓN DE LAS INTENCIONES FUTURAS DE PERMANENCIA DEL VOLUNTARIADO EN EVENTOS DEPORTIVOS

9.1. Resumen

El objetivo de este estudio fue proponer un modelo teórico conceptual que permita evaluar la intención futura de permanencia del voluntariado en eventos deportivos. La nueva situación de pandemia y la reducción de medidas que promueven la vuelta de eventos deportivos genera nuevas incógnitas y perspectivas que deben ser tenidas en cuenta en esta situación para un desarrollo seguro del voluntariado deportivo. En base a la literatura científica y considerando la Teoría del Intercambio Social, este estudio propone un modelo que incluye la evaluación de la intención de permanencia del voluntariado en eventos deportivos atendiendo a otros factores como la Motivación, Satisfacción, Compromiso, Patrimonio de marca, Empoderamiento psicológico e Intenciones futuras de comportamiento. Esta propuesta de modelo teórico es novedosa al poner en relieve la importancia de la posible influencia del patrimonio de marca en el compromiso y satisfacción y el empoderamiento en las intenciones futuras del voluntario. Los resultados permitirán conocer en mayor profundidad los factores que promueven al individuo a ser voluntario y que influirán en su permanencia en el tiempo. En conclusión, este modelo permitirá tener un mejor conocimiento del voluntariado mejorando los procesos de reclutamiento y retención de las organizaciones deportivas.

Palabras clave: evento deportivo, motivación, satisfacción, empoderamiento, intenciones futuras, permanencia.

9.2. Introducción

El deporte es utilizado por las organizaciones como una herramienta para abordar retos socio-económicos y medioambientales a nivel mundial (Kohe & Collison, 2019), siendo el voluntariado deportivo el mecanismo para abordar esos retos (Koutrou & Kohe, 2021). Sin embargo, la pandemia por COVID-19 obligó a la cancelación de cualquier actividad de ocio, incluyendo una actividad muy ligada como es el voluntariado tradicional (Lachance, 2021). También ha supuesto la cancelación o aplazamiento de los eventos deportivos más importantes desde escala internacional a local (Duarte-Muñoz & Meyer, 2020). Aunque ya existen precedentes de eventos deportivos que se han desarrollado durante brotes víricos en la región como el caso de los Juegos Olímpicos de Rio 2016 con el virus Zika (Parnell et al., 2020).

Actualmente los eventos deportivos se encuentran volviendo a la normalidad tras la suspensión o cancelación de los mismos derivados de la pandemia COVID-19 (Parnell et al., 2020), volviendo a incrementarse la demanda que existía antes de esta situación excepcional (Holmes & Smith, 2009). La necesidad de voluntariado estará determinada por el tamaño y escala del evento (Kemp, 2002). El voluntariado representa el mayor porcentaje de personal en un evento deportivo por lo que la gestión de su seguridad es muy importante para el correcto funcionamiento del evento (Boyle & Haggerty, 2012). El cuidado del personal voluntario es una necesidad básica de la organización ya que cualquier evento a todos los niveles depende de este grupo para tener éxito (Hoye et al., 2019). La organización de eventos deportivos es una tarea compleja ya que involucra a diferentes grupos de interés (Frawley, 2015). Por tanto, en pandemia sanitaria, la organización debe estar preparada para mitigar los posibles riesgos derivados de la misma (Parent & Smith-Swan, 2019).

Los investigadores sociales pueden desempeñar un papel esencial para comprender los impactos sociales de la pandemia COVID-19 en el deporte (Evans et al., 2020). Es importante destacar que la acción voluntaria es aquella tarea que se realiza más allá del compromiso cívico del individuo independiente de cualquier relación de amistad o vecindad, sin tener en cuenta ayudas puntuales o espontáneas (Fresno & Tsolakis, 2012). A su vez, el voluntariado puede ser definido como aquella prestación de ayuda de forma libre y no remunerada que se realiza a una organización por parte de un individuo (Clary & Snyder, 1999), pudieron ser esta prestación de ayuda en forma de tiempo, habilidades o recursos (Howes, 2016). Diversos estudios han identificado el valor socioeconómico y

cultural del voluntariado como parte fundamental para el funcionamiento del sector de deportivo de forma eficaz y sostenible (Downward et al., 2014; Evans et al., 2020; Wicker & Downward, 2019). De igual manera, también contribuye al desarrollo profesional y personal positivo, a la movilidad y capital, la inclusión social con una mejora cívica y la propia cohesión de la comunidad (Koutrou & Downward, 2016; Parnell et al., 2019).

De este modo, la labor voluntaria suele generar diferentes beneficios sociales y económicos, aunque estos beneficios son difíciles de medir y evaluar dado el carácter intangible del voluntariado (Independent Sector, 2018). Volunteering Australia (2017) expone que la participación cívica del individuo permite la creación de redes puente que producen prácticas sociales positivas que fortalecen la comunidad. Ralston et al. (2005) indican que la contribución del voluntariado incrementa la satisfacción del individuo y da soporte a la comunidad en la celebración de eventos deportivos. En esta línea, los voluntarios deportivos tienen mayor satisfacción y felicidad, así como mejor salud que los voluntarios generales (Fujiwara et al., 2018).

Respecto a los beneficios económicos, algunas fuentes estiman el valor del tiempo de dedicación del voluntariado deportivo, el cual se ha incrementado en los últimos años pasando 14,56 dólares por hora en 1998 a 24,69 dólares por hora en 2017 (Independent Sector, 2018). Volunteering Australia (2017) reporta que la contribución del voluntariado se estimó en 477,5 millones de dólares a través de la dedicación de la población con más de 12,3 millones de horas en 2017. Otros datos exponen que el valor del voluntariado en Estados Unidos en 2018 fue de 167 billones de dólares realizándose un total de 6,9 billones de horas (AmeriCorps, 2018), o los 2,07 billones de horas que realizó la población canadiense en 2012 (Vezina & Crompton, 2012).

La participación en voluntariado deportivo varía según la tradición cultural y localización del país, siendo los países anglosajones aquellos que tienen una mayor tradición y participación en general. La Comisión Europea estima que el voluntariado deportivo de la población representó de un 6% del total de la población europea en 2017 (European Commission, 2018). Farr y Green (2018) indicaron que el voluntariado que abarcaba el deporte, hobbies, cultura y artes en Estados Unidos representa un 3,9% del total del voluntariado. En Reino Unido, el voluntariado deportivo se incrementó del año 2015 con un 15% al año 2019 que llevó a representar un 20,7% (Reid & Findlay-King, 2018; Statista, 2021).

En algunos países el voluntariado deportivo es el más representativo de los diferentes tipos, por ejemplo, en Canadá representaba un 19% en 2012, en Nueva Zelanda un 20% en el año 2015, o en Australia el 37% durante el año 2015 (Reid & Findlay-King, 2018; Vezina & Crompton, 2012; Wright & Kobayashi, 2018). Sin embargo, en España, los datos indican que el voluntariado deportivo tiene una baja representación, ya que era del 7% en el año 2015 y se redujo a un 6,3% en el año 2019 (Llopis-Roig & García-Alcober, 2018; Observatorio del voluntariado, 2020). El objetivo de este estudio es proponer un modelo de evaluación de la motivación, compromiso, satisfacción, patrimonio de marca, empoderamiento e intenciones futuras del voluntariado en eventos deportivos internacionales y/o locales.

9.3. Modelo teórico

Esta propuesta metodológica se basa en la Teoría del Intercambio Social (TIS) ya que esta teoría permite contextualizar y explicar el mecanismo por el que los individuos generan sus percepciones sobre el voluntariado en eventos deportivos (Bang et al., 2009b). La TIS permite identificar el desarrollo y continuación que se produce en el establecimiento de relaciones y el comportamiento interpersonal del individuo durante las mismas en base a la comparación de las recompensas percibidas y los costes que suponen dicho intercambio (Homans, 1958).

Thibault y Kelley (1959) exponen que cuando el individuo toma la decisión de establecer la relación analiza el contexto de intercambio social intentando maximizar las recompensas minimizando los costes y, así, decidir si se desarrolla dicha relación social con la organización u otro individuo. Por tanto, el intercambio social puede considerarse como una “actividad conjunta de dos o más partes en la que cada una de ellas tiene algo de valor para los demás” (Lawler, 2001).

Finalmente, la TIS también proporciona una explicación sobre la intención de los individuos de establecer relaciones de intercambio social con otros en un evento y de continuar con un comportamiento voluntario (Bang et al., 2009b). Lin (2018) considera que la manifestación de una determinada intención se basa en la consideración del esfuerzo percibido invertido en el voluntariado y la recompensa que el individuo espera recibir de dicha experiencia.

9.4. Fundamentación teórica

9.4.1. Experiencia del voluntariado

La investigación sobre la experiencia del voluntariado en eventos deportivos muestra diferentes estudios que han relacionado la experiencia con otros constructos de forma aislada como la motivación, el compromiso, la satisfacción o las intenciones futuras de forma aislada (Lachance & Parent, 2020). Por tanto, actualmente existe una información fragmentada de la experiencia del voluntariado con el resto de constructos, aunque en los últimos años están surgiendo estudios que los interrelacionan entre sí (Bakhsh et al., 2021; Lachance et al., 2021; Lachance & Parent, 2020, 2021).

Algunas revisiones de la literatura despejan un poco el estado de conocimiento de la experiencia del voluntariado en los estudios individuales con otros constructos (Wicker, 2017). Entre los constructos mencionados anteriormente parece ser que la motivación ha recibido una mayor atención (Kim & Cuskelly, 2017) y en menor medida con el compromiso (Bang et al., 2009), la satisfacción (Downward & Ralston, 2006; Farrell et al., 1998) o intenciones futuras (MacLean & Hamm, 2007).

La experiencia laboral (asociada a la labor del voluntariado) proviene de los campos de la psicología y la filosofía, entendiéndose como aquellos “eventos que ocurren en la vida de un individuo y son percibidos por este” (Quiñones et al., 1995, p. 890). Estos mismos autores señalan que las experiencias suelen ser fluidas y quedan delimitadas a un contexto específico relacionado con el evento. Lachance y Parent (2020) consideran en su modelo propuesto que los constructos motivación, satisfacción y compromiso influye cada constructo sobre la experiencia en el voluntariado.

Una experiencia positiva del voluntariado con el evento permitirá a los gestores de eventos deportivos a alcanzar los objetivos marcados y mejorar el éxito y supervivencia del propio evento (Lachance et al., 2021). Por ejemplo, una experiencia negativa puede producir una falta de compromiso e incluso abandono (Lachance & Parent, 2021) o, por el contrario, contribuir con un mayor esfuerzo (Farrell et al., 1998). Doherty y Patil (2019) consideran ventajoso examinar la inspiración e intenciones del voluntariado en eventos deportivos entre los nuevos voluntarios y aquellos que repiten experiencia. Por ejemplo, dar un rol más cercano a la interacción con los deportistas a voluntarios noveles podrá

incrementar sus intenciones futuras de repetir la experiencia (Bakhsh et al., 2021). Diversos estudios han evaluado las posibles diferencias entre voluntarios que participaban en el evento por primera vez sobre aquellos con mayor experiencia evidenciando diferentes entre estos grupos de voluntarios (Bang et al., 2019; Doherty, 2009; Hallmann et al., 2020; Lachance et al., 2021; Sand et al., 2016).

Proposición 1: La Experiencia del voluntariado influye positivamente en el factor motivacional de *Orientación profesional*.

Proposición 2: La Experiencia del voluntariado influye positivamente en el factor motivacional de *Expresión de valores*.

Proposición 3: La Experiencia del voluntariado influye positivamente en el factor motivacional de *Crecimiento personal*.

Proposición 4: La Experiencia del voluntariado influye positivamente en el factor motivacional de *Participación en la comunidad*.

Proposición 5: La Experiencia del voluntariado influye positivamente en el factor motivacional de *Contactos interpersonales*.

Proposición 6: La Experiencia del voluntariado influye positivamente en el factor motivacional de *Recompensas extrínsecas*.

Proposición 7: La Experiencia del voluntariado influye positivamente en el factor motivacional de *Amor al deporte*.

9.4.2. Motivación

La motivación es uno de los principales constructos evaluados en voluntariado, especialmente en el sector deportivo. El ámbito de los eventos deportivos se ha observado un incremento de estudios que evalúan la motivación en los últimos años (véase Estudio 1). La motivación permite explicar la razón por la que las personas actúan de una forma u otra para alcanzar un objetivo (Certo, 1983). Clary et al. (1998) describen la motivación del voluntariado como aquellos impulsos, razones, propósitos o metas que mueven a las personas a iniciar, dirigir y sostener acciones voluntarias.

Estos mismos autores desarrollaron el 'Inventario Funcional el Voluntariado' (VFI) identificando seis motivos diferentes en el voluntariado general: *Valores, Profesional, Mejora, Social, Comprensión y Protección* (Clary et al., 1998). Aunque este instrumento fue

elaborado para voluntariado general, diferentes autores lo han utilizado en el contexto de eventos deportivos (Alexander et al., 2015; Güntert et al., 2015; Johnson et al., 2016, 2017; Kim et al., 2019b). Otra escala de voluntariado que surgió en el contexto de eventos especiales fue la propuesta por Farrell et al. (1998), 'Escala de Motivación de Voluntarios en Eventos Especiales' (SEVMS), identificando cuatro motivos: *Solidaridad*, *Propósito*, *Tradiciones externas* y *Compromiso*. Esta escala se ha usado en algunos estudios de voluntariado deportivo (Khoo et al., 2011; Khoo & Engelhorn, 2007, 2011; Lim & Mohamad, 2020; Reeser et al., 2005; Surujlal, 2010; Treuren, 2014). Además, diversos estudios han realizado adaptaciones del SEVMS (Angosto et al., 2021; Dickson et al., 2013, 2015, 2017, 2020; Strigas & Jackson Jr, 2003; Twynam et al., 2003).

Más específicamente relacionados con el voluntariado deportivo, surgieron la 'Escala de Motivación del Voluntariado Olímpico' (OVMS) propuesta por Giannoulakis et al. (2007). Sin embargo, dado que es una escala muy específica no ha sido muy utilizada (Giannoulakis et al., 2015; Rozmiarek et al., 2021). Una clara limitación de todas las escalas anteriores es la inexistencia de la evaluación de un motivo específico relacionado con el deporte, así Bang y Chelladurai (2009) desarrollaron la escala 'Escala de Motivación de los Voluntarios para los Eventos Deportivos Internacionales' (VMS-ISE) en la cual introdujeron el motivo '*Amor al deporte*' además de *Expresión de valores*, *Contactos interpersonales*, *Crecimiento personal*, *Orientación profesional*, *Patriotismo (Participación en la comunidad)* y *Recompensas externas*. Esta escala ha sido la más utilizada por los diferentes investigadores aplicándose en diferente tipología de eventos deportivos, desde mega eventos deportivos (Bang et al., 2009^a, 2009^b; Bang et al., 2019; Koutrou & Pappous, 2016; Pereira & Cavalcante, 2018) y eventos de menor escala (Bang et al., 2014; Cuskelly et al., 2021; Hallmann et al., 2018; Kim et al., 2018, 2020; Pereira et al., 2019; Vetitnev et al., 2018).

Diversos estudios han evidenciado la influencia de la motivación y sus factores sobre la satisfacción. Por ejemplo, algunos estudios evidencian una influencia positiva y significativa de la motivación general o intrínseca sobre la Satisfacción (Jiang et al., 2017; Koutrou, 2018; Wu et al., 2016). Más específicamente, en Juegos Olímpicos (JJOO), algunos estudios encontraron que la satisfacción estaba influenciada por motivos relacionados con la *Expresión de valores*, la *Orientación profesional* y el *Amor al deporte* (Bang et al., 2019; Kim et al., 2019b; Vetitnev et al., 2018). Además, Kim et al. (2019b) también obtuvieron que los motivos *Mejora*, *Comprensión* y *Social* también influyeron sobre la Satisfacción, mientras Vetitnev et al. (2018) también identificó el *Compromiso* y

Tradiciones y las *Recompensas extrínsecas* como factores que afectaban a la Satisfacción. Por su parte, Güntert et al. (2015) hallaron que los motivos influyentes en la Satisfacción fueron *Valores*, *Mejora*, *Comprensión* y *Entusiasmo* en Campeonato de Europa de fútbol. Johnson et al. (2017) evaluaron al voluntariado participante en eventos deportivos universitarios encontrando que los factores *Carrera*, *Comprensión*, *Mejora* y *Social* fueron aquello que influyeron significativamente sobre la Satisfacción.

Proposición 8: El factor motivacional *Orientación profesional* influye positivamente en la Satisfacción.

Proposición 9: El factor motivacional *Expresión de valores* influye positivamente en la Satisfacción.

Proposición 10: El factor motivacional *Crecimiento personal* influye positivamente en la Satisfacción.

Proposición 11: El factor motivacional *Participación en la comunidad* influye positivamente en la Satisfacción.

Proposición 12: El factor motivacional *Contactos interpersonales* influye positivamente en la Satisfacción.

Proposición 13: El factor motivacional *Recompensas extrínsecas* influye positivamente en la Satisfacción.

Proposición 14: El factor motivacional *Amor al deporte* influye positivamente en la Satisfacción.

9.4.3. Patrimonio de marca

El Patrimonio de marca (PM) es un concepto emergente en el ámbito del marketing, el cual sugiere que el atractivo para el consumidor de productos los servicios ofertados por organizaciones antiguas es el carácter histórico de sus marcas (Hudson, 2011). Esto convierte al PM es un motor importante para el marketing, aunque el PM no es un requisito previo, los profesionales de marketing pueden mejorar o crear dicho patrimonio (Balmer, 2013; Merchant & Rose, 2013; Urde et al., 2007).

El PM es el resultado de la interacción de dos tipos de experiencias (Mencarelli et al., 2020). Estas experiencias, por un lado, estén expuestas a los activos de la marca durante la experiencia y, por otro lado, la experiencia patrimonial implica ciertas

características específicas. Las experiencias en patrimonio son auténticas y reales (Grayson & Martinec, 2004), donde los lugares y objetos juegan un importante papel (Goulding, 2000). Durante la experiencia, los individuos son llevados a descubrir, aprender y extender su conocimiento, lo cual es una fuente de emoción y placer (Calver & Page, 2013).

Por tanto, el PM se describe como una categoría de marca diferente con su propio conjunto de criterios de evaluación, distinto a otros conceptos como la afiliación, la percepción y la actitud de marca, convirtiéndose en una corriente de investigación emergente solo considerada tácitamente en el sector del voluntariado (Mort et al., 2007; Wiedman et al., 2011). Así, el PM desempeña un papel fundamental en las organizaciones sin ánimo de lucro y afecta al éxito en la retención de voluntarios (Curran et al., 2016). En el PM se sugieren cinco elementos que denotan si existe dicho patrimonio: i) la importancia de la propia historia, ii) longevidad, iii) trayectoria, iv) uso de símbolos, y v) valores fundamentales (Urde et al., 2007).

Los valores organizativos inherentes deberían ser la fuerza motriz de las marcas exitosas del sector no lucrativo (Kylander & Stone, 2012; Lee, 2013). El análisis y gestión de la marca corporativa mediante el conocimiento de la imagen corporativa del consumidor es relevante (Rindell et al., 2015). Curran et al. (2016) evaluaron el PM de un grupo de scouts, encontrando que es un factor importante en el compromiso al estimular asociaciones emocionales positivas. El objetivo no es complacer la sensibilidad anticuaria, sino influir en el comportamiento futuro, o servir como un instrumento de definición existencial (Hudson, 2015). Un estudio ha encontrado que el patrimonio de marca tiene efecto sobre la satisfacción y el compromiso (Wiedmann et al., 2011).

Proposición 15: El Patrimonio de Marca influye positivamente en la Satisfacción.

Proposición 16: El Patrimonio de Marca influye positivamente en el Compromiso.

9.4.4. Satisfacción

La satisfacción es un constructo muy evaluado en el ámbito del voluntariado en eventos deportivos después de las intenciones futuras (Bang et al., 2019; Giannoulakis et al., 2015; Johnson et al., 2017; Koutrou, 2018; Mykletun & Himanen, 2016; Vetitnev et al., 2018, 2018). La satisfacción en el voluntariado puede ser evaluada desde diferentes perspectivas (ocio o laboral), siendo la satisfacción laboral el enfoque más adecuado a la

gestión del voluntariado deportivo (Kim et al., 2019c). Locke (1976) definió la satisfacción laboral como un:

"estado emocional placentero que resulta de la percepción del propio trabajo como algo que satisface o permite el cumplimiento de los valores laborales importantes de uno, siempre que dichos valores sean compatibles con las necesidades de uno" (p. 1304).

La satisfacción laboral está estrechamente vinculada a algunos factores como la experiencia y expectativas reales o la motivación (Farrell et al., 1998; Hoye & Cuskelly, 2009). Dentro de la literatura científica existen diferentes escalas para la evaluación de la satisfacción del voluntariado genérico y deportivo (Farrell et al., 1998; Galindo-Kuhn & Guzley, 2002; Vecina et al., 2009). Farrell et al. (1998) midieron la satisfacción de los voluntarios considerando tres factores: la satisfacción con la organización del evento, la experiencia de los voluntarios y las instalaciones del torneo. Por su parte, Galindo-Kuhn y Guzley (2002) examinaron a los voluntarios de una organización sin fines de lucro y elaboraron un instrumento para medir la satisfacción de los voluntarios denominado Índice de Satisfacción de los Voluntarios (VSI). Esta escala consta de cinco factores diferentes: i) apoyo organizativo, ii) asignación de tareas, iii) calidad de la comunicación, iv) eficacia de la participación, y v) integración de grupos.

Tanto el voluntariado general como el deportivo suele recibir recompensas que en la gran mayoría de casos son intangibles e intrínsecas, ya que los voluntarios pueden compartir diferentes fuentes de satisfacción que el personal trabajador, el cual recibe una remuneración por el desarrollo de sus tareas (Lin, 2018). Andrew et al. (2011) reportaron que una alta satisfacción en voluntarios deportivos en un campeonato de golf mostró menos predisposición a la rotación.

Elstad (1996) evaluó a los voluntarios participantes en los JJOO de Invierno de 1994, encontrando que la posibilidad de ampliar su red personal, formar parte de la atmósfera del evento y adquirir competencia laboral eran los determinantes más importantes que influían en la satisfacción. Pauline (2011) encontró que el nivel de satisfacción de los voluntarios aumentaba su disposición a quedarse en un evento de golf. Por su parte, Kodama et al. (2013) evaluaron la satisfacción del voluntariado según recibieran formación previa o no antes del evento, los resultados indicaron que una formación previa ayuda al éxito del evento y mayores niveles de satisfacción de los voluntarios deportivos. Finalmente, Mykletun y Himanen (2016) demostraron que la

satisfacción del voluntariado también puede ser predictor del compromiso con la organización del evento deportivo.

Proposición 17: La Satisfacción influye positivamente en el Compromiso.

Proposición 18: La Satisfacción influye positivamente en el Empoderamiento Psicológico.

9.4.5. Compromiso

El compromiso con la organización es un constructo poco estudiado en el ámbito del voluntariado deportivo, aunque tiene una gran importancia en la comprensión del comportamiento del individuo en su lugar de trabajo (Meyer & Herscovitch, 2001; Riketta, 2002). El compromiso puede considerarse como “una fuerte creencia y aceptación de los objetivos y valores de la organización, la voluntad de realizar un esfuerzo considerable en nombre de la organización y un fuerte deseo de mantener la pertenencia a la misma” (Mowday et al., 1982, p. 27)

En un primer momento, el compromiso fue considerado un constructo unidimensional (Mowday et al., 1979), posteriormente, diferentes estudios demostraron que el compromiso era un factor multidimensional pudiendo afectar en aspectos como el rendimiento, la rotación y la permanencia en el puesto (Engelberg et al., 2012; Meyer & Allen, 1991; Meyer & Herscovitch, 2001). Atendiendo a esta perspectiva multidimensional, Meyer y Allen (1991) propusieron un modelo tridimensional del compromiso organizativo que contemplaba un compromiso afectivo (relacionado con el apego emocional), un compromiso de continuidad (relacionado con los beneficios esperados) y un compromiso normativo (relacionado con la lealtad y sentido de obligación).

A su vez, Mowday et al. (1982) establecieron cuatro antecedentes previos del compromiso: i) las características personales, ii) las características estructurales, iii) las experiencias laborales, y iv) aquellas relacionadas con el rol. Los individuos que tengan un estado mental positivo respecto al trabajo generarán un compromiso con la organización (Lin, 2018). Es importante considerar que los modelos comentados han sido aplicados en contexto laboral remunerado, pero no en un contexto no remunerado como el voluntariado. Por tanto, es importante que también las organizaciones de voluntariado midan dicho compromiso para evaluar el nivel de afianzamiento del voluntario con la organización y se vincule un mayor tiempo. Cuskelly et al. (2006) consideran que la evaluación en el contexto

de voluntariado un compromiso similar al laboral puede permitir la realización de programas de voluntario de mayor calidad en eventos deportivos.

Esta adaptación es posible dado que cada individuo considera le grado de satisfacción de sus propias necesidades y objetivos, siendo probable un mayor compromiso cuanto mayor es la creencia de satisfacción (Clary et al., 1998). La literatura científica expone que en un contexto de compromiso organizativo en voluntariado se indica que cuanto mayor esfuerzo realice el voluntario por la consecución de los objetivos mayor será el grado de compromiso (Vantilborgh et al., 2012, 2014). La organización resulta relevante en la creación de un alto grado de compromiso con el voluntario puesto que si siente que es necesario y tiene una participación responsable, mejorará el desempeño de sus tareas (Bang et al., 2009).

Un estudio específico en voluntariado en un evento deportivo, MacLean y Hamm (2007) identificaron la existencia de cuatro factores subyacentes con el compromiso: el *Orgullo del golf*, el *Amor por el deporte*, el *Crecimiento de la comunidad* y el *Papel del voluntario*. Además, otros estudios han evidenciado una relación positiva y significativa existente en la influencia del compromiso sobre las intenciones futuras de repetir en futuros eventos deportivos (Bang et al., 2009b; Cuskelly & Boag, 2001). Finalmente, Mykletun y Himanen (2016) evidenciaron que la satisfacción es un factor con una influencia directa y significativa sobre el compromiso.

Proposición 19: El Compromiso influye positivamente en el Empoderamiento Psicológico.

9.4.6. Empoderamiento psicológico

El Empoderamiento Psicológico (EP) es un concepto aceptado ampliamente en una gran variedad de disciplinas. El empoderamiento es un proceso social que se opera en las relaciones sociales a través del proceso de compartir el poder (Hur, 2006). También es una función de la experiencia psicológica del poder, el efecto de compartir objetivos valorados, el control percibido sobre el entorno laboral y las percepciones de autoeficacia o competencia (Menon, 2001). El paradigma del empoderamiento está ganando popularidad como teoría conceptual para pensar y actuar en el contexto del trabajo social (van Dop et al., 2016). Así, en general, el empoderamiento se refiere al proceso en la que individuos y organizaciones adquieren control de sus vidas y empiezan la participación activa en sus ambientes (Raeymaeckers & Dierckx, 2013).

Evaluar el empoderamiento y determinar si los esfuerzos de los individuos conducen a un empoderamiento de la sociedad es difícil (Wallerstein, 2006), aunque existe una gran variedad de instrumentos que evalúan el empoderamiento según el contexto como el psicológico, familiar, organizacional, etc. (Noordink et al., 2021). Así, el empoderamiento es un concepto multinivel (Perkins & Zimmerman, 1995; Rappaport, 1987), identificando tres niveles diferentes, i) nivel individual (control personal y conciencia crítica), ii) nivel organizacional (desarrollo de la voz y participación en toma de decisiones), y iii) nivel sociedad (mejora de la calidad de vida, mayor autonomía y cooperación).

El EP puede describirse como un mecanismo por el cual los voluntarios desarrollan competencia y ganan confianza en su papel y tareas (Cohen, 2009). A su vez, el EP representa el nivel individual y está definido como el proceso a través del cual las personas adquieren el control sobre sus vidas, tomando un enfoque proactivo hacia la comunidad, desarrollando una comprensión crítica de sus entornos socios - políticos (Zimmerman, 1995). El EP se divide en tres factores diferentes como son el intrapersonal, el interaccional y comportamiento (Zimmerman, 1995).

El EP tiende a fomentar la lealtad, el compromiso afectivo y el apego a la organización (Spreitzer & Mishra, 2002). Traeger y Alfes (2019) determinaron que la gestión de recursos humanos se encuentra asociado positivamente al compromiso del voluntariado, la identificación con la organización, y el EP. Otro estudio encontró que el EP se encuentra relacionado con el compromiso del voluntariado (Cohen, 2009). Kulik et al. (2016) revelaron que una alta motivación del voluntariado se relaciona con un mayor nivel de satisfacción con las recompensas y está relacionada directamente con el empoderamiento. En último lugar, Kim et al. (2007) determinaron que el empoderamiento explicó un 13,5% de la varianza de la intención futura de continuar.

Proposición 20: El Empoderamiento Psicológico influye positivamente en las Intenciones Futuras.

9.4.6. Intenciones futuras de comportamiento y permanencia

Cualquier organización deportiva y de voluntariado tiene con último fin poder conseguir una retención de personal voluntario que ayuden a las propias organizaciones al desarrollo de sus tareas de forma continuada en el tiempo. La intención se ha definido

como “una medida de la probabilidad de que una persona realice un determinado comportamiento (que) puede denominarse intención conductual” (Ajzen & Fishbein, 1980, p. 5). Por otro lado, la intención de permanecer en la organización puede definirse según Elstad (2002) como la creencia del voluntario de continuar en el futuro.

Estas intenciones futuras pueden enfocarse desde la perspectiva individual de la intención de comportamiento de volver a repetir la misma experiencia o similar. A su vez, la intención del voluntariado de continuar en el programa puede estar afectada por algunos procesos e influencias de variables organizativas (Dávila & Chacón, 2007). También desde un enfoque exterior relacionado con la recomendación a terceras personas sobre la realización del programa de voluntariado. La recomendación o el ‘boca a boca’ (Worth of Mouth, WOM) se ha investigado ampliamente como un aspecto reconocido de la lealtad en diversos contextos (Kumar et al., 2013). Este concepto se enfoca en la comunicación desde su perspectiva personal e informal (Moliner et al., 2015). Mazzarol et al. (2007) expresa que el WOM únicamente puede darse en una comunicación entre clientes y nunca entre estos y la organización.

También el fomento de la cooperación entre grupos y la estructura de las tareas es importante para la creación de equipos, la unidad colectiva y la retención de voluntarios (Doherty & Carron, 2003; Gillespie et al., 2011). Love et al. (2011) consideran importante comprender las intenciones de comportamiento del voluntariado para poder atraer y captar nuevos voluntarios y retener a los más experimentados para futuros eventos. La planificación, la capacitación y el apoyo de los coordinadores de voluntariado da lugar a que se perciban muchos menos problemas de retención de los voluntarios (Chelladurai, 2006; Cuskelly et al., 2006).

Hallmann y Harms (2012) identificaron un impacto positivo de las motivaciones del voluntariado sobre las intenciones futuras de seguir siendo voluntario en un evento deportivo ecuestre y otro de balonmano. Algunos estudios realizaron análisis de regresión para determinar las motivaciones, los aspectos de la satisfacción con la experiencia del voluntariado, el compromiso y datos sociodemográficos influyeron en las intenciones futuras del voluntario (Koutrou, 2018; Koutrou & Pappous, 2016). Las motivaciones relacionadas con la *Carrera* y *Social*, junto con la satisfacción, permiten predecir significativamente la retención del voluntariado (Johnson et al., 2017). En los JJOO de Rio 2016, Bang et al. (2019) encontraron que tenían efectos directos e indirectos, teniendo como mediador la satisfacción, sobre las intenciones futuras varían en función de la

experiencia del voluntariado. Por último, Kim et al. (2019b) encontraron que la satisfacción general del voluntario con el evento deportivo tenía influencia en las intenciones del voluntariado, el WOM y visitar la localidad del evento.

Proposición 21: Las Intenciones Futuras influye positivamente sobre las Intenciones de Permanencia.

9.5. Marco conceptual

El marco conceptual está basado en la integración de la literatura académica, el conocimiento común y la experiencia de los investigadores. Este nuevo marco conceptual (Figura 7), además de abordar de forma conjunta constructos ya estudiados dentro de la literatura como la motivación, el compromiso, la satisfacción o las intenciones futuras, pocos estudios los han abordado todos de forma conjunta (Koutrou, 2018; Lachance et al., 2021; Mykletun & Himanen, 2016). A los que se añaden el empoderamiento, siendo evaluado únicamente en el estudio de Kim et al. (2007) en el contexto deportivo y el PM, que no ha sido evaluado anteriormente ni en el sector del deporte ni eventos deportivos.

En primer lugar, se evaluará la influencia de la experiencia previa del voluntariado sobre la motivación. La Experiencia del voluntariado se valorará a través de los ítems propuestos por Downward y Ralston (2006) mientras que la motivación será utilizando la escala VMS-ISE (Bang & Chelladurai, 2009; Bang et al., 2009a). Esta escala es la más utilizada y completa al incluir un factor motivacional específico del deporte. Se evaluará la incidencia que tienen los siete factores de la escala sobre la Satisfacción del voluntario con la organización del evento deportivo. La Satisfacción será evaluada utilizando los ítems propuestos por Oh (2019). A continuación, se mide la influencia de la Satisfacción sobre el Compromiso con la organización evaluado por medio de la escala de compromiso organizacional de Mowday et al. (1979).

El PM, al ser un constructo que permite medir el grado de identificación del sujeto con la marca de la organización se empleará para ver su posible efecto sobre la satisfacción y el compromiso. El nivel de satisfacción y grado de compromiso del voluntario puede verse afectado por su grado de identificación con la propia organización por medio de la propuesta realizada por Curran et al. (2016). En cuarto lugar, se evalúa la incidencia del compromiso y satisfacción sobre el grado de EP. Es decir, cómo influyen estos dos constructos en el grado en que el voluntario coge la confianza para tener una mayor toma

de decisión y control sobre sus propias acciones dentro de su entorno. El EP se medirá con la escala propuesta por Van Dop et al. (2016).

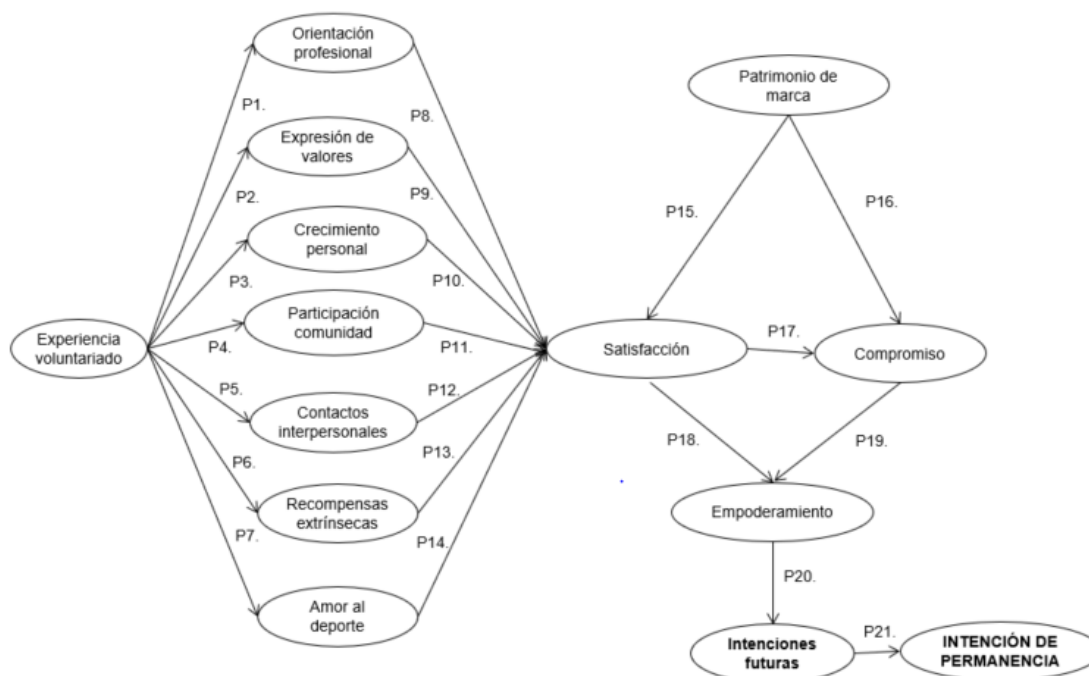


Figura 7. Propuesta de marco conceptual.

Según el nivel de EP del voluntariado este podrá influir directamente en las Intenciones futuras del voluntario, tanto de repetir la experiencia en el mismo evento deportivo u otro como recomendar la experiencia o participación a otras personas. Las Intenciones futuras serán evaluadas con los ítems propuestos por Kim et al. (2019c) para las intenciones de repetir experiencia y Wu et al. (2016) para la recomendación a través del WOM a terceras personas. Finalmente, las intenciones futuras de comportamiento del voluntario afectarán a su Intención de permanencia dentro de la organización o su labor voluntaria en otros eventos. La permanencia será evaluada según la intención de continuar siendo voluntario a los 6, 12 y 24 meses. Todas las escalas se evaluaron con una escala Likert de siete puntos (1: totalmente en desacuerdo – 7: Totalmente de acuerdo). Las posibles covariables del modelo propuesto podrán ser las características sociodemográficas (género, edad o nivel de formación).

9.6. Conclusiones

El presente estudio propone un nuevo modelo teórico específico para el voluntariado deportivo en eventos deportivos tanto en mega eventos como eventos de

pequeña escala. Este estudio pretende ser la base que introduzca nuevos constructos como el PM y el EP, además de evaluar el resto de constructos (motivación, satisfacción, compromiso e intenciones futuras) dada la limitación de estudios que los aborden todos conjuntamente. Algunos estudios exponen que en momentos de pandemia y sus condiciones sociales derivadas, el voluntariado virtual debe fomentarse dado la imposibilidad de realizar voluntariado tradicional. La planificación y organización de eventos deportivos permitiría en sus etapas iniciales realizar todas las gestiones de forma telemática y no presencial. El voluntariado virtual permite al individuo realizar sus tareas fuera de la instalación, realizando una transición a continuar realizando su actividad de ocio respetando las medidas de distanciamiento y seguridad impuestas (Lachance, 2021).

En este sentido también el Compromiso será un factor clave para que la organización establezca los protocolos de seguridad necesarios. A pesar, de que el compromiso del voluntariado es crucial, la investigación aún no ha investigado en profundidad las diferencias según tipo de evento o factores sociodemográficos (Hallmann et al., 2020). La literatura científica previa relacionada con el compromiso organizativo y voluntariado expone que cuanto el voluntario se siente comprometido y siente apego hacia la organización contribuirá con un mayor esfuerzo a la consecución de los objetivos de la organización (Vantilborgh et al., 2012, 2014).

Ofrecer la oportunidad al voluntariado de compartir sus experiencias y conocimientos puede generar a través de formación previa puede generar un mayor compromiso que afectan positivamente a la satisfacción del voluntariado (Costa et al., 2006). Otro estudio también demostró que el voluntariado con un alto compromiso se relacionó con altos niveles de satisfacción (Cuskelly & Boag, 2001). Bang et al. (2009b) también encontraron una relación positiva y significativa del compromiso voluntario con sus intenciones futuras de comportamiento.

Por su parte, la satisfacción laboral está estrechamente vinculada con algunos factores como las experiencias y expectativas previas o la motivación (Farrell et al., 1998; Hoye & Cuskelly, 2009). Es importante recordar que las principales recompensas que recibe el voluntariado son intangibles e intrínsecas al propio individuo, por lo que cada voluntario compartirá diferentes fuentes de satisfacción (Lin, 2018). En los últimos años, diferentes autores han investigado los factores que afectan a la satisfacción del voluntariado (Alexander et al., 2015; Bang et al., 2019; Dickson et al., 2020; Elstad, 1996;

Farrell et al., 1998; Giannoulakis et al., 2015; Johnson et al., 2016, 2017; Kim et al., 2020; Koutrou, 2018; Mykletun & Himanen, 2016; Vetitnev et al., 2018).

Hay que recordar que, el PM se trata de una corriente emergente de investigación al que se le considera tácticamente en el voluntariado que tiene efectos sobre el compromiso y satisfacción (Wiedman et al., 2011). Curran et al. (2016) indican que no debe confundirse el patrimonio de marca con otros conceptos como la percepción la afiliación o la actitud de marca. Además, el patrimonio de marca puede estar vinculado a la TIS ya que estos autores indican que el patrimonio de marca estimula la creación de asociaciones emocionales positivas. Durante la experiencia del voluntario, estos pueden ser llevados a discutir, aprender y extender sus conocimientos lo que se convierte en una importante fuente de emoción y placer (Mencarelli et al., 2020).

A su vez, los motivos para ser voluntario se encuentran relacionados positivamente con el empoderamiento psicológico (Kulik, 2007). Lee (2021) expone que tanto el ajuste persona-tarea como el persona-organización mejoran la retención del voluntariado y valor de marca a través del efecto del empoderamiento y el capital social. La evaluación del empoderamiento en usuarios del servicio se ha sugerido como una alternativa en respuesta a las limitaciones existentes en la medida de efectividad en organizaciones en el contexto de trabajo social (Van Dop et al., 2016). Un estudio determinó que cuando los voluntarios tienen una experiencia positiva presentan o sienten una gran sensación de empoderamiento, por tanto, las organizaciones deben promover oportunidades para ello (Kim et al., 2007).

En último lugar, las intenciones de comportamiento futuras del voluntario siempre son un aspecto importante y esencial que ayudará a futuros procesos de reclutamiento y retención de una masa crítica de voluntarios experimentados (Love et al., 2011). Evaluar la recomendación o el 'boca a boca', investigada ampliamente de forma previa, supone un aspecto reconocido de la lealtad en diversos contextos (Kumar et al., 2013). Una herramienta eficaz de retención del voluntariado es realizando una buena comunicación e inclusión con la organización, el fomento de la cooperación entre los diferentes grupos de voluntarios y la propia estructura de la asignación de tareas (Bortree & Waters, 2014; Gillespie et al., 2011; Neufeind et al., 2013).

10. CONCLUSIONES

10. CONCLUSIONS

The main findings obtained from this dissertation, according to its overall objectives, are the following:

- 1) The systematic review of the existing scientific literature related to the motivation of volunteer participants in sport events has shown a great attention in recent years by researchers, the number of existing studies has doubled since 2015. The largest proportion of studies are located in specific geographical areas, especially in countries such as the United States or Australia, and there is a need for greater transnational collaboration and a greater number of studies spread across different geographical areas.

We have also identified a significant lack of theoretical background support based on the different existing theories, and there is a need to encourage the development of future studies that are carried out according to the principles of a theoretical basis that fits the study objectives. In addition, there is a multitude of instruments for assessing volunteer motivation and many adaptations of these instruments, only the VMS-ISE scale seems to be the one most widely used in recent years by researchers.

There is a lack of identification of the profile or role of the type of volunteer assessed in the studies. Motivation has generally been analysed independently or in relation to some construct such as satisfaction or future intentions, and it is necessary to approach studies with models that cover a greater number of constructs and introduce new ones that adapt to the evolution of the context.

- 2) The motivational profile of university volunteers participating in local sports events is mainly focused on factors related to Purpose and Solidarity, and to a lesser extent, towards external Commitment/Traditions. On the other hand, the general volunteering had a motivational profile oriented towards the improvement of Values, Understanding and Enhancement of the individual.

- 3) The socio-demographic profile identified in university sports volunteers considering the segmentation analyses was mainly composed of young women (under 22 years old), who were studying Social Sciences, were in their third academic year and had no previous experience. The socio-demographic profile of the general volunteers was also female, between 24 and 27 years old, generally residing in the region of Murcia, with a high school or vocational training and with previous experience in sports volunteering.
- 4) The results of the different studies indicate that the organisational commitment of the sports volunteers analysed is moderately high, while satisfaction has a high score, especially that oriented to the specific tasks of the volunteer. The degree of future intention to permanence as a sport volunteer is very high. A regression analysis shows that the motivational factors Enhancement, Protective and Understanding are predictors of satisfaction oriented to specific motivations.
- 5) The proposed model indicates that the volunteer's intention to participate in sport events is positively and significantly influenced by organisational commitment and satisfaction. In turn, these two constructs act as moderators between motivation and intention to stay. The motivational factors Values, Understanding and Social positively and significantly influence organisational commitment, and the factor Understanding also influences satisfaction. Moreover, Commitment is also a construct that directly affects volunteer satisfaction.

Considering these results, a new model for assessing the intention to participate in sport volunteering is proposed, considering a different scale of sport volunteering motivation (VMS-ISE), in addition to Commitment, Satisfaction and Future Intentions of volunteers participating in mega or small-scale sport events. In this new context it is also necessary to assess the volunteering experience, and two new concepts are introduced, such as brand equity towards the organisation and the level of individual psychological empowerment of each volunteer.

- 6) The comparative analyses carried out in the different studies considering socio-demographic data indicate that men score higher on the motivational profile than women, although there are no statistically significant differences. In university sports volunteers, there is no evidence of differences in the motivation of first-

year students compared to older students or between volunteers with no experience or with previous experience in sports or social volunteering.

11. LIMITACIONES

11. LIMITATIONS

The main limitations of this dissertation in terms of the studies carried out are the following:

A first limitation may be that the sample sizes of the different studies are not large enough since, generally, the volunteering coordinated by the PhD student and its evaluation were carried out in small-scale or regional sport events, where the need for volunteering is not very large. As a result of this, the sample has always been based on convenience, which is not an adequate sample, also due to the lack of organisations and agents that control sports volunteering in Spain. Convenience sampling impedes the generalisability of the results. In this line, another limitation may be that the vast majority of the sample population is students as they have access to volunteering through the Diversity and Volunteering Service of the University of Murcia, being limited the number of events with general volunteer staff.

The second limitation may be that the first studies began to be carried out without having been able to conclude the previous systematic review of the literature and, therefore, different scales previously validated by other authors have been used. However, the different scales analysed have certain limitations when it comes to assessing the motivational profile of sports volunteers, as they were more general scales and not specific to sport. Some important motivational factors in the sport sector such as Love of sport or Extrinsic rewards could not be assessed.

These factors are particularly important to assess in a university population as young university students are often closely linked to sport in general and their own participation in volunteering programmes may be linked to their academic training or the achievement of credit hours for university activities. A high percentage of university students volunteer in sport because it is a way of obtaining a large number of volunteer hours in a short period of time. In this way, they can accumulate these hours and recognise them later for their compensation for optional subjects within their curriculum, which are extrinsic rewards derived from volunteering through the university itself.

The studies carried out in association with the doctoral thesis are theoretical-descriptive, such as the systematic review, or quantitative studies carried out by means of questionnaires. The aforementioned limitation associated with the evaluation instruments and the lack of open questions that give the volunteer the option to better detail their motivation may be a bias that needs to be taken into account. As mentioned above, the motives for volunteering do not have to be unique, but can be multiple and a volunteer can be motivated by certain aspects associated with different motivational factors. For example, a student may be motivated to participate in the volunteering programme with their friends, a social motive, but at the same time it serves as practical experience for their future professional life once they finish their university studies.

Finally, the main limitation of this dissertation study was the period of the pandemic caused by the COVID-19 virus. Mandatory measures taken by different governments (compulsory house confinement, social distancing and the suppression of mass gatherings) led to the postponement or cancellation of all sporting events. Although subsequently many professional sports events continued, any amateur or smaller-scale events ceased. Therefore, different sport events that had been contacted for the management and evaluation of the sport volunteers participating in them could not take place. In this way, the data collection for this doctoral thesis was affected, preventing us from increasing the sample and being able to reaffirm the theoretical models proposed in a larger number of subjects and, therefore, in a better way, and a new planning derived from the new pandemic situation had to be carried out.

12. PROSPECTIVA

12. PROSPECTIVE

As mentioned above, the COVID-19 pandemic situation and the suspension or cancellation of sports events have left several research studies associated with this dissertation work unfinished. The ongoing studies associated with the doctoral thesis are as follows:

- a) Systematic review of motivation and future intentions: carrying out a more exhaustive systematic review associating the studies that have evaluated motivation with future intentions of sport volunteering behaviour. In this sense, it should be remembered that the future intentions of the volunteer is an essential objective for sport event organisations for their continuity and success.
- b) Meta-analysis of the motivational profile of volunteers in sport events: Completion of a review and meta-analysis of volunteer motivation in sport events to identify the most important motivational factors considering the different scales of sport events and different assessment scales.
- c) Motivation and sense of community: the sense of community is a factor that is beginning to be studied within the field of sports volunteering as it allows us to identify the level of attachment and identification of the volunteer with the community, as well as to analyse their future participation in different social activities that are dealt with in the local community.
- d) Motivation and perceived quality of service: Another construct that is rarely assessed in the context of volunteering in general, and sports volunteering in particular, is the quality of service offered by sports organisations to volunteers in their volunteering programmes. An essential aspect of volunteering is its intangible character, therefore, the quality of service can have a direct influence on future behavioural intentions.
- e) Motivation and barriers of university sports volunteering: As important as analysing the factors that motivate the individual to volunteer, it is important to know the reasons why the individual does not want to participate in sports volunteering programmes or why he/she stops volunteering.

- f) Testing of the model proposed in Study 5: The model proposed in Study 5 is still in the development phase, since given the number of constructs and items to be assessed, it is necessary to have a large sample to obtain valid and reliable results.

On the other hand, future lines of research that should be developed in view of the lack of information and studies in the scientific literature are the following:

- 1) National sports volunteering database: it would be advisable for public institutions to promote the creation of a common database of individuals interested in sports volunteering, which would allow for a better evaluation and control of sports volunteering at national level.
- 2) Studies with a mixed methodology: in recent years there has been a gradual increase in the number of studies that assess the motivation of sports volunteering, both quantitatively and qualitatively, but there are no studies that approach it from a mixed approach that allows the motivational factors of the scales to be brought together with the reality of the volunteer.
- 3) Long-term studies in the general and university population: all existing studies in the literature related to the subject are cross-sectional in nature. It would therefore be interesting to carry out longitudinal studies that allow us to learn about the volunteer work of the individual and how their motivational profile and degree of identification with other constructs varies. This type of study could be of interest within the university population, as it would provide greater control of the students' situation during their academic stage.
- 4) Pre- and post-assessment of motivation and other associated factors: there is currently a paucity of studies in the scientific literature that address the assessment of motivation and other factors before and after the sports event in order to analyse possible changes in the opinion and perspective of the sports volunteer.
- 5) To conduct studies that bring together several constructs and assess their interrelationship: as demonstrated in the systematic review, most studies of motivation in volunteering in sport events have only considered this construct without associating it with other constructs such as satisfaction, commitment or future intentions. Although there are also a large number of studies that relate

motivation to one of these constructs, they generally do so individually without interrelating various constructs through theoretical models.

- 6) Assessment of new theoretical constructs: during the review, the main constructs assessed alongside motivation such as: commitment, volunteer experience, future intentions or satisfaction have been identified. Many studies have related other constructs, however, they have not been applied in new research. It is necessary to analyse and introduce new constructs that are adapted to the existing social reality in the community, such as perceived quality of service, psychological empowerment of the volunteer, brand equity or sense of community.
- 7) Evaluation of recruitment and retention processes by sport event organisations: In the academic literature there are different studies that evaluate the volunteer recruitment and retention management processes themselves. It is necessary to carry out studies that evaluate the different perspectives together, i.e. to evaluate and analyse both the sport volunteers participating in the event and the process by which these volunteers have been recruited.
- 8) Increased transnational collaboration: The systematic review has shown a lack of transnational collaboration between researchers in the field, and it would be interesting if the different specialists could carry out joint studies evaluating volunteers from different countries and socio-cultural contexts in order to analyse their possible differences.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agostinho, D., & Paço, A. (2012). Analysis of the motivations, generativity and demographics of the food bank volunteer. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 17(3), 249–261. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1427>
- Ahmad, S. N., Sulaiman, Z., & Khalifah, Z. (2020). Motivation and satisfaction at special sport event. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(6), 4836-4842. <https://doi.org/10.35940/ijrte.F8032.038620>
- Ahn, Y.-J. (2018). Recruitment of volunteers connected with sports mega-events: A case study of the PyeongChang 2018 Olympic and Paralympic Winter Games. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 194-203. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.04.002>
- Aisbett, L., Randle, E., & Kappelides, P. (2015). Future volunteer intentions at a major sport event. *Annals of Leisure Research*, 18(4), 491–509. <https://doi.org/10.1080/11745398.2015.1079492>
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A Theory of Planned Behavior. En J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Alexander, A., Kim, S.-B., & Kim, D.-Y. (2015). Segmenting volunteers by motivation in the 2012 London Olympic Games. *Tourism Management*, 47, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.002>
- Alfieri, S., Pozzi, M., & Pistoni, C. (2020). The blood donation function inventory: Adaptation of the voluntary function inventory for a psychological approach to blood donors. *Journal of Civil Society*, 16(1), 61-76. <https://doi.org/10.1080/17448689.2020.1717157>
- Allen, J. B., & Bartle, M. (2014). Sport event volunteers' engagement: Management matters. *Managing Leisure*, 19(1), 36-50. <https://doi.org/10.1080/13606719.2013.849502>

- Allen, J. B., & Shaw, S. (2009). “Everyone rolls up their sleeves and mucks in”: Exploring volunteers’ motivation and experiences of the motivational climate of a sporting event. *Sport Management Review*, 12(2), 79–90. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2008.12.002>
- Allison, L. D., Okun, M. A., & Dutridge, K. S. (2002). Assessing volunteer motives: a comparison of an open-ended probe and Likert rating scales. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 12, 243–255. <https://doi.org/10.1002/casp.677>
- Amate, M., Fernández, N., Sánchez, M., Fuente, O., Folqué, J., Esteban, M., & Franco, P. (2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenible: Un pacto para cambiar el mundo. Voluntariado Deportivo*. Plataforma del Voluntariado España.
- AmeriCorps (2018). *Volunteering in U.S. Hits Record High; Worth \$167 Billion*. Corporation for National & Community Service. <https://content.govdelivery.com/accounts/USCNCS/bulletins/21b2aaa>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>
- Andrew, D. P. S., Pedersen, P. M., & McEvoy, C. D. (2011). *Research methods and design in sport management*. Human Kinetics.
- Angosto, S., Bravo, Gonzalo A, & Vegara-Ferri, J. M. (2021). Motivational profiles of university volunteers in sport events: A segmentation approach. *Cultura, Ciencia y Deporte*, In Press.
- Angosto, S., García-Fernández, J., Valantine, I., & Grimaldi-Puyana, M. (2020). The Intention to Use Fitness and Physical Activity Apps: A Systematic Review. *Sustainability*, 12(16), 6641. <https://doi.org/10.3390/su12166641>
- Anis, A., Kashif-ur-Rehman, Ijaz-Ur-Rehman, Khan, M. A., & Humayoun, A. A. (2011). Impact of organizational commitment on job satisfaction and employee retention in pharmaceutical industry. *African Journal of Business Management*, 5(17), 7316–7324. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.1296>
- Atieno, S. (2021). *Here Are Six Types/ Categories of Volunteering*. Center for International Voluntary Service. <https://www.civskkenya.org/about-us/our-blog/175-types-of-volunteering>

- Australian Bureau of Statistics (2021). *Australian Bureau of Statistics*.
<https://www.abs.gov.au/>
- Bachman, J., Norman, W., Backman, K., & Hopkins, C. (2017). The role of moderating variables on music festival volunteer management. *Journal of Convention & Event Tourism, 18*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/15470148.2017.1338169>
- Bae, J., Lam, E. T. C., & Lee, H.-G. (2016). Motivation of South Korean volunteers in international sports: a confirmatory factor analysis. *International Journal of Volunteer Administration, 32*(1), 1-21.
- Bae, S., Lee, H.-G., & Massengale, D. (2011). Motivation of volunteers in college sports: gender and employment comparison among college students. *Journal of Contemporary Athletics, 5*(4), 273–289.
- Baena, M. J., Parra-Camacho, D., Pérez-Campos, C., & García-Fernández, J. (2014). Satisfaction, perceived value and future intentions among the volunteers of Basketball World Cup 2014. *Journal of Sports Economics & Management, 4*(1), 39-54.
- Bakhsh, J. T., Lachance, E. L., Thompson, A., & Parent, M. M. (2021). Outcomes of the sport event volunteer experience: examining demonstration effects on first-time and returning volunteers. *International Journal of Event and Festival Management, 12*(2), 168–183. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2020-0057>
- Ballesteros, V., Sánchez, A. J. R., Montero, L., & Velasco, A. (2020). *El voluntariado y las universidades visto por las entidades de voluntariado. Estudio de opinión*. Plataforma del Voluntariado España.
- Balmer, J. M. (2013). Corporate heritage, corporate heritage marketing, and total corporate heritage communications: What are they? What of them? *Corporate Communications: An International Journal, 18*, 290–326.
- Ban, K. (2016). *Remarks on value of hosting mega sport events as a social, economic and environmental sustainable development tool*. United Nations. <https://www.un.org/sg/en/content/sg/speeches/2016-02-16/remarks-value-hosting-mega-sport-events-social-economic-and>
- Bang, H., & Chelladurai, P. (2003). *Motivation and Satisfaction in volunteering for 2002 World Cup in Korea*. Conference of the North American Society for Sport Management, Ithaca, NY.

- Bang, H., & Chelladurai, P. (2009). Development and validation of the Volunteer Motivations Scale for International Sporting Events (VMS-ISE). *International Journal of Sport Management and Marketing*, 6(4), 332–350.
<https://doi.org/10.1504/IJSMM.2009.030064>
- Bang, H., & Lee, C. S. (2014). The roles of large-scale sporting event volunteer motivations in predicting behavioural intention within the Theory of Planned Behaviour. *International Journal of Hospitality and Event Management*, 1(2), 111–134.
<https://doi.org/10.1504/IJHEM.2014.066987>
- Bang, H., & Ross, S. D. (2009). Volunteer motivation and satisfaction. *Journal of Venue and Event Management*, 1(1), 61-77.
- Bang, H., Alexandris, K., & Ross, S. D. (2009a). Validation of the revised Volunteer Motivations Scale for International Sporting Events (VMS-ISE) at the Athens 2004 Olympic Games. *Event Management*, 12(2), 119–131.
<https://doi.org/10.3727/152599509789659759>
- Bang, H., Bravo, G. A., Mezzadri, F. M., & Figuerôa, K. M. (2019). The impact of volunteer experience at sport mega-events on intention to continue volunteering: Multigroup path analysis. *Journal of Community Psychology*, 47(4), 727-742.
<https://doi.org/10.1002/jcop.22149>
- Bang, H., Lee, S., & Swart, K. (2014). Predicting volunteers' intention to return: an examination of brand personality, prestige, and identification of sporting events. *Event Management*, 18(2), 169–183.
<https://doi.org/10.3727/152599514X13947236947509>
- Bang, H., Ross, S. D., & Reio, T. G. (2013). From motivation to organizational commitment of volunteers in non-profit sport organizations: the role of job satisfaction. *Journal of Management Development*, 32(1), 96–112.
<https://doi.org/10.1108/02621711311287044>
- Bang, H., Won, D., & Kim, Y. (2009b). Motivations, commitment, and intentions to continue volunteering for sporting events. *Event Management*, 13(2), 69–81.
<https://doi.org/10.3727/152599509789686317>
- Banza, T. P. F., & Teixeira, M. R. (2019). Olympic studies: importance, motivations and expectations of Rio 2016 Olympic Games volunteers. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 9(1), 74-98.

- Barkley, E. F. (2010). *Student engagement techniques: A handbook for college faculty*. John Wiley y Sons.
- Barron, P., & Rihova, I. (2011). Motivation to volunteer: a case study of the Edinburgh International Magic Festival. *International Journal of Event and Festival Management*, 2(3), 202–217. <https://doi.org/10.1108/17582951111170281>
- Baum, T. G., & Lockstone-Binney, L. (2007). Volunteers and mega sporting events: developing a research framework. *International Journal of Event Management Research*, 3(1), 29–41.
- Beck, U. (1992). *Risk society: Toward a new modernity*. SAGE.
- Beckman, E., Pan, T., Kitterlin, M., & Cain, L. (2021). Identifying motivating factors among college students that influence repeat participation among special event volunteers: The moderating role of class standing. *International Journal of Event and Festival Management*, 12(2), 148–167. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-07-2020-0041>
- Boezeman, E. J., & Ellemers, N. (2009). Intrinsic need satisfaction and the job attitudes of volunteers versus employees working in a charitable volunteer organization. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82(4), 897–914. <https://doi.org/10.1348/096317908X383742>
- Bollen, K. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. John Wiley & Sons.
- Bortree, D. S., & Waters, R. D. (2014). Race and inclusion in volunteerism: using communication theory to improve volunteer retention. *Journal of Public Relations Research*, 26, 215–234. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2013.864245>
- Boyle, P., & Haggerty, K. D. (2012). Planning for the worst: risk, uncertainty and the Olympic Games. *The British Journal of Sociology*, 63(2), 241–259. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2012.01408.x>
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In K. A. Bollen & J. S. Long (Eds.), *Testing structural equation models* (pp. 136–162). SAGE.
- Bycio, P., Hackett, R. D., & Allen, J. S. (1995). Further assessments of Bass's (1985) conceptualization of transactional and transformational leadership. *Journal of Applied Psychology*, 80(4), 468–478. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.80.4.468>
- Cabrera-Darias, M., & Marrero-Quevedo, R. J. (2015). Motives, personality and subjective well-being in volunteering. *Annals of Psychology*, 31(3), 791–801. <https://doi.org/10.6018/analesps.31.3.180921>

- Caldwell, L. L., & Andereck, K. L. (1994). Motives for initiating and continuing membership in a recreation-related voluntary association. *Leisure Sciences*, 16(1), 33–44. <https://doi.org/10.1080/01490409409513215>
- Calver, S. J., & Page, S. J. (2013). Enlightened hedonism: exploring the relationship of service value, visitor knowledge and interest, to visitor enjoyment at heritage attractions. *Tourism Management*, 39, 23–36. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.03.008>
- Certo, S. C. (1983). *Principles of modern management: Functions and systems*. Allyn & Bacon.
- Chacón, F., Gutiérrez, G., & Sauto, V. (2017). Volunteer Functions Inventory: A systematic review. *Psicothema*, 29(3), 306–316. <https://doi.org/10.7334/psicothema2016.371>
- Chacón, F., Vecina, M. L., & Dávila, M. C. (2007). The three-stage model of volunteers' durations of service. *Social Behavior and Personality: an International Journal*, 35(5), 627-642. doi:10.2224/sbp.2007.35.5.627
- Chelladurai, P. & Kerwin, S. (2017). *Human resources management in sport and recreation* (3rd ed.). Human Kinetics, Champaign, IL.
- Chelladurai, P. (2006). *Human resource management in sport and recreation*. Human Kinetics.
- Chen, S., Zheng, J., & Dickson, G. (2018). Volunteering for sports mega events: a non-host region perspective. *Managing Sport and Leisure*, 23(3), 189–203. <https://doi.org/10.1080/23750472.2018.1530609>
- Chen, X., Liu, C., & Legget, J. (2019). Motivations of museum volunteers in New Zealand's cultural tourism industry. *Anatolia*, 30(1), 127–139. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1542521>
- Chen, Y. (2010). *Sport event volunteer motivation and commitment* [Dissertation]. University of Louisville.
- Cheung, C. K., Lo, T. W., & Liu, E. S. C. (2016). Sustaining social trust and volunteer role identity reciprocally over time in pre-adult, adult, and older volunteers. *Journal of Social Service Research*, 42(1), 70–83. <https://doi.org/10.1080/01488376.2015.1078267>

- Chew, S. S., & Pyun, D. Y. (2015). Volunteer motivations in sport: gender differences among college students in Singapore. *Asian Journal of Physical Education and Sport Science*, 3(2), 65-80.
- Child, D. (2006). *The essentials of factor analysis* (1st ed.). Continuum.
- Chiu, W., Lee, Y., & Won, D. (2016). Bifactor analysis of motivation for charity sport event participation. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 13, 1-13. <https://doi.org/10.1007/s12208-015-0141-8>
- Cho, H., Li, C., & Wu, Y. (2020). Understanding sport event volunteers' continuance intention: an environmental psychology approach. *Sport Management Review*, 23(4), 615-625. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2019.08.006>
- Cho, S. S., & Yeo, Y. (2018). Motivation and satisfaction of volunteers at local festival: the case of the 18th Gokseong Simcheong Festival. *International Journal of Advanced Culture Technology*, 6(4), 247–254. <https://doi.org/10.17703/IJACT2018.6.4.247>
- Clark, C., Smuk, M., Cummings, S., Eldridge, S., Fahy, A., Lewis, D., Moore, D. G., Smith, N., Taylor, S. J. C., & Stansfeld, S. A. (2018). An Olympic Legacy? Does the urban regeneration associated with the London 2012 Olympic Games impact on adolescent mental health? *American Journal of Epidemiology*, 187(3), 474–483. <https://doi.org/10.1093/aje/kwx205>
- Clary, E. G., & Snyder, M. (1999). The motivations to volunteer: theoretical and practical considerations. *Current Directions in Psychological Science*, 8(5), 156–159. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00037>
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: a functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1516-1530. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.74.6.1516>
- Cnaan, R. A., & Goldberg, R. S. (1991). Measuring motivation to volunteer in human services. *Journal of Applied Behavioral Science*, 27(3), 269–284. <https://doi.org/10.1177/0021886391273003>
- Cohen, A. (2009). Welfare clients' volunteering as a means of empowerment. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38(3), 522–534. <https://doi.org/10.1177/0899764008320196>

- Conference Board of Canadá (2018). *The Value of Volunteering in Canada*. Volunteer Canada.
- Costa, C. A., Chalip, L., Green, B. C., & Simes, C. (2006). Reconsidering the role of training in event volunteers' satisfaction. *Sport Management Review*, 9(2), 165–182. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(06\)70024-9](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(06)70024-9)
- Coyne, B. S., & Coyne Sr, E. J. (2001). Getting, keeping and caring for unpaid volunteers for professional golf tournament events. *Human Resource Development International*, 4(2), 199–216. <https://doi.org/10.1080/13678860121999>
- Curran, R., Taheri, B., MacIntosh, R., & O’Gorman, K. (2016). Nonprofit brand heritage: its ability to influence volunteer retention, engagement and satisfaction on profit brand heritage. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(6), 1234–1257. <https://doi.org/10.1177/0899764016633532>
- Cuskelly, G. (2011). *Sport volunteers literature review*. Australian Sports Commission.
- Cuskelly, G., & Boag, A. (2001). Organisational commitment as a predictor of committee member turnover among volunteer sport administrators: results of a time-lagged study. *Sport Management Review*, 4(1), 65–86. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(01\)70070-8](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(01)70070-8)
- Cuskelly, G., Auld, C., Harrington, M., & Coleman, D. (2004). Predicting the behavioral dependability of sport event volunteers. *Event Management*, 9(1-2), 73-89. <https://doi.org/10.3727/1525995042781011>
- Cuskelly, G., Fredline, L., Kim, E., & Kappelides, P. (2021). Volunteer selection at a major sport event: a strategic human resource management approach. *Sport Management Review*, 24(1), 116–133. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002>
- Cuskelly, G., Hoye, R., & Auld, C. J. (2006). *Working with volunteers in sport: Theory and practice* (1st ed.). Routledge.
- Daitch, R., Short, M. P., Bertolini, R., & MacPherson, M. (2005). *It’s a noble choice they’ve made: Sport volunteerism in small communities in the Northwest Territories*. Knowledge Development Centre.
- Dávila, M. C. & Chacón, F. (2004). Factores psicosociales y tipo de voluntariado. *Psicothema*, 16(4), 639-645.
- Dávila, M. C., & Chacón, F. (2007). Prediction of longevity of volunteer service: a basic alternative proposal. *The Spanish Journal of Psychology*, 10(1), 115–121.

- Dávila, M. C., & Díaz-Morales, J. F. (2009). Age and motives for volunteering: further evidence. *Europe's Journal of Psychology*, 5(2), 82-95.
- Davis, M. H., Hall, J. A., & Meyer, M. (2003). The first year: Influences on the satisfaction, involvement, and persistence of new community volunteers. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(2), 248–260. <https://doi.org/10.1177/0146167202239050>
- Devereux, P., Paull, M., Hawkes, M., & Georgeou, N. (2017). Volunteering and the UN Sustainable Development Goals: finding common ground between national and international volunteering agendas? *Third Sector Review*, 23(1), 209-234.
- Dickson, T. J., Benson, A. M., & Terwiel, F. A. (2014). Mega-event volunteers, similar or different? Vancouver 2010 vs London 2012. *International Journal of Event and Festival Management*, 5(2), 164-179. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-07-2013-0019>
- Dickson, T. J., Benson, A. M., Blackman, D. A., & Terwiel, A. F. (2013). It's All About the Games! 2010 Vancouver Olympic and Paralympic Winter Games Volunteers. *Event Management*, 17(1), 77-92. <https://doi.org/10.3727/152599513X13623342048220>
- Dickson, T. J., Darcy, S., & Benson, A. M. (2017). Volunteers with Disabilities at the London 2012 Olympic and Paralympic Games: Who, why, and will they do it again? *Event Management*, 21(3), 301-318. <https://doi.org/10.3727/152599517X14942648527527>
- Dickson, T. J., Darcy, S., & Pentifallo, C. (2020). Ensuring volunteer impact, legacy and leveraging is not 'fake news': lessons from the 2015 FIFA Women's World Cup. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 683–705. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2019-0370>
- Dickson, T. J., Darcy, S., Edwards, D., & Terwiel, F. A. (2015). Sport mega-event volunteers' motivations and post-event intention to volunteer: the Sydney World Masters Games, 2009. *Event Management*, 19(2), 227-245. <https://doi.org/10.3727/152599515X14297053839692>.
- Do Paço, A., & Agostinho, D. (2012). Does the kind of bond matter? The case of food bank volunteer. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 9(2), 105-118. <https://doi.org/10.1007/s12208-012-0081-5>
- Doherty, A. (2009). The volunteer legacy of a major sport event. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1(3), 185–207. <https://doi.org/10.1080/19407960903204356>

- Doherty, A., & Carron, A. V. (2003). Cohesion in volunteer sport executive committees. *Journal of Sport Management*, 17(2), 116–141. <https://doi.org/10.1123/jsm.17.2.116>
- Doherty, A., & Patil, S. (2019). Reflections on major sport event volunteer legacy research. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11(1), 34–42. <https://doi.org/10.1080/19407963.2019.1569433>
- Doherty, A., & Price, M. E. (2005). *A profile of community sport volunteers*. Ontario Trillium Foundation.
- Dolan, P., Kavetsos, G., Krekel, C., Mavridis, D., Metcalfe, R., Senik, C., Szymanski, S., & Ziebarth, N. R. (2019). Quantifying the intangible impact of the Olympics using subjective well-being data. *Journal of Public Economics*, 177, 104043. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2019.07.002>
- Domínguez-Lara, S. (2018). Effect size, a quick guide. *Educación Médica*, 19(4), 251–254. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2017.07.002>
- Downward, P., & Ralston, R. (2005). Volunteer motivation and expectations prior to the XV Commonwealth Games in Manchester, UK. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 2(1), 17–26. <https://doi.org/10.1080/14790530500072310>
- Downward, P., & Ralston, R. (2006). The sports development potential of sports event volunteering: insights from the XVII Manchester Commonwealth Games. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 333–351. <https://doi.org/10.1080/16184740601154474>
- Downward, P., Hallmann, K., & Rasciute, S. (2020). Volunteering and Leisure Activity in the United Kingdom: A Longitudinal Analysis of Males and Females. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 49(4), 757–775. <https://doi.org/10.1177/0899764020901815>
- Downward, P., Lera-López, F., & Rasciute, S. (2014). The correlates of sports participation in Europe. *European Journal of Sport Science*, 14(6), 592–602. <https://doi.org/10.1080/17461391.2014.880191>
- Downward, P., Lumsdon, L., & Ralston, R. (2005). Gender differences in sports event volunteering: Insights from Crew 2002 at the XVII Commonwealth Games. *Managing Leisure*, 10(4), 219–236. <https://doi.org/10.1080/13606710500348086>
- Drafke, M., & Kossen, S. (2002). *Human Side of Organizations*. Pearson.

- Duarte-Muñoz, M., & Meyer, T. (2020). Infectious diseases and football – lessons not only from COVID-19. *Science and Medicine in Football*, 4(2), 85–86. <https://doi.org/10.1080/24733938.2020.1749422>
- Dunn, J., Chambers, S. K., & Hyde, M. K. (2015). Systematic review of motives for episodic volunteering. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 27, 425-264. <https://doi.org/10.1007/s11266-015-9548-4>
- Ellison, F., & Kerr, H. (2014). *The student volunteering landscape*. National Union of Students.
- Elstad, B. (1996). Volunteer perception of learning and satisfaction in a mega-event: the case of the XVII Olympic Winter Games in Lillehammer. *Festival Management and Event Tourism*, 4(3–4), 75–83. <https://doi.org/10.3727/106527096792195290>
- Elstad, B. (2002). Continuance commitment and reasons to quit: a study of volunteers at a jazz festival. *Event Management*, 8(2), 99–108. <https://doi.org/10.3727/152599503108751757>
- Engelberg, T., Zakus, D. H., Skinner, J. L., & Campbell, A. (2012). Defining and Measuring Dimensionality and Targets of the Commitment of Sport Volunteers. *Journal of Sport Management*, 26(2), 192–205. <https://doi.org/10.1123/jsm.26.2.192>
- Eppler, M. A., Ironsmith, M., Dingle, S. H., & Errickson, M. A. (2011). Benefits of Service-Learning for Freshmen College Students and Elementary School Children. *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*, 11(4), 102–115.
- European Commission (2015). *Flash Eurobarometer 408: European Youth*. European Commission.
- European Commission (2018). *Special Eurobarometer 472: Sport and physical activity*. European Commission.
- Evans, A. B., Blackwell, J., Dolan, P., Fahlén, J., Hoekman, R., Lenneis, V., McNarry, G., Smith, M., & Wilcock, L. (2020). Sport in the face of the COVID-19 pandemic: towards an agenda for research in the sociology of sport. *European Journal for Sport and Society*, 17(2), 85–95. <https://doi.org/10.1080/16138171.2020.1765100>
- Event Academy. (2015). *Volunteer at the London marathon*. Event Academy. <https://eventacademy.com/careers/running-events-volunteering-at-the-london-marathon/>

- Fairley, S., & Phillips, P. (2018). Australia. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports Volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 7–20). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Fairley, S., Green, B. C., O'Brien, D., & Chalip, L. (2014). Pioneer volunteers: the role identity of continuous volunteers at sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 19(3–4), 233–255. <https://doi.org/10.1080/14775085.2015.1111774>
- Fairley, S., Kellett, P., & Green, B. C. (2007). Volunteering abroad: motives for travel to volunteer at the Athens Olympic Games. *Journal of Sport Management*, 21(1), 41–57. <https://doi.org/10.1123/jsm.21.1.41>
- Farr, J. R., & Green, B. C. (2018). United States. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 291–302). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Farrell, J. M., Johnston, M. E., & Twynam, G. D. (1998). Volunteer motivation, satisfaction, and management at an elite sporting competition. *Journal of Sport Management*, 12(4), 288–300. <https://doi.org/10.1123/jsm.12.4.288>
- Feiler, S., Rossi, L., & Hallmann, K. (2018). Germany. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 103–114). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Ferrando, P. J., & Lorenzo-Seva, U. (2017). Program FACTOR at 10: Origins, development and future directions. *Psicothema*, 29(2), 236–240. <https://doi.org/10.7334/psicothema2016.304>
- Ferreira, M. R., Proença, T., & Proença, J. F. (2012). Motivation among hospital volunteers: an empirical analysis in Portugal. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 9(2), 137–152. <https://doi.org/10.1007/s12208-012-0083-3>
- FIFA. (2018). *Results of the 2018 FIFA World Cup Russia: volunteer campaign published*. <https://www.fifa.com/tournaments/mens/worldcup/2018russia/news/results-of-the-2018-fifa-world-cup-russiatm-volunteer-campaign-published>

- Finkelstein, M. A. (2008). Volunteer satisfaction and volunteer action: a functional approach. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 36(1), 9–18. <https://doi.org/10.2224/sbp.2008.36.1.9>
- Finkelstein, M. A., Penner, L. A., & Brannick, M. T. (2005). Motive, role identity and prosocial personality as predictors of volunteer activity. *Social Behavior and Personality*, 33(4), 403-418. doi:10.2224/sbp.2005.33.4.403.
- Francis, J. E., & Jones, M. (2012). Emergency service volunteers: a comparison of age, motives and values. *Australian Journal of Emergency Management*, 27(4), 27-32.
- Francis, J., & Jones, M. (2012). Emergency service volunteers: a comparison of age, motives and values. *Australian Journal of Emergency Management*, 27(4), 23–28.
- Frawley, S. (2015). Organizational power and the management of a mega-event: the case of Sydney 2000. *Event Management*, 19(2), 247–260. <https://doi.org/10.3727/152599515X14297053839737>
- Fresno, J. M., & Tsolakis, A. (2012). *Profundizar en el voluntariado: Los retos hasta 2020*. Plataforma del Voluntariado de España.
- Fujiwara, D., Lawton, R., & Watt, W. (2018). *Using behavioural science to recruit and retain volunteers more effectively*. Sport+Recreation Alliance.
- Fundación Mutua Madrileña. (2020). *VII Estudio sobre voluntariado Universitario 2019*. Fundación Mutua Madrileña.
- Galindo-Kuhn, R., & Guzley, R. M. (2002). The Volunteer Satisfaction Index. *Journal of Social Service Research*, 28(1), 45–68. https://doi.org/10.1300/J079v28n01_03
- García-González, R., Morales-Sánchez, V., Hernández-Mendo, A., & Chica, E. (2011). A tool to assess the quality and retention in the sport volunteers. *Cuadernos de Psicología Del Deporte*, 11(2), 171–178. <https://doi.org/10.6018/cpd>
- Gellweiler, S., Fletcher, T., & Wise, N. (2017). Exploring experiences and emotions sport event volunteers' associate with 'role exit'. *International Review for the Sociology of Sport*, 54(4), 495–511. <https://doi.org/10.1177/1012690217732533>
- Georgiadis, T., Spiliopoulos, P., Rampotas, C., & Rampotas, G. (2006). Motivation and volunteer participation in the «Athens 2004» Olympic Games. *Sport Management International Journal*, 2(1), 65–89.

- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management, 52*, 593-631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Giannoulakis, C., & Wang, C.-H. (2008). *An empirical model of sport volunteer experience: the case of the 2006 Asian Games*. 281-282. Conference of the North American Society for Sport Management, Toronto, Ontario.
- Giannoulakis, C., Wang, C.-H., & Felver, N. (2015). A modeling approach to sport volunteer satisfaction. *International Journal of Event and Festival Management, 6*(3), 182–199. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-04-2014-0010>
- Giannoulakis, C., Wang, C.-H., & Gray, D. (2007). Measuring volunteer motivation in mega-sporting events. *Event Management, 11*(4), 191–200. <https://doi.org/10.3727/152599508785899884>
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Polity Press.
- Gidron, B. (1983). Sources of job satisfaction among service volunteers. *Journal of Voluntary Action Research, 12*(1), 20–35. <https://doi.org/10.1177/089976408301200105>
- Gil, M. (2017). *Los pilares de la sociedad emergente del s. XXI: voluntariado de acción social y sus motivaciones* [Dissertation]. Universidad de Valencia
- Gillespie, A. A., Gottlieb, B. H., & Maitland, S. B. (2011). Goals and personal resources that contribute to the development and agency attachment of older adult volunteers. *Canadian Journal on Aging, 30*(1), 101–111. <https://doi.org/10.1017/S0714980810000802>
- Global Times (2019). *More than 100 million Chinese register to volunteer*. <https://www.globaltimes.cn/content/1138421.shtml>
- GoAbroad (2019). *10 Best types of volunteer work abroad in 2019*. GoAbroad.Com. <https://www.goabroad.com/articles/volunteer-abroad/best-types-volunteer-work-abroad-in-2019>
- Goulding, C. (2000). The commodification of the past, postmodern pastiche, and the search for authentic experiences at contemporary heritage attractions. *European Journal of Marketing, 34*(7), 835–853. <https://doi.org/10.1108/03090560010331298>

- Grayson, K., & Martinec, R. (2004). Consumer perceptions of iconicity and indexicality and their influence on assessments of authentic market offerings. *Journal of Consumer Research*, 31(2), 296–312. <https://doi.org/10.1086/422109>
- Greenslade, J. H., & White, K. M. (2005). The prediction of above-average participation in volunteerism: A test of the theory of planned behaviour and the volunteers' functions inventory in older Australian adults. *Journal of Social Psychology*, 145(2), 155–172. <https://doi.org/10.3200/SOCP.145.2.155-172>
- Grönlund, H., Holmes, K., Kang, C., Cnaan, R. A., Handy, F., Brudney, J. L., ... & Zrinščak, S. (2011). Cultural values and volunteering: a cross-cultural comparison of students' motivation to volunteer in 13 countries. *Journal of Academic Ethics*, 9(2), 87-106. <https://doi.org/10.1007/s10805-011-9131-6>
- Gujarati, D., & Porter, D. (2009). *Econometría*. McGraw-Hill.
- Güntert, S. T., Neufeind, M., & Wehner, T. (2015). Motives for event volunteering: extending the functional approach. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 44(4), 686–707. <https://doi.org/10.1177/0899764014527797>
- Hackett, R. D., Bycio, P., & Haudorf, P. A. (1994). Further assessments of Meyer and Allen's (1991) three-component model of organizational commitment. *Journal of Applied Psychology*, 79(1), 15–23. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.79.1.15>
- Haerpfner, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., Lagos, M., Norris, P., Ponarin, E., & Puranen, B. (2020). *World Values Survey Wave 7 (2017-2020)*. D Systems Institute & WVSA Secretaria. <https://doi.org/10.14281/18241.13>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice-Hall.
- Hallmann, K. & Harms, G. (2012). Determinants of volunteer motivation and their impact on future voluntary engagement: a comparison of volunteer's motivation at sport events in equestrian and handball. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(3), 272–291. <https://doi.org/10.1108/17582951211262701>
- Hallmann, K., Downward, P., & Dickson, G. (2018). Factors influencing time allocation of sport event volunteers. *International Journal of Event and Festival Management*, 9(3), 316–331. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-01-2018-0004>

- Hallmann, K., Zehrer, A., Fairley, S., & Rossi, L. (2020). Gender and volunteering at the special olympics: interrelationships among motivations, commitment, and social capital. *Journal of Sport Management*, 34(1), 77–90. <https://doi.org/10.1123/jsm.2019-0034>
- Hamm, S., MacLean, J., & Misener, K. (2008). Understanding the commitment and motivation of episodic volunteers for a large sporting event. *The International Journal of Volunteer Administration*, 25(3), 26–38.
- Han, K., & Nguyen, S. (2008). A comparison of motivations of american and japanese volunteers in ladies professional golf association tournaments. *The International Journal of Volunteer Administration*, 25(3), 39–49.
- Han, K., Quarterman, J., Strigas, E., Ha, J., & Lee, S. (2013). Committed sport event volunteers. *ICHPER-SD, Journal of Research in Health Physical Education, Recreation, Sport & Dance*, 8(2), 45–54.
- Handy, F., Cnaan, R. A., Hustinx, L., Kang, C., Brudney, J. L., Haski-Leventhal, D., & Zrinscak, S. (2010). A cross-sectional examination of student volunteering: is it all about resume building? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 39, 498-523. <https://doi.org/10.1177/0899764009344353>
- Harrison-Walker, L. J. (2001). The measurement of word-of-mouth communication and an investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.1177/109467050141006>
- Hassan, D., & Harding, C. (2018). Motorsport volunteerism: a form of social contract? *Sport in Society*, 21(5), 815–832. <https://doi.org/10.1080/17430437.2018.1400765>
- Hayton, J. (2015). Sport volunteering on University-Led Outreach Projects: a space for developing social capital? *Journal of Sport and Social Issues*, 40(1), 38-61. <https://doi.org/10.1177/0193723515576598>
- Herzberg, F. (1968). *One more time: How do you motivate employees* (Vol. 65). Harvard Business Review.
- Herzberg, F. I. (1966). *Work and the Nature of Man*. World Pub. Co.
- Hesenler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In R. R. Sinkovics & P. N. Ghauri (Eds.), *New*

- Challenges to international marketing* (Vol. 20, pp. 277–319). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Himanen, K. (2012). *Volunteers at cycling race events: antecedents of commitment and intention to remain*. Universitetet i Stavanger.
- Hitt, B. (2017). *1984 Los Angeles Olympics volunteers reunite 33 years later*. Abc7. <https://abc7.com/1984-los-angeles-olympics-summer-games-volunteers-33-years/2258338/>
- Hodgkinson, V. A. (2003). Volunteering in Global Perspective. En P. Dekker & L. Halman (Eds.), *The values of volunteering. nonprofit and civil society studies* (pp. 35-53). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-0145-9_3
- Holmes, K., & Smith, K. (2009). *Managing volunteers in tourism: Attractions, destinations and events*. Butterworth-Heinemann.
- Holmes, K., Nichols, G., & Ralston, R. (2018). It's a once-in-a-lifetime experience and opportunity—deal with it! volunteer perceptions of the management of the volunteer experience at the London 2012 Olympic Games. *Event Management*, 22(3), 389–403. <https://doi.org/10.3727/152599518X15252895715050>
- Holmes, K., Paull, M., Haski-Leventhal, D., MacCallum, J., Omari, M., Walker, G., Scott, R., Young, S., & Maher, A. (2020). A continuum of university student volunteer programme model. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/1360080X.2020.1804658>
- Homans, G. C. (1958). Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606.
- Howard, J., & Burns, D. (2015). Volunteering for development within the new ecosystem of international development. *IDS Bulletin*, 46(5), 5-16. <https://doi.org/10.1111/17595436.12171>
- Howes, J. (2016). *A Qualitative study of sport event volunteer management* [Dissertation]. University of Northern Colorado.
- Hoye, R., & Cuskelly, G. (2009). The psychology of sport event volunteerism: A review of volunteer motives, involvement and behaviour. In T. Baum, M. Deery, C. Hanlon, L. Lockstone-Binney & K. Smith, K. (Eds). *People and work in events and conventions: A research perspective* (pp. 171–180). CABI. 10.1079/9781845934767.0171

- Hoye, R., Cuskelly, G., Auld, C. J., Kappelides, P., & Misener, K. (2019). *Sport volunteering* (1st ed.). Taylor & Francis Group.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cut-off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling, 6*(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Hudson, B. T. (2011). Brand heritage and the renaissance of Cunard. *European Journal of Marketing, 45*(9/10), 1538–1556.
- Hudson, B. T. (2015). Brand Heritage. In C. L. Cooper (Ed.), *Wiley Encyclopedia of Management* (pp. 1–2). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090025>
- Hur, M. H. (2006). Empowerment in terms of theoretical perspectives: exploring a typology of the process and components across disciplines. *Journal of Community Psychology, 34*(5), 523–540. <https://doi.org/10.1002/jcop.20113>
- Hwang, G., & Chung, K.-S. (2018). South Korea. In K. Hallmann, & S. Fairley (Eds.), *Sports Volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 225–236). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Hwang, J., Zhang, J. J., & Hinterlong, J. (2020). Differentiating motivations of marathon event volunteers by demographic characteristics. *International Journal of Sport Management, 21*(1), 1-16.
- Hyde, M. K., Dunn, J., Wust, N., Bax, C., & Chambers, S. K. (2016). Satisfaction, organizational commitment and future action in charity sport event volunteers. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 21*(3), 148–167. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1552>
- Ikeji, T., Ito, E., Fairley, S., & Yamaguchi, S. (2018). Japan. En K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports Volunteers around the Globe: Meaning and Understanding of volunteering and its Societal Impact* (Vol. 15, pp. 125-136). Springer.
- Independent Sector (2016). *Independent sector releases 2016 value of volunteer time of \$24.14 per hour*. Independent Sector. <https://independentsector.org/news-post/value-volunteer-time/>
- Independent Sector (2018). *Value of volunteer time*. Independent Sector. <https://independentsector.org/value-ofvolunteer-time-2018/>

- International Labour Organization (2011). *Manual of the measurement of volunteer work*. International Labour Office, Switzerland.
- International Olympic Committee (2019). *Volunteers: the "heartbeat" of Olympic legacy*. International Olympic Committee. <https://olympics.com/ioc/news/volunteers-the-heartbeat-of-olympic-legacy>
- Jarosz, F. (2012). Throng of volunteers involved in staging Super Bowl. *Indianapolis Business Journal*, 32(46), 1–26.
- Jarvis, N., & Blank, C. (2011). The importance of tourism motivations among sport event volunteers at the 2007 World Artistic Gymnastics Championships, Stuttgart, Germany. *Journal of Sport & Tourism*, 36(2), 129–147. <https://doi.org/10.1080/14775085.2011.568089>
- Jiang, K., Potwarka, L. R., & Xiao, H. (2017). predicting intention to volunteer for mega-sport events in China: the case of Universiade event volunteers. *Event Management*, 21(6), 713–728. <https://doi.org/10.3727/152599517X15073047237232>
- Johnson, J. E., Giannoulakis, C., Felver, N., Judge, L. W., David, P. A., & Scott, B. F. (2017). Motivation, satisfaction, and retention of sport management student volunteers. *Journal of Applied Sport Management*, 9(1), 1–26. <https://doi.org/10.18666/JASM-2017-V9-I1-7450>
- Johnson, J. E., Giannoulakis, C., Scott, B. F., Felver, N., & Judge, L. W. (2016). Gender differences in motivation, satisfaction, and retention of sport management undergraduate student volunteers. *Indiana Association for Health, Physical Education, Recreation and Dance*, 45(3), 40-45.
- Johnston, M. E., Twynam, G. D., & Farrell, J. M. (1999). Motivation and satisfaction of event volunteers for a major youth organization. *Leisure/Loisir*, 24(1-2), 161-177. <https://doi.org/10.1080/14927713.1999.9651263>
- Jump. (2019). *Lifecycle of volunteering in sport. Who volunteers, when and why*. Jump.
- Kals, E., & Strubel, I. T. (2017). Volunteering to support refugees: a question of one's scope of justice. *Refuge: Canada's Journal on Refugees*, 33(2), 66-77.
- Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24(2), 163-204. <https://doi.org/10.1086/266945>

- Kemp, S. (2002). The hidden workforce: volunteers' learning in the Olympics. *Journal of European Industrial Training*, 26(2/3/4), 109–116.
<https://doi.org/10.1108/03090590210421987>
- Kenyatta, G. N. & Zani, A. P. (2014). An evaluation of the motives behind volunteering and existing motivational strategies among voluntary organizations in Kenya. *Research on Humanities and Social Sciences*, 4(23), 84-95.
- Khoo, S., & Engelhorn, R. (2007). Volunteer motivations for the Malaysian Paralympiad. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 4(3), 159-167.
<https://doi.org/10.1080/14790530701733413>
- Khoo, S., & Engelhorn, R. (2011). Volunteer motivations at a national Special Olympics Event. *Adapted Physical Activity Quarterly*, 28, 27-39.
- Khoo, S., Surujlal, J., & Engelhorn, R. (2011). Motivation of volunteers at disability sports events: A comparative study of volunteers in Malaysia, South Africa and the United States. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 9(1), 356-371.
- Kim, B. J., Kim, M. H., & Lee, J. (2019a). Congruence matters: volunteer motivation, value internalization, and retention. *Journal of Organizational Psychology*, 19(5).
<https://doi.org/10.33423/jop.v19i5.2510>
- Kim, D., Park, C., Kim, H., & Kim, J. (2019e). Determinants and outcomes of volunteer satisfaction in mega sports events. *Sustainability*, 11(7), 1859.
<https://doi.org/10.3390/su11071859>
- Kim, E. (2018). A systematic review of motivation of sport event volunteers. *World Leisure Journal*, 60(4), 306–329. <https://doi.org/10.1080/16078055.2017.1373696>
- Kim, E., & Cuskelly, G. (2017). A systematic quantitative review of volunteer management in events. *Event Management*, 21(1), 83-100.
<https://doi.org/10.3727/152599517X14809630271195>
- Kim, E., Cuskelly, G., & Fredline, L. (2020). Motivation and psychological contract in sport event volunteerism: the impact of contract fulfilment on satisfaction and future behavioral intention. *Event Management*, 24(4), 463–479.
<https://doi.org/10.3727/152599519X15506259856110>

- Kim, E., Fredline, L., & Cuskelly, G. (2018). Heterogeneity of sport event volunteer motivations: a segmentation approach. *Tourism Management*, 68, 375-386. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.04.004>
- Kim, H., Choe, Y., Kim, D., & Kim, J. (2019d). For sustainable benefits and legacies of mega-events: a case study of the 2018 PyeongChang Winter Olympics from the perspective of the volunteer co-creators. *Sustainability*, 11(9), 2473. <https://doi.org/10.3390/su11092473>
- Kim, M., Chelladurai, P., & Trail, G. T. (2007). A model of volunteer retention in youth sport. *Journal of Sport Management*, 21(2), 151-171. <https://doi.org/10.1123/jsm.21.2.151>.
- Kim, M., Kim, S. S. K., Kim, M., & Zhang, J. J. (2019c). Assessing volunteer satisfaction at the London Olympic Games and its impact on future volunteer behaviour. *Sport in Society*. <https://doi.org/10.1080/17430437.2019.161692>
- Kim, M., Zhang, J. J., & Connaughton, D. P. (2010a). Modification of the Volunteer Functions Inventory for application in youth sports. *Sport Management Review*, 31(1), 25–38. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2009.04.005>
- Kim, M., Zhang, J. J., & Connaughton, D. P. (2010b). Comparison of volunteer motivations in different youth sport organizations. *European Sport Management Quarterly*, 10(3), 343-365. <https://doi.org/10.1080/16184741003770198>
- Kim, S.-B., Alexander, A., & Kim, D.-Y. (2019b). Volunteers' motivation, satisfaction, and intention to volunteer in the future: the London 2012 Olympic Games. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 31(7), 431-454. <https://doi.org/10.31336/JTLR.2019.7.31.7.431>
- Ki-Moon, B. (2016, febrero 16). *Remarks on value of hosting mega sport events as a social, economic and environmental sustainable development tool*. United Nations. <https://www.un.org/sg/en/content/sg/speeches/2016-02-16/remarks-value-hosting-mega-sport-events-social-economic-and>
- Kline, R. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Press.
- Knoke, D., & Prenskey, D. (1984). What relevance do organization theories have for voluntary associations? *Social Science Quarterly*, 65(1), 3–20.
- Kodama, E., Doherty, A., & Popovic, M. (2013). Front line insight: an autoethnography of the Vancouver 2010 volunteer experience. *European Sport Management Quarterly*, 13(1), 76–93. <https://doi.org/10.1080/16184742.2012.742123>

- Kohe, G. Z., & Collison, H. (2019). *Sport, education and corporatisation: spaces of connection, contestation and creativity*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781351128865>
- Koutrou, N. (2018). The Impact of the 2010 Women's Rugby World Cup on sustained volunteering in the rugby community. *Sustainability*, 10(4), 1030.
<https://doi.org/10.3390/su10041030>
- Koutrou, N., & Downward, P. (2016). Event and club volunteer potential: the case of women's rugby in England. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 8(2), 207–230. <https://doi.org/10.1080/19406940.2015.1102756>
- Koutrou, N., & Kohe, G. Z. (2021). Transnational unities, challenges and opportunities for sport volunteering: Lessons from the European PlayGreen project. *Sport in Society*, 24(7), 1249–1266. <https://doi.org/10.1080/17430437.2021.1925251>
- Koutrou, N., & Pappous, A. N. (2016). Towards an Olympic volunteering legacy: motivating volunteers to serve and remain – a case study of London 2012 Olympic Games volunteers. *Voluntary Sector Review*, 7(3), 269–291.
<https://doi.org/10.1332/096278916X14767760874050>
- Koutrou, N., Pappous, A., & Johnson, A. (2016). Post-Event Volunteering Legacy: did the London 2012 Games induce a sustainable volunteer engagement? *Sustainability*, 8, 1221. <https://doi.org/10.3390/su8121221>
- Kramer, M. W., Austin, J. T., & Hansen, G. J. (2021). Toward a model of the influence of motivation and communication on volunteering: expanding Self-Determination Theory. *Management Communication Quarterly*, 089331892110239.
<https://doi.org/10.1177/08933189211023993>
- Kristiansen, E., Skille, E. Å., & Hanstad, D. V. (2014). From community based identities to individual benefits for volunteers. *Scandinavian Sport Studies Forum*, 5, 47–68.
- Kristiansen, E., Skirstad, B., Parent, M. M., & Waddington, I. (2014). 'We can do it': Community, resistance, social solidarity, and long-term volunteering at a sport event. *Sport Management Review*, 18(2), 256–267.
<https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.06.002>
- Kulik, L. (2007). Predicting responses to volunteering among adolescents in israel: the contribution of personal and situational variables. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 18(1), 35–54.

- Kulik, L., Arnon, L., & Dolev, A. (2016). Explaining satisfaction with volunteering in emergencies: comparison between organized and spontaneous volunteers in operation protective edge. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 27(3), 1280–1303. <https://doi.org/10.1007/s11266-015-9671-2>
- Kumar, V., Pozza, I. D., & Ganesh, J. (2013). Revisiting the satisfaction–loyalty relationship: empirical generalizations and directions for future research. *Journal of Retailing*, 89(3), 246–262. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2013.02.001>
- Kumnig, M., Schnitzer, M., Beck, T. N., Mitmansgruber, H., Jowsey, S. G., Kopp, M., & Rumpold, G. (2015). Approach and avoidance motivations predict psychological well-being and affectivity of volunteers at the Innsbruck 2008 Winter Special Olympics. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26, 801–822. <https://doi.org/10.1007/s11266-014-9462-1>
- Kylander, N., & Stone, C. (2012). The role of brand in the nonprofit sector. *Stanford Social Innovation Review*, 10(2), 35–41.
- Lachance, E. L. (2021). COVID-19 and its impact on volunteering: moving towards virtual volunteering. *Leisure Sciences*, 43(1–2), 104–110. <https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1773990>
- Lachance, E. L., & Parent, M. M. (2020). The volunteer experience in a para-sport event: an autoethnography. *Journal of Sport Management*, 34(2), 93–102. <https://doi.org/10.1123/jsm.2019-0132>
- Lachance, E. L., & Parent, M. M. (2021). Understanding the sport event volunteer experience in the implementation mode of a para-sport event: an autoethnography. *Event Management*. <https://doi.org/10.3727/152599520X15894679115556>
- Lachance, E. L., Bakhsh, J. T., Thompson, A., & Parent, M. M. (2021). What predicts the sport event volunteer experience? Examining motivation, satisfaction, commitment, and sense of community. *Event Management*. <https://doi.org/10.3727/152599521X16106577965107>
- Lamb, D., & Ogle, A. (2018). Uncovering the motives and experiences of locally sourced volunteers at two events in Metropolitan Perth, Western Australia. *Event Management*, 22(1), 65–78. <https://doi.org/10.3727/152599517X15111988554008>

- Lamb, D., & Ogle, A. (2019). What preevent motives determine the decision to volunteer at a sporting event: how can Herzberg's Two-Factor Theory Help? *Event Management*, 23(4–5), 495–510. <https://doi.org/10.3727/152599519X15506259855643>
- Laverie, D. A., & Arnett, D. B. (2000). Factors Affecting fan attendance: the influence of identity salience and satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 32(2), 225-246. <https://doi.org/10.1080/00222216.2000.11949915>
- Lawler, E. J. (2001). The affect Theory of Social Exchange. *The American Journal of Sociology*, 107(2), 321–352.
- Ledford, A., Mitchell, A., & Scheadler, T. (2018). Experiencing a Super Bowl: the motivations of student volunteers at a mega-event. *The Sport Journal*, 21(1), 1-15.
- Lee, C.-K., Reisinger, Y., Kim, M. J., & Yoon, S.-M. (2014b). The influence of volunteer motivation on satisfaction, attitudes, and support for a mega-event. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 37–48. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.003>
- Lee, K.-H., Alexander, A. C., & Kim, D.-Y. (2013). Motivational factors affecting volunteer intention in local events in the United States. *Journal of Convention & Event Tourism*, 14(4), 271–292. <https://doi.org/10.1080/15470148.2013.816646>
- Lee, S. P. (2021). Exploring a model of structural relationship for corporate engagement in sustainable volunteer management. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. <https://doi.org/10.1007/s11266-021-00362-6>
- Lee, Y., Won, D., & Bang, H. (2014a). Why do event volunteers return? Theory of planned behavior. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 11, 229–241. <https://doi.org/10.1007/s12208-014-0117-0>
- Lee, Z. (2013). Rebranding in brand-oriented organisations: exploring tensions in the nonprofit sector. *Journal of Marketing Management*, 29(9–10), 1124–1142. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.812978>
- Leiter, M. P., & Bakker, A. B. (2010). Work engagement: Introduction. In A. B. Bakker & M. P. Leiter (Eds.), *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research* (pp. 1–9). Psychology Press.
- Ley 4/2018, de 8 de mayo, Andaluza del Voluntariado, Pub. L. No. 4/2018, 26 (2018). <https://www.boe.es/eli/es-an/l/2018/05/08/4/con>

- Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado., Pub. L. No. 45/2015, 20 (2015).
<https://www.boe.es/eli/es/l/2015/10/14/45/con>
- Li, C., Cho, H., & Wu, Y. (2021). Basic psychological need profiles and correlates in volunteers for a national sports event. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. <https://doi.org/10.1007/s11266-020-00307-5>
- Lim, J. P. S., & Mohamad, H. (2020). An exploratory study into the motivations of green volunteers at the 29th southeast Asian Games. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 9(1), 73–101.
- Lin, T. (2018). *An integrated model of volunteers' motivations, interpersonal exchange and behavioral intentions: A case of event volunteers* [Dissertation]. Oklahoma State University.
- Live & Learn. (2018). *5 types of volunteer work*. *Live & Learn: A Project of English Online Inc.* <https://livelearn.ca/article/community-circles/5-types-of-volunteer-work/>
- Llopis-Roig, R., & García-Alcober, M. P. (2018). Spain. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 237–248). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 1297–1349). Rand McNally.
- Lockstone-Binney, L., & Ong, F. (2021). The sustainable development goals: the contribution of tourism volunteering. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1919686>
- Lockstone-Binney, L., Holmes, K., Smith, K., & Baum, T. (2010). Volunteers and volunteering in leisure: Social Science perspectives. *Leisure Studies*, 29(4), 435-455. <https://doi.org/10.1080/02614367.2010.527357>
- Lockstone-Binney, L., Holmes, K., Smith, K., Baum, T., & Storer, C. (2015). Are all my volunteers here to help out? Clustering event volunteers by their motivations. *Event Management*, 19(4), 461-477. <https://doi.org/10.3727/152599515X14465748512605>
- Lorendahl, B. (1999). Trabajo y bienestar a través de las organizaciones del Tercer Sector. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 33, 9–28.

- Love, A., Hardin, R., Koo, G. Y., & Morse, A. (2011). Effects of motives on satisfaction and behavioral intentions of volunteers at a PGA tour event. *International Journal of Sport Management*, 12(1), 86–101. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2458102>
- Lucassen, J., & Reitsma, M. (2018). The Netherlands. En Hallmann, Kirstin & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 137-150). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Ma, X., & Draper, J. (2017). Motivation and satisfaction of marathon volunteers: How important is volunteers' level of running experience? *Journal of Convention & Event Tourism*, 18(1), 41–59. <https://doi.org/10.1080/15470148.2016.1230530>
- MacLean, J., & Hamm, S. (2007). Motivation, commitment, and intentions of volunteers at a large Canadian sporting event. *Leisure/Loisir*, 31(2), 523–556. <https://doi.org/10.1080/14927713.2007.9651394>
- Malchrowicz-Moško, E., & Poczta, J. (2018). A small-scale event and a big impact—is this relationship possible in the world of sport? The Meaning of heritage sporting events for sustainable development of tourism—experiences from Poland. *Sustainability*, 10(11), 4289. <https://doi.org/10.3390/su10114289>
- Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *A social psychology of leisure*. Venture Publishing Inc.
- Maslow, A. H. (1987). *Motivation and personality* (3rd ed.). Pearson Education.
- Mathieu, C., Fabi, B., Lacoursière, R., & Raymond, L. (2016). The role of supervisory behavior, job satisfaction and organizational commitment on employee turnover. *Journal of Management & Organization*, 22(1), 113–129. <https://doi.org/10.1017/jmo.2015.25>
- Mazzarol, T., Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2007). Conceptualizing word-of-mouth activity, triggers and conditions: An exploratory study. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1475–1494. <https://doi.org/10.1108/03090560710821260>
- McDonald, R. P. (1999). *Test theory: A unified treatment*. Lawrence Erlbaum.
- McFadden, A., & Smeaton, K. (2017). Amplifying student learning through volunteering. *Journal of University Teaching & Learning Practice*, 14(3), 1-11.

- McGregor-Lowndes, M., Crittall, M., Conroy, D., & Keast, R. (2017). *Individual giving and volunteering: Giving Australia 2016*. Australian Government Department of Social Services. Brisbane, Queensland.
- McLeod, F., & Hogarth, F. (1999). *Leading today's volunteers*. Self-Counsel Press.
- Mencarelli, R., Chaney, D., & Pulh, M. (2020). Consumers' brand heritage experience: between acceptance and resistance. *Journal of Marketing Management*, 36(1–2), 30–50. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2019.1692057>
- Menon, S. (2001). Employee empowerment: an integrative psychological approach. *Applied Psychology*, 50(1), 153–180. <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00052>
- Merchant, A., & Rose, G. M. (2013). Effects of advertising-evoked vicarious nostalgia on brand heritage. *Journal of Business Research*, 66(12), 2619–2625. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.05.021>
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)
- Meyer, J. P., & Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace: toward a general model. *Human Resource Management Review*, 11(3), 299–326. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(00\)00053-X](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(00)00053-X)
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 538–551. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.78.4.538>
- Millette, V., & Gagné, M. (2008). Designing volunteers' tasks to maximize motivation, satisfaction and performance: the impact of job characteristics on volunteer engagement. *Motivation and Emotion*, 32(1), 11–22. <https://doi.org/10.1007/s11031-007-9079-4>
- Mirsafian, H., & Mohamadinejad, A. (2012). Sport volunteerism: a study on volunteering motivations in university students. *Journal of Human Sport and Exercise*, 7(1), 73–84.
- Misener, K., & Morrison, K. (2018). Canada. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 55–68). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>

- Miskel, C. G. (1982). Motivation in educational organizations. *Educational Administration Quarterly*, 18(3), 65–88. <https://doi.org/10.1177/0013161X82018003005>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & The PRISMA Group. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *PLOS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Moliner, B., Fuentes, M., & Gil-Saura, I. (2015). ICT adoption in hotels and electronic word-of-mouth. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28(2), 227–250. <https://doi.org/10.1108/ARLA-10-2013-0164>
- Monga, M. (2006). Measuring motivation to volunteer for special events. *Event Management*, 10(1), 47–61. <https://doi.org/10.3727/152599506779364633>
- Mort, G. S., Weerawardena, J., & Williamson, B. (2007). Branding in the non-profit context: the case of surf life saving Australia. *Australasian Marketing Journal*, 15(2), 108–119. [https://doi.org/10.1016/S1441-3582\(07\)70047-2](https://doi.org/10.1016/S1441-3582(07)70047-2)
- Moulaert, F., & Ailenei, O. (2005). Social economy, Third Sector and solidarity relations: a conceptual synthesis from history to present. *Urban Studies*, 42(11), 2038–2053. <https://doi.org/10.1080/00420980500279794>
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (1982). *Employee-organization linkages: the psychology of commitment, absenteeism and turnover*. Academic Press.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224–247. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(79\)90072-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(79)90072-1)
- Müller, A. M. (2018). Brazil. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 43–54). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, 34(6), 627–642. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.993333>
- Mykletun, R. J., & Himanen, K. (2016). Volunteers at biking race events: antecedents of commitment and intention to remain volunteering at future events. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 6(3), 246–273. <https://doi.org/10.1108/SBM-12-2014-0051>

- Nagel, S., Lamprecht, N., Schlesinger, T., Bürgi, R., & Stamm, H. (2018). Switzerland. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 263-278). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Nassar, N. O., & Talaat, N. M. (2009). Motivations of young volunteers in special events. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4(1), 145–152.
- National Council for Voluntary Organisations. (2020). *UK civil society almanac 2020*. National Council for Voluntary Organisations. <https://data.ncvo.org.uk/>
- Neufeind, M., Güntert, S. T., & Wehner, T. (2013). The impact of job design on event volunteers' future engagement: Insights from the European Football Championship 2008. *European Sport Management Quarterly*, 13(5), 537–556. <https://doi.org/10.1080/16184742.2013.837083>
- Nichols, G. S. (2016). Talking 'bout my generation: Generational differences in the attitudes of volunteers at the 2012 Olympic Games. *Voluntary Sector Review*, 7(2), 127–147. <https://doi.org/10.1332/204080516X14650415652348>
- Nichols, G., & Ralston, R. (2014). The legacy costs of delivering the 2012 Olympic and Paralympic Games through regulatory capitalism. *Leisure Studies*, 34(4), 389-404. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.923495>
- Niebuur, J., Liefbroer, A. C., Steverink, N., & Smidt, N. (2019). The Dutch comparative scale for assessing volunteer motivations among volunteers and non-volunteers: an adaptation of the Volunteer Functions Inventory. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(24), 5047. <https://doi.org/10.3390/ijerph16245047>
- Noordink, T., Verharen, L., Schalk, R., van Eck, M., & van Regenmortel, T. (2021). Measuring Instruments for empowerment in social work: a scoping review. *The British Journal of Social Work*, 51(4), 1482–1508. <https://doi.org/10.1093/bjsw/bcab054>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. (1994). Validity. *Psychometric Theory*, 3, 99-132.
- NYRR (2020). *Volunteers. New York Marathon*. <https://www.nyrr.org/tcsnymarathon/Volunteer>

- Observatorio del voluntariado (2017). *La acción voluntaria en 2017. Errores y creencias de la población española sobre el voluntariado*. Plataforma del voluntariado, Madrid, España.
- Observatorio del voluntariado. (2020). *La acción voluntaria en España: análisis 2017-2019*. Plataforma del Voluntariado España.
- OCDE (2018). *Participation in formal volunteering: percentage of the working-age population who declared having volunteered through an organisation at least once a month, over the preceding year, around 2012* [Text].
https://doi.org/10.1787/how_life-2017-en
- Oh, D.-G. (2019). Analysis of the factors affecting volunteering, satisfaction, continuation will, and loyalty for public library volunteers: an integrated structural equation model. *Journal of Librarianship and Information Science*, 51(4), 894–914.
<https://doi.org/10.1177/0961000617747338>
- Oh, T., Oh, J., Kim, J., & Kwon, K. D. (2019). Differences of perception between private and public officers in an organizing committee concerning stakeholders of an international sporting event. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 20(1), 127–142. <https://doi.org/10.1108/ijSMS-08-2017-0067>
- Okun, M. A., Barr, A., & Herzog, A. R. (1998). Motivation to volunteer by older adults: a test of competing measurement models. *Psychology & Aging*, 13(4), 608–621. <https://doi.org/10.1037/0882-7974.13.4.608>
- Omoto, A. M. & Snyder, M. (1995). Sustained helping without obligation: motivation, longevity of service, and perceived attitude change among AIDS volunteers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(4), 671-687. doi:10.1037//0022-3514.68.4.671.
- Omoto, A. M., Snyder, M., & Hackett, J. D. (2010). Personality and motivational antecedents of activism and civic engagement. *Journal of Personality*, 78(6), 1703-1734. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2010.00667.x>.
- Ortiz, A., & Henriques, F. (2013). *Relaciones entre creencias motivacionales y actitudes frente al voluntariado: Un estudio con jóvenes universitarios en Portugal*. 5125-5140. Conferencia en XII Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia, Braga.

- Osgood, C. E., & Tannenbaum, P. (1955). The principle of congruity in the prediction of attitude change. *Psychological Review*, 62(1), 42-55. <https://doi.org/10.1037/h0048153>
- Parent, M., & Smith-Swan, S. (2019). *Managing major sports events: Theory and practice*. Taylor & Francis Group.
- Park, S.-H., & Kim, M. (2013). Development of a hierarchical model of sport volunteers' organizational commitment. *European Sport Management Quarterly*, 13(1), 94–109. <https://doi.org/10.1080/16184742.2012.744764>
- Parnell, D., May, A., Widdop, P., Cope, E., & Bailey, R. (2019). Management strategies of non-profit community sport facilities in an era of austerity. *European Sport Management Quarterly*, 19(3), 312–330. <https://doi.org/10.1080/16184742.2018.1523944>
- Parnell, D., Widdop, P., Bond, A., & Wilson, R. (2020). COVID-19, networks and sport. *Managing Sport and Leisure*, 1–7. <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1750100>
- Pate, J. R., & Shonk, D. J. (2015). An experiential learning trip: exploring student experiences and motivations for volunteering at the Super Bowl. *Sport Management Education Journal*, 9(1), 11–24. <https://doi.org/10.1123/smej.2014-0001>
- Pate, J. R., Hardin, R., & Hums, M. A. (2017). Exploring motivations of 2014 Sochi Paralympic Winter Games volunteers. *Sport Management International Journal*, 13(1), 103–121. <https://doi.org/10.4127/ch.2017.0120>
- Pauline, G. (2011). Volunteer satisfaction and intent to remain: an analysis of contributing factors among professional golf event Volunteers. *International Journal of Event Management Research*, 6(1), 10–32.
- Pauline, G., & Pauline, J. S. (2009). Volunteer motivation and demographic influences at a professional tennis event. *Team Performance Management: An International Journal*, 15(3-4), 172-184. <https://doi.org/10.1108/13527590910964946>
- Pauline, G., Pauline, J. S., & Mulvihill, T. (2008). Episodic volunteering: a comparison of the motivation of volunteers from two professional golf events. *The International Journal of Volunteer Administration*, 25(3), 77–88.
- Pereira, H. A., & Cavalcante, C. E. (2018). Medalha de ouro! Estudo sobre motivação no trabalho voluntário eventual nos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro. *Organizações em contexto*, 14(28), 177–206.

- Pereira, H. A., & Cavalcante, C. E. (2019). Eventual voluntary motivation in sports in youth school games in Brazil. *Holos*, 35(7), e7411. <https://doi.org/10.15628/holos.2019.7411>
- Pereira, H. A., Cavalcante, C. E., Viana, J. C., & Sousa, R. (2019). Eventual voluntary motivation in sports: The F1 case. *Revista Pensamento Contemporaneo Em Administracao*, 13(2), 34–48. <https://doi.org/10.12712/rpca.v13i2.28132>
- Perkins, D. D., & Zimmerman, M. A. (1995). Empowerment theory, research, and application. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 569–579. <https://doi.org/10.1007/BF02506982>
- Phillips, L. C., & Phillips, M. H. (2010). Volunteer motivation and reward preference: An empirical study of volunteerism in a large, not-for profit organization. *SAM Advanced Management Journal*, 75(4), 12–39.
- Pierce, D., Johnson, J., Felver, N., Wanless, E., & Judge, L. (2014). influence of volunteer motivations on satisfaction for undergraduate sport management students. *Global Sport Business Journal*, 2(2), 63-72.
- Planalp, S., Trost, M. R., & Berry, P. H. (2011). Spiritual feasts: meaningful conversations between hospice volunteers and patients. *American Journal of Hospice and Palliative Medicine*, 28(7), 483-486. <https://doi.org/10.1177/1049909111398238>
- Pompurová, K., Marčeková, R., Šebová, L., Sokolová, J., & Žofaj, M. (2018). Volunteer Tourism as a Sustainable Form of Tourism—The Case of Organized Events. *Sustainability*, 10, 1468. <https://doi.org/10.3390/su10051468>
- Qiao, G., & Zhang, H. (2020). Exploratory research on college students' motivations to volunteer – a case of international events hosted in China. *Tourism Critiques: Practice and Theory*, 1(1), 35-46. <https://doi.org/10.1108/TRC-03-2020-0003>
- Quiñones, M. A., Ford, J. K., & Teachout, M. S. (1995). The relationship between work experience and job performance: a conceptual and meta-analytic Review. *Personnel Psychology*, 48(4), 887–910. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1995.tb01785.x>
- Raeymaeckers, P., & Dierckx, D. (2013). To work or not to work? The role of the organisational context for social workers' perceptions on activation. *The British Journal of Social Work*, 43(6), 1170–1189. <https://doi.org/10.1093/bjsw/bcs048>

- Ralston, R., Downward, P., & Lumsdon, L. (2004). The expectations of volunteers prior to the XVII Commonwealth Games, 2002: A qualitative study. *Event Management*, 9(1–2), 13–26. <https://doi.org/10.3727/1525995042781084>
- Ralston, R., Lumsdon, L., & Downward, P. (2005). The Third Force in events tourism: volunteers at the XVII Commonwealth Games. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(5), 504–519. <https://doi.org/10.1080/09669580508668576>
- Rappaport, J. (1987). Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology. *American Journal of Community Psychology*, 15(2), 121–148. <https://doi.org/10.1007/BF00919275>
- Real Academia Española. (2021). *Diccionario de la lengua española*, 23ª ed. <https://dle.rae.es>
- Reeser, J. C., Berg, R. L., Rhea, D., & Willick, S. (2005). Motivation and satisfaction among polyclinic volunteers at the 2002 Winter Olympic and Paralympic Games. *British Journal of Sports Medicine*, 39(4), e20. <https://doi.org/10.1136/bjism.2004.015438>.
- Regier, J. (2018). Paraguay. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 177–186). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Reid, F., & Findlay-King, L. (2018). United Kingdom. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 279–290). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Revilla, M., & Jerez, A. (1998). El tercer sector. Una revisión introductoria a un concepto polémico. In A. Jerez (Ed.), *¿Trabajo voluntario o participación? Elementos para una sociología del tercer sector* (pp. 26–45). Tecnos.
- Riketta, M. (2002). Attitudinal organizational commitment and job performance: a meta-analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 23(3), 257–266. <https://doi.org/10.1002/job.141>
- Rindell, A., Santos, F. P., & de Lima, A. P. (2015). Two sides of a coin: connecting corporate brand heritage to consumers' corporate image heritage. *Journal of Brand Management*, 22(5), 467–484. <https://doi.org/10.1057/bm.2015.20>

- Rodrigues, A., & Soares, J. (2020). Volunteer management at an adapted sports event: Motivation, expectations, participation, and intention to repeat the experience. *Intercontinental Journal of Sport Management*, 10(1), 1-19.
- Rojas-Méndez, J. I., Davies, G., Jamsawang, J., Sandoval Duque, J. L., & Pipoli, G. M. (2019). Explaining the mixed outcomes from hosting major sporting events in promoting tourism. *Tourism Management*, 74, 300-309. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.001>
- Romesburg, H. C. (1984). *Cluster Analysis for Researchers*. Lulu Press.
- Ross, S. D., Ferguson, A., & Herbet, D. L. (2013). Action in the event rent! Medical-legal issues facing the volunteer event physician. *Sports Health*, 5(4), 304–345. <https://doi.org/10.1177/1941738112474226>
- Rousseau, D. M. (1989). Psychological and implied contracts in organizations. *Employee Responsibilities and Right Journal*, 8, 121-139.
- Rozmiarek, M., Poczta, J., & Malchrowicz-Moško, E. (2021). motivations of sports volunteers at the 2023 European Games in Poland. *Sustainability*, 13(11), 6406. <https://doi.org/10.3390/su13116406>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *Self-Determination Theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. *American Psychologist*, 11.
- Salamon, L., Sokolowski, S. W., & Haddock, M. A. (2018). *Current estimates and next steps. The scope and scale of global volunteering*. UN Volunteers.
- Sand, T. S., Strittmatter, A.-M., & Hanstad, D. V. (2016). 2016 Winter Youth Olympic Games: planning for a volunteer legacy. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 17(4–6), 242–260. <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2017.087444>
- Schlesinger, T., & Gubler, R. (2016). Motivational profiles of sporting event volunteers. *Sport in Society*, 19(10), 1419-1439. <https://doi.org/10.1080/17430437.2015.1133596>
- Schlesinger, T., Egli, B., & Nagel, S. (2013). 'Continue or terminate?' Determinants of long-term volunteering in sports clubs. *European Sport Management Quarterly*, 13(1), 32–53. <https://doi.org/10.1080/16184742.2012.744766>
- Schnitzer, M., Kristiansen, E., & Hanstad, D. V. (2018). Comparing the expectations, experiences and legacies of volunteers at the FIS Nordic World Ski Championships

- in Oslo 2011 and Val di Fiemme 2013. *Current Issues in Sport Science*, 3(2), 1–11. https://doi.org/10.15203/CISS_2018.002
- Schultz, K. F., Altman, D. G., & Moher, D. (2010). CONSORT 2010 Statement: updated guidelines for reporting parallel group randomised trials. *BMJ*, 340, e332. <https://doi.org/10.1136/bmj.c332>
- Shank, M. D., & Beasley, F. M. (1998). Fan or fanatic: refining a measure of sports involvement. *Journal of Sport Behavior*, 21(4), 435-443.
- Sharififar, F., Ganjouie, F. A., Tondnevis, F., & Zarei, A. (2011). Effect of social factors and motives on commitment of sport events volunteers. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 5(5), 767–771.
- Silverberg, K., Marshall, E., & Ellis, G. D. (2001). Measuring job satisfaction of volunteers in public parks and recreation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 19(1), 79–92.
- Sims, A. (2016). Rio 2016: *Thousands of Olympic volunteers quit over 'long hours and lack of food'*. Independent. <https://www.independent.co.uk/sport/olympics/rio-2016-thousands-olympic-volunteers-quit-over-long-hours-and-lack-food-a7194776.html>
- Skille, E. Å., & Hanstad, D. V. (2013). Who are they and why do they do it? The habitus of sport event volunteers in Norway: volunteers at the European handball championship for women 2010. *Sport in Society*, 16(9), 1135–1148. <https://doi.org/10.1080/17430437.2013.790892>
- Skirstad, B., & Hanstad, D. V. (2013). Gender matters in sport event volunteering. *Managing Leisure*, 18(4), 316–330. <https://doi.org/10.1080/13606719.2013.809188>
- Slaughter, L., & Home, R. (2004). Motivations of long term volunteers: human services vs events. *UNLV Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, 2, 1–12.
- Soto-Lagos, R., Vergara, C., & Fernandez-Vergara, O. (2017). Voluntariado y deporte: Análisis de factores en la incidencia de la satisfacción de los/as voluntarios/as de los Juegos Suramericanos Santiago de Chile 2014. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 39(2), 191–198. <https://doi.org/10.1016/j.rbce.2016.09.001>
- South, J., Woodall, J., Southby, K., Jones, R., Yates, G., Kinsella, K., & May, E. (2020). Volunteerism, social context and health impacts: a qualitative study of Glasgow

- Commonwealth Games event volunteers. *Cities & Health*.
<https://doi.org/10.1080/23748834.2020.1791424>
- Spreitzer, G. M., & Mishra, A. K. (2002). To stay or to go: voluntary survivor turnover following an organizational downsizing. *Journal of Organizational Behavior*, 23(6), 707–729. <https://doi.org/10.1002/job.166>
- Statista (2021). *Share of voluntary work in the sports sector in the last year in England from 2005/06 to 2018/19*. <https://www.statista.com/study/58732/sports-and-recreation-volunteering-in-the-united-kingdom-uk/>
- Statistics Canadá (2015). *Volunteering in Canada, 2004 to 2013*. Catalogue nº. 89-652-X2015003. Available at: <http://cort.as/-Rz02> (accessed 17 September 2019)
- Steiger, J. H. (1990). Structural model evaluation and modification: an interval estimation approach. *Multivariate Behavioral Research*, 25, 173–180. https://doi.org/10.1207/s15327906mbr2502_4
- Strigas, A. (2003). Motivational factors for student volunteers and the development of an incentive typology in sports settings. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 74(1), 90–102.
- Strigas, A. D. & Jackson Jr, E. N. (2003). Motivating volunteers to serve and succeed: Design and results of a pilot study that explores demographics and motivational factors in sport volunteerism. *International Sports Journal*, 7(1), 111.
- Stukas, A. A., Snyder, M., & Clary, E. G. (1999). The effects of “mandatory volunteerism” on intentions to volunteer. *Psychological Science*, 10(1), 59–64. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00107>
- Surujlal, J. (2010). Volunteer motivation in special events for people with disabilities. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 16(3), 460–474. <https://doi.org/10.4314/ajpherd.v16i3.60923>
- Sutton, R. I., & Staw, B. M. (1995). What theory is not. *Administrative Science Quarterly*, 40(3), 371-384. <https://doi.org/10.2307/2393788>
- Tanaka, J. S., & Huba, G. H. (1989). A general coefficient of determination for covariance structure models under arbitrary GLS estimation. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 42, 233–239. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8317.1989.tb00912.x>

- Teye, A., & Peaslee, L. (2020). Why mentor? A validation study of the volunteer functions inventory for use in youth mentoring. *Journal of Community Psychology*, *48*(3), 1040–1058. <https://doi.org/10.1002/jcop.22326>
- Thibault, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The Social Psychology of Groups*. John Wiley & Sons.
- Thibaut, E., & Scheerder, J. (2018). Flanders (Belgium). In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 21–32). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (2017). *The social psychology of groups*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315135007>
- Tidwell, M. V. (2005). A social identity model of prosocial behaviors within nonprofit organizations. *Nonprofit Management and Leadership*, *15*(4), 449–467. <https://doi.org/10.1002/nml.82>
- Timmerman, M. E., & Lorenzo-Seva, U. (2011). Dimensionality assessment of ordered polytomous items with parallel analysis. *Psychological Methods*, *16*, 209–220. <https://doi.org/10.1037/a0023353>
- Tjørndal, A. (2018). Identifying motives for engagement in major sport events: the case of the 2017 Barents Summer Games. *International Journal of Event and Festival Management*, *9*(2), 223–242. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2017-0052>
- Traeger, C., & Alfes, K. (2019). High-performance human resource practices and volunteer engagement: the role of empowerment and organizational identification. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, *30*(5), 1022–1035. <https://doi.org/10.1007/s11266-019-00135-2>
- Treuren, G. J. M. (2009). The associative-supportive motivation as a factor in the decision to event volunteer. *Leisure/Loisir*, *33*(2), 687–711.
- Treuren, G. J. M. (2014). Enthusiasts, conscripts or instrumentalists? The motivational profiles of event volunteers. *Managing Leisure*, *19*(1), 51-70. <https://doi.org/10.1080/13606719.2013.849506>
- Trotter, L., Vine, J., Leach, M., & Fujiwara, D. (2014). *Measuring the social impact of community investment: a guide to using wellbeing valuation approach*. HACT.

- Twynam, G. D., Farrell, J. M., & Johnston, M. E. (2003). Leisure and volunteer motivation at a special sporting event. *Leisure/Loisir*, 27(3–4), 363–377.
- UN Voluntarios (2015). *2015 Informe sobre el estado del voluntariado en el mundo*. United Nations.
- UN Voluntarios (2019). *Statistical and financial information*. United Nations. <https://www.unv.org/Annual-report/Annual-Report-2019>
- UNDP (2003). *Volunteerism and development. Essentials*, 12. United Nations Development Programme.
- United Nations Development Programme. (2003). *Volunteerism and development*. Retrieved from <http://www.undp.org/eo/documents/essentials/volunteerism.pdf>
- United Nations Volunteer (2018). *State of the World's Volunteerism Report 2018: The tread that binds*. <https://reliefweb.int/report/world/state-world-s-volunteerism-report-2018-thread-binds>
- Urde, M., Greyser, S. A., & Balmer, J. M. T. (2007). Corporate brands with a heritage. *Journal of Brand Management*, 15(1), 4–19. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2550106>
- US Bureau of Labor Statistics. (2016). *Volunteering in the United States, 2015*. US Bureau of Labor Statistics. <https://www.bls.gov/news.release/volun.nr0.htm>
- Uslu, H., Tunç, T., Çon, M., TaşmektepliGİL, M. Y., & ErmiŞ, A. (2020). evaluation of the factors affecting voluntary participation in sports events in Turkey: case of Vodafone 39th Istanbul Marathon. *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 22(3), 444–451. <https://doi.org/10.15314/tsed.701292>
- Van den Berg, L., Cuskelly, G., & Auld, C. (2015). A comparative study between Australian and South African university sport students' volunteer motives and constraints: sport management and governance. *African Journal for Physical Health Education, Recreation & Dance*, 21(1), 127-141.
- van Dop, N., Depauw, J., & Driessens, K. (2016). Measuring empowerment: development and validation of the service user psychological empowerment scale. *Journal of Social Service Research*, 42(5), 651–664. <https://doi.org/10.1080/01488376.2016.1216915>

- Van Knippenberg, D. (2011). Advancing theory in organizational psychology. *Organizational Psychology Review*, 1(1), 3-8. <https://doi.org/10.1177/2041386610386427>
- Van Vianen, A. E., Nijstad, B. A., & Voskuuyl, O. F. (2008). A person-environment fit approach to volunteerism: Volunteer personality fit and culture fit as predictors of affective outcomes. *Basic and Applied Social Psychology*, 30(2), 153–166. <https://doi.org/10.1080/01973530802209194>
- VanSickle, J. L., Pierce, D. A., & Diacin, M. (2015). Volunteer motivations at the 2012 Super Bowl. *International Journal of Event and Festival Management*, 6(3), 166-181. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-12-2014-0029>
- Vantilborgh, T., Bidee, J., Pepermans, R., Willems, J., Huybrechts, G., & Jegers, M. (2014). Effects of ideological and relational psychological contract breach and fulfilment on volunteers' work effort. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 23(2), 217–230. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2012.740170>
- Vantilborgh, T., Bidee, J., Pepermans, R., Willems, J., Huybrechts, G., & Jegers, M. (2012). Volunteers' psychological contracts: extending traditional views. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41(6), 1072–1091. <https://doi.org/10.1177/0899764011427598>
- Vecina, M. L. & Chacón, F. (2005). Positive emotions in volunteerism. *Spanish Journal of Psychology*, 8(1), 30–35. doi:10.1017/S1138741600004935.
- Vecina, M. L., Chacon, F., & Sueiro, M. J. (2009). Satisfacción en el voluntariado: estructura interna y relación con la permanencia en las organizaciones. *Psicothema*, 21(1), 112–117.
- Vehmas, H., Koski, P., & Lethonen, K. (2018). Finland. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 81–92). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Vetitnev, A., Bobina, N., & Terwiel, F. A. (2018). The influence of host volunteer motivation on satisfaction and attitudes toward Sochi 2014 Olympic Games. *Event Management*, 22, 333–352. <https://doi.org/10.3727/152599518X15239930463145>
- Veziņa, M., & Crompton, S. (2012). *Volunteering in Canada*. Statistics Canada. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-008-x/2012001/article/11638-eng.pdf>

- Vierhaus, C. (2018). The international tourism effect of hosting the Olympic Games and the FIFA World Cup. *Tourism Economics*, 25(7), 1009-1028. <https://doi.org/10.1177/1354816618814329>
- Vinnicombe, T., & Wu, Y. C. (2020). Generalizing motivation measurement indexes: The case of Midi Music Festival volunteers. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(3), 273–287. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2019-0046>
- Visauta, B., Martori, I., & Cañas, J. (2005). *Análisis estadístico con SPSS para Windows* (2ª ed.). McGraw-Hill.
- Volunteer Canadá (2015). *The Canadian Volunteer landscape*. <http://cort.as/-Rz49>
- Volunteering Australia (2015). *Key facts and statistics about volunteering in Australia*. Volunteering Australia.
- Volunteering Australia (2017). *The value of volunteering support services*. Volunteering Australia.
- Volunteering New Zealand (2020). *State of volunteering report 2020*. Volunteering New Zealand.
- Volunteering Tasmania (2017). *Volunteering in sport report*. Volunteering Tasmania.
- Volunteering Tasmania (2019). *The state of volunteering report Tasmania 2019*. Volunteering Tasmania.
- Wallerstein, N. (2006). *What is the evidence on the effectiveness of empowerment to improve health*. WHO Regional Office for Europe's Health Evidence Network.
- Wang, C., & Wu, X. (2014). Volunteers' motivation, satisfaction, and management in large-scale events: an empirical test from the 2010 Shanghai World Expo. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 25(3), 754–771. <https://doi.org/10.1007/s11266-013-9350-0>
- Warner, S., Newland, B. L., & Green, B. C. (2011). More THAN MOTIVATION: RECONSIDERING VOLUNTEER MANAGEMENT TOOLS. *Journal of Sport Management*, 25(5), 391–407. <https://doi.org/10.1123/jsm.25.5.391>
- Weerakoon, R., Abeysinghe, C., & Vitharana, S. (2020). A critical review of motivation and satisfaction in sports volunteerism: contributing factors, relationship, and models of motivation and satisfaction. *KALAM - International Research Journal*, 13(4), 82–96.

- Weerakoon, R., Abeysinghe, C., & Vitharana, S. (2021). Sport voluntarism: indicators of sport volunteers' satisfaction and motivation. *European Journal of Business and Management*, 13(6), 195–216. <https://doi.org/10.7176/EJBM/13-6-20>
- Welty-Peachey, J., Lyras, A., Cohen, A., Bruening, J. E., & Cunningham, G. B. (2014). Exploring the motives and retention factors of sport-for-development volunteers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(6), 1052–1069. <https://doi.org/10.1177/0899764013501579>
- Whitley, C., & Yoder, S. (2015). Developing social responsibility and political engagement: Assessing the aggregate impacts of university civic engagement on associated attitudes and behaviors. *Education, Citizenship and Social Justice*, 10(3), 217–233. <https://doi.org/10.1177/1746197915583941>
- Wicker, P. (2017). Volunteerism and volunteer management in sport. *Sport Management Review*, 20(4), 325–337. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.01.001>
- Wicker, P., & Downward, P. (2019). The causal effect of voluntary roles in sport on subjective well-being in european countries. *Journal of Sport Management*, 34(4), 303–315. <https://doi.org/10.1123/jsm.2019-0159>
- Wicker, P., & Hallmann, K. (2013). A multi-level framework for investigating the engagement of sport volunteers. *European Sport Management Quarterly*, 13(1), 110–139. <https://doi.org/10.1080/16184742.2012.744768>
- Wiedman, K. P., Hennings, N., Schmidt, S., & Wuestefeld, T. (2011). Drivers and outcomes of brand heritage: consumers' perception of heritage brands in the automotive industry. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19, 205–220.
- Wiener, Y. (1982). Commitment in Organizations: a Normative View. *The Academy of Management Review*, 7(3), 418–428. <https://doi.org/10.2307/257334>
- Williams, G., & Jacques, K. (2014). *Hidden diamonds uncovering the true value of sport volunteers*. Sport and Recreation Alliance. <https://www.sportandrecreation.org.uk/pages/volunteering-research>
- Williams, P. W., Dossa, K. B., & Tompkins, L. (1995). Volunteerism and special event management: a case study of Whistler's Men's World Cup of Skiing. *Festival Management and Event Tourism*, 3(2), 83–95.

- Wilson, A., & Pimm, G. (1996). The tyranny of the volunteer: the care and feeding of voluntary workforces. *Management Decision*, 34(4), 24–40. <https://doi.org/10.1108/00251749610115134>
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology*, 26, 215–240. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.215>
- Wollebaek, D., Skirstad, B., & Hanstad, D. V. (2014). Between two volunteer cultures: Social composition and motivation among volunteers at the 2010 test event for the FIS Nordic World Ski Championships. *International Review for the Sociology of Sport*, 49(1), 22–41. <https://doi.org/10.1177/1012690212453355>
- Wong, L. P., Chui, W. H., & Kwok, Y. Y. (2011). The Volunteer Satisfaction Index: a validation study in the chinese cultural context. *Social Indicators Research*, 104(1), 19–32. <https://doi.org/10.1007/s11205-010-9715-3>
- Wright, R. K., & Kobayashi, K. (2018). New Zealand. In K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>
- Wu, Y., Li, C., & Khoo, S. (2016). Predicting future volunteering intentions through a self-determination theory perspective. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 27, 1266–1279. <https://doi.org/10.1007/s11266-015-9570-6>
- Wu, Y.-L., Lin, T.-W., & Wang, S. S.-C. (2019). How do volunteer's experiences of organizational facilitators influence their satisfaction and loyalty: an example of hospital volunteers. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 30(5), 1104–1117. <https://doi.org/10.1007/s11266-019-00096-6>
- Wysong, S., & Maellaro, R. (2013). An empirical examination of mega-event volunteer satisfaction and the introduction of the Volunteer Selection Improvement Process (VSIP) Model. *The International Journal of Sport and Society*, 3(2), 124–136.
- Xing, Y., Fairley, S., Wang, Y., & Chien, P. M. (2018). China. En K. Hallmann & S. Fairley (Eds.), *Sports volunteers around the globe: meaning and understanding of volunteering and its societal impact* (Vol. 15, pp. 69-80). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02354-6>

- Zainuddin, N., Yusof, Z., Zaini, B. J., & Mansor, R. (2020). Identifying volunteers' motivation: A factor analysis study. *Journal of Science and Mathematics Letters*, 8(1), 57–65. <https://doi.org/10.37134/jsml.vol8.1.7.2020>
- Zhuang, J., & Girginov, V. (2012). Volunteer selection and social, human and political capital: a case study of the Beijing 2008 Olympic Games. *Managing Leisure*, 17(2-3), 239-256. <https://doi.org/10.1080/13606719.2012.674397>
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581–599. <https://doi.org/10.1007/BF02506983>

ANEXOS

Anexo I: Tabla 2. Estudios de motivación en voluntariado en eventos deportivos.

Tabla 2. Estudios de motivación en voluntariado en eventos deportivos.

Autores	Título	Revista	Tipo
Williams et al. (1995)	Volunteerism and Special Event Management: A case study of Whistler's Men's World Cup of Skiing	Festival Management and Event Tourism	Cuantitativo
Farrell et al. (1998)	Volunteer motivation, satisfaction, and management at an elite sporting competition	Journal of Sport Management	Cuantitativo
Coyne & Coyne Sr (2001)	Getting, keeping and caring for unpaid volunteers for professional golf tournament events	Human Resource Development International	Cuantitativo
Allison et al. (2002)	Assessing Volunteer Motives: A comparison of an open-ended probe and Likert Rating Scales	Journal of Community & Applied Social Psychology	Cuantitativo
Twynam et al. (2003)	Leisure and volunteer motivation at a special sporting event	Leisure/Loisir	Cuantitativo
Strigas & Jackson Jr (2003)	Motivating volunteers to serve and succeed: Design and results of a pilot study that explores demographics and motivational factors in sport volunteerism	International Sport Journal	Cuantitativo
Downward & Ralston (2005)	Volunteer motivation and expectations prior to the XV commonwealth games in manchester, UK	Tourism and Hospitality Planning & Development	Cuantitativo
Downward et al. (2005)	Gender differences in sports event volunteering: insights from Crew 2002 at the XVII Commonwealth Games	Managing Leisure	Cuantitativo
Reeser et al. (2005)	Motivation and satisfaction among polyclinic volunteers at the 2002 Winter Olympic and Paralympic Games	British Journal of Sports Medicine	Cuantitativo
Georgiadis et al. (2006)	Motivation and volunteer participation in the «Athens 2004» Olympic Games	Sport Management International Journal	Cuantitativo
Fairley et al. (2007)	Volunteering Abroad: Motives for travel to volunteer at the Athens Olympic Games	Journal of Sport Management	Cualitativo
Giannoulakis et al. (2007)	Measuring volunteer motivation in mega-sporting events	Event Management	Cuantitativo
Khoo & Engelhorn (2007)	Volunteer motivations for the Malaysian Paralympiad	Tourism and Hospitality Planning & Development	Cuantitativo
MacLean & Hamm (2007)	Motivation, commitment, and intentions of volunteers at a large Canadian sporting event	Leisure/Loisir	Cuantitativo
Hamm et al. (2008)	Understanding the commitment and motivation of episodic volunteers for a large sporting event	International Journal of Volunteer Administration	Cuantitativo

Tabla 2. Estudios de motivación en voluntariado en eventos deportivos (continuación).

Autores	Título	Revista	Tipo
Han & Nguyen (2008)	A comparison of motivations of American and Japanese volunteers in ladies Professional Golf Association tournaments	International Journal of Volunteer Administration	Cuantitativo
Pauline et al. (2008)	Episodic volunteering: A comparison of the motivation of volunteers from two professional golf events	International Journal of Volunteer Administration	Cuantitativo
Allen & Shaw (2009)	“Everyone rolls up their sleeves and mucks in”: Exploring volunteers’ motivation and experiences of the motivational climate of a sporting event	Sport Management Review	Cualitativo
Bang & Chelladurai (2009)	Development and validation of the Volunteer Motivations Scale for International Sporting Events (VMS-ISE)	International Journal of Sport Management and Marketing	Cuantitativo
Bang & Ross (2009)	Volunteer motivation and satisfaction	Journal of Venue and Event Management	Cuantitativo
Bang et al. (2009a)	Validation of the revised Volunteer Motivations Scale for International Sporting Events (VMS-ISE) at the Athens 2004 Olympic Games	Event Management	Cuantitativo
Bang et al. (2009b)	Motivations, commitment, and intentions to continue volunteering for sporting events	Event Management	Cuantitativo
Doherty (2009)	The volunteer legacy of a major sport event	Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events	Cuantitativo
Nassar & Talaat (2009)	Motivations of young volunteers in special events	Tourismos: An international multidisciplinary Journal o Tourism	Cuantitativo
Pauline & Pauline (2009)	Volunteer motivation and demographic influences at a professional tennis event	Team Performance Management	Cuantitativo
Treuren (2009)	The associative-supportive motivation as a factor in the decision to event volunteer	Leisure/Loisir	Cuantitativo
Kim et al. (2010b)	Comparison of volunteer motivations in different youth sport organizations	European Sport Management Quaterly	Cuantitativo
Surujlal (2010)	Volunteer motivation in special events for people with disabilities	African Journal of Physical, Health Education, Recreation and Dance	Cuantitativo
Bae et al. (2011)	Motivation of South Korean volunteers in international sports: A Confirmatory Factor Analysis	Journal of Contemporary Athletics	Cuantitativo
Jarvis & Blank (2011)	The importance of tourism motivations among sport event volunteers at the 2007 World Artistic Gymnastics Championships, Stuttgart, Germany	Journal of Sport & Tourism	Cuantitativo
Khoo & Engelhorn (2011)	Volunteer motivations at a National Special Olympics event	African Journal of Physical, Health Education, Recreation and Dance	Cuantitativo
Khoo et al. (2011)	Motivation of volunteers at disability sports events: A comparative study of volunteers in Malaysia, South Africa and the United States	Adapted Physical Activity Quaterly	Cuantitativo

Tabla 2. Estudios de motivación en voluntariado en eventos deportivos (continuación).

Autores	Título	Revista	Tipo
Love et al. (2011)	Effects of motives on satisfaction and behavioral intentions of volunteers at a PGA Tour event	International Journal of Sport Management	Cuantitativo
Sharififar et al. (2011)	Effect of social factors and motives on commitment of sport events volunteers	Technics Technologies Education Management	Cuantitativo
Warner et al. (2011)	More than motivation: reconsidering volunteer management tools	Journal of Sport Management	Cuantitativo
Hallmann & Harms (2012)	Determinants of volunteer motivation and their impact on future voluntary engagement	International Journal of Event and Festival Management	Cuantitativo
Mirsafian & Mohadinejad (2012)	Sport volunteerism: a study on volunteering motivations in university students	Journal of Human Sport and Exercise	Cuantitativo
Bang et al. (2013)	From motivation to organizational commitment of volunteers in non-profit sport organizations The role of job satisfaction	Journal of Management Development	Cuantitativo
Dickson et al. (2013)	Mega-event volunteers, similar or different? Vancouver 2010 vs London 2012	Event Management	Cuantitativo
Han et al. (2013)	A comparison of volunteer's motivation at sport events in equestrian and handball	The Journal of Research in Health, Physical Education, Recreation, Sport & Dance	Cuantitativo
Lee et al. (2013)	Motivational factors affecting volunteer intention in local events in the United States	Journal of Convention & Event Tourism	Cuantitativo
Skille & Hanstad (2013)	Who are they and why do they do it? The habitus of sport event volunteers in Norway: volunteers at the European Handball Championship for women 2010	Sport in Society	Cuantitativo
Skirstad & Hanstad (2013)	Gender matters in sport event volunteering	Managing Leisure	Cuantitativo
Allen & Bartle (2014)	Sport event volunteers' engagement: management matters	Managing Leisure	Cuantitativo
Bang & Lee (2014)	The roles of large-scale sporting event volunteer motivations in predicting behavioural intention within the theory of planned behaviour	International Journal of Hospitality and Event Management	Cuantitativo
Dickson et al. (2014)	It's all about the Games! 2010 Vancouver Olympic and Paralympic Winter Games Volunteers	International Journal of Event and Festival Management	Cuantitativo
Fairley et al. (2014)	Pioneer volunteers: the role identity of continuous volunteers at sport events	Journal of Sport & Tourism	Cualitativo
Kristiansen et al. (2014)	From community based identities to individual benefits for volunteers: a comparison of three sporting events	Scandinavian Sport Studies Forum	Cualitativo
Pierce et al. (2014)	Influence of volunteer motivations on satisfaction for undergraduate sport management students	Global Sport Business Journal	Cuantitativo
Treuren (2014)	Enthusiasts, conscripts or instrumentalists? The motivational profiles of event volunteers	Managing Leisure	Cuantitativo

Tabla 2. Estudios de motivación en voluntariado en eventos deportivos (continuación).

Autores	Título	Revista	Tipo
Welty-Peachey et al. (2014)	Exploring the motives and retention factors of sport-for-development volunteers	Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly	Cualitativo
Wollebaek et al. (2014)	Between two volunteer cultures: Social composition and motivation among volunteers at the 2010 test event for the FIS Nordic World Ski Championships	International Review for the Sociology of Sport	Cuantitativo
Alexander et al. (2015)	Segmenting volunteers by motivation in the 2012 London Olympic Games	Tourism Management	Cuantitativo
Chew & Pyun (2015)	Volunteer motivations in sport: gender differences among college students in Singapore	Asian Journal of Physical Education and Sport Science	Cuantitativo
Dickson et al. (2015)	Sport mega-event volunteers' motivations and postevent intention to volunteer: the Sydney World Masters Games, 2009	Event Management	Cuantitativo
Giannoulakis et al. (2015)	A modeling approach to sport volunteer satisfaction	International Journal of Event and Festival Management	Cuantitativo
Güntert et al. (2015)	Motives for event volunteering: extending the functional approach	Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly	Cuantitativo
Kumnig et al. (2015)	Approach and avoidance motivations predict psychological well-being and affectivity of volunteers at the Innsbruck 2008 Winter Special Olympics	Voluntas	Cuantitativo
Lockstone-Binney et al. (2015)	Are all my volunteers here to help out? Clustering event volunteers by their motivations	Event Management	Cuantitativo
Pate & Shonk (2015)	An experiential learning trip: exploring student experiences and motivations for volunteering at the Super Bowl	Sport Management Education Journal	Cualitativo
Van der Berg et al. (2015)	A comparative study between Australian and South African university sport students' volunteer motives and constraints	African Journal of Physical, Health Education, Recreation and Dance	Cuantitativo
VanSickle et al. (2015)	Motivational differences between repeat and first-time sport event volunteers	International Journal of Event and Festival Management	Cuantitativo
Bae et al. (2016)	Motivation of volunteers in college sports: gender and employment comparison among college students	International Journal of Volunteer Administration	Cuantitativo
Chiu et al. (2016)	Bifactor analysis of motivation for charity sport event participation	International Review on Public and Nonprofit Marketing	Cuantitativo
Johnson et al. (2016)	Motivation, satisfaction, and retention of sport management student volunteers	Indiana AHPERD	Cuantitativo
Koutrou & Pappous (2016)	Towards an Olympic volunteering legacy: motivating volunteers to serve and remain – a case study of London 2012 Olympic Games volunteers	Voluntary Sector Review	Cuantitativo
Mykletun & Himanen (2016)	Volunteers at biking race events antecedents of commitment and intention to remain volunteering at future events	Sport, Business and Management: An international journal	Cuantitativo

Tabla 2. Estudios de motivación en voluntariado en eventos deportivos (continuación).

Autores	Título	Revista	Tipo
Nichols (2016)	Talking 'bout my generation: Generational differences in the attitudes of volunteers at the 2012 Olympic Games.	Voluntary Sector Review	Cualitativo
Sand et al. (2016)	2016 Winter Youth Olympic Games: planning for a volunteer legacy	International Journal of Sport Management and Marketing	Cuantitativo
Schelinger & Gubler (2016)	Motivational profiles of sporting event volunteers	Sport in Society	Cuantitativo
Wu et al. (2016)	Predicting future volunteering intentions through a self-determination theory perspective	Voluntas	Cuantitativo
Dickson et al. (2017)	Volunteers with disabilities at the London 2012 Olympic and paralympic games: who, why, and will they do it again?	Event Management	Cuantitativo
Gellweiller et al. (2017)	Exploring experiences and emotions sport event volunteers associate with 'role exit'	International Review for the Sociology of Sport	Cualitativo
Jiang et al. (2017)	Predicting intention to volunteer for mega-sport events in china: the case of universiade event volunteers	Event Management	Cuantitativo
Johnson et al. (2017)	Motivation, satisfaction, and retention of sport management student volunteers	Journal of Applied Sport Management	Cuantitativo
Ma & Draper (2017)	Motivation and satisfaction of marathon volunteers: How important is volunteers' level of running experience?	Journal of Convention & Event Tourism	Cuantitativo
Pate et al. (2017)	Exploring Motivations of 2014 Sochi Paralympic Winter Games Volunteers	Sport Management International Journal	Cualitativo
Ahn (2018)	Recruitment of volunteers connected with sports mega-events: a case study of the PyeongChang 2018 Olympic and Paralympic Winter Games	Journal of Destination Marketing & Management	Cuantitativo
Chen et al. (2018)	Volunteering for sports mega events: a non-host region perspective	Managing Sport and Leisure	Cualitativo
Hallmann et al. (2018)	Factors influencing time allocation of sport event volunteers	International Journal of Event and Festival Management	Cuantitativo
Holmes et al. (2018)	It's a once-in-a-lifetime experience and opportunity—deal with it! Volunteer perceptions of the management of the volunteer experience at the London 2012 Olympic Games	Event Management	Cualitativo
E. Kim et al. (2018)	Heterogeneity of sport event volunteer motivations: a segmentation approach	Tourism Management	Cuantitativo
Koutrou (2018)	The impact of the 2010 Women's Rugby World Cup on sustained volunteering in the rugby community	Sustainability	Cuantitativo
Lamb & Ogle (2018)	What preevent motives determine the decision to volunteer at a porting event: How can herzberg's two-factor theory help?	Event Management	Cualitativo
Ledford et al. (2018)	Experiencing a Super Bowl: the motivations of student volunteers at a mega-event	The Sport Journal	Cuantitativo

Tabla 2. Estudios de motivación en voluntariado en eventos deportivos (continuación).

Autores	Título	Revista	Tipo
Pereira & Cavalcante (2018)	Gold medal! study on motivation in eventual volunteer work in the Olympic Games in Rio de Janeiro	Organizações em contexto	Cuantitativo
Schnitzer et al. (2018)	Comparing the expectations, experiences and legacies of volunteers at the FIS Nordic World Ski Championships in Oslo 2011 and Val di Fiemme 2013	Current Issues in Sport Science	Cualitativo
Tjørndal (2018)	Identifying motives for engagement in major sport events: The case of the 2017 Barents Summer Games	International Journal of Event and Festival Management	Cualitativo
Vetitnev et al. (2018)	The influence of host volunteer motivation on satisfaction and attitudes toward Sochi 2014 Olympic Games	Event Management	Cuantitativo
Bang et al. (2019)	The impact of volunteer experience at sport mega-events on intention to continue volunteering: Multigroup path analysis	Journal of Community Psychology	Cuantitativo
Banza y Teixeira (2019)	Olympic studies: importance, motivations and expectations of Rio 2016 Olympic Games volunteers	Revista Intercontinental de Gestão Desportiva	Cuantitativo
Kim et al. (2019b)	Volunteers' motivation, satisfaction, and intention to volunteer in the future: the London 2012 Olympic Games	Journal of Tourism and Leisure Research	Cuantitativo
Kim et al. (2019a)	Congruence matters: volunteer motivation, value internalization, and retention	Journal of Organizational Psychology	Cuantitativo
Lamb & Ogle (2019)	Uncovering the motives and experiences of locally sourced volunteers at two events in Metropolitan Perth, Western Australia	Event Management	Cualitativo
Pereira & Cavalcante (2019)	Eventual voluntary motivation in sports in Youth School Games in Brazil	Holos	Cuantitativo
Pereira et al. (2019)	Eventual voluntary motivation in sports: the F1 case	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	Cuantitativo
Ahmad et al. (2020)	Motivation and Satisfaction at Special Sport Event	International Journal of Recent Technology and Engineering	Cuantitativo
Cho et al. (2020)	Understanding sport event volunteers' continuance intention: An environmental psychology approach	Sport Management Review	Cuantitativo
Dickson et al. (2020)	Ensuring volunteer impacts, legacy and leveraging is not "fake news": lessons from the 2015 FIFA Women's World Cup	International Journal of Contemporary Hospitality Management	Cuantitativo
Hallman et al. (2020)	Gender and Volunteering at the Special Olympics: interrelationships among motivations, commitment, and social capital	Journal of Sport Management	Cuantitativo
Hwang et al. (2020)	Differentiating motivations of marathon event volunteers by demographic characteristics	International Journal of Sport Management	Cuantitativo

Tabla 2. Estudios de motivación en voluntariado en eventos deportivos (continuación).

Autores	Título	Revista	Tipo
Kim et al. (2020)	Motivation and psychological contract in sport event volunteerism: the impact of contract fulfilment on satisfaction and future behavioral intention	Event Management	Cuantitativo
Lachance & Parent (2020)	The volunteer experience in a para-sport event: an autoethnography	Journal of Sport Management	Cualitativo
Lim & Mohamad (2020)	An exploratory study into the motivations of green volunteers at the 29th Southeast Asian Games	Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism	Cuantitativo
Qiao & Zhang (2020)	Exploratory research on college students' motivations to volunteer – a case of volunteer – a case of international international events hosted in China	Tourism Critiques: Practice and Theory	Cuantitativo
Weerakoon et al. (2020)	A critical review of motivation and satisfaction in sports volunteerism: contributing factors, relationship, and models of motivation and satisfaction	Kalam - International Research Journal	Cualitativo
Rodrigues & Soares (2020)	Volunteer management at an adapted sports event: motivation, expectations, participation and intention to repeat the experience	Revista Intercontinental de Gestão Desportiva	Cuantitativo
South et al. (2020)	Comparison of volunteer motivations in different youth sport organizations	Cities & Health	Cualitativo
Uslu et al. (2020)	Evaluation of the factors affecting voluntary participation in sports events in Turkey: Case of Vodafone 39th Istanbul Marathon	Turkish Journal of Sport and Exercise	Cuantitativo
Zainuddin et al. (2020)	Identifying volunteers' motivation: a factor analysis study	Journal of Science and Mathematics Letter	Cuantitativo
Angosto et al. (2021)	Motivational profiles of university volunteers in sport events: a segmentation approach	Cultura, Ciencia y Deporte	Cuantitativo
Cuskelly et al. (2021)	Volunteer selection at a major sport event: a strategic human resource management approach	Sport Management Review	Cuantitativo
Kramer et al. (2021)	Toward a model of the influence of motivation and communication on volunteering: expanding Self-Determination Theory	Management Communication Quarterly 1	Cuantitativo
Lachance & Parent (2021)	Understanding the sport event volunteer experience in the implementation mode of a para-sport event: an autoethnography	Event Management	Cualitativo
Lachance et al. (2021)	What predicts the sport event volunteer experience? examining motivation, satisfaction, commitment, and sense of community	Event Management	Cuantitativo
Li et al. (2021)	Basic psychological need profiles and correlates in volunteers for a national sports event	Voluntas	Cuantitativo
Rozmiarek et al. (2021)	Motivations of sports volunteers at the 2023 European Games in Poland	Sustainability	Cuantitativo
Weerakoon et al. (2021)	Sport voluntarism: indicators of sport volunteers' satisfaction and motivation	European Journal of Business and Management	Cuantitativo

Anexo II: Instrumentos

A) Inventario de Funciones del Voluntariado VFI

1: Nada importante/preciso - 7: Extremadamente importante/preciso

1.	El voluntariado puede ayudarme a poner mi pie en la puerta en un lugar donde me gustaría trabajar.*	1	2	3	4	5	6	7
2.	Mis amigos son voluntarios.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Me preocupan los menos afortunados que yo.	1	2	3	4	5	6	7
4.	La gente con la que estoy cerca quiere que sea voluntario.*	1	2	3	4	5	6	7
5.	El voluntariado me hace sentir importante.*	1	2	3	4	5	6	7
6.	Las personas que conozco comparten un interés en el servicio a la comunidad.*	1	2	3	4	5	6	7
7.	No importa lo mal que me esté sintiendo, el voluntariado me ayuda a olvidarlo.	1	2	3	4	5	6	7
8.	Estoy realmente preocupado por el grupo particular al que estoy sirviendo.	1	2	3	4	5	6	7
9.	A través del voluntariado me siento menos solo.*	1	2	3	4	5	6	7
10.	Puedo hacer nuevos contactos que puedan ayudar a mi negocio o carrera.*	1	2	3	4	5	6	7
11.	Hacer trabajo voluntario me alivia algo de la culpa por ser más afortunado que otros.	1	2	3	4	5	6	7
12.	Puedo aprender más sobre la causa por la que estoy trabajando.	1	2	3	4	5	6	7
13.	El voluntariado aumenta mi autoestima.*	1	2	3	4	5	6	7
14.	El voluntariado me permite obtener una nueva perspectiva de las cosas.*	1	2	3	4	5	6	7
15.	El voluntariado me permite explorar diferentes opciones profesionales.*	1	2	3	4	5	6	7
16.	Siento compasión por las personas necesitadas.*	1	2	3	4	5	6	7
17.	Otros con quienes estoy cerca dan un alto valor al servicio comunitario.*	1	2	3	4	5	6	7
18.	El voluntariado me permite aprender cosas a través de la experiencia directa y la práctica.	1	2	3	4	5	6	7
19.	Siento que es importante ayudar a otros.*	1	2	3	4	5	6	7
20.	El voluntariado me ayuda a superar problemas personales.*	1	2	3	4	5	6	7
21.	El voluntariado me ayudará a tener éxito en mi profesión elegida.	1	2	3	4	5	6	7
22.	Puedo hacer algo por una causa que es importante para mí.*	1	2	3	4	5	6	7
23.	El voluntariado es una actividad importante para las personas que mejor conozco .	1	2	3	4	5	6	7
24.	El voluntariado es un buen escape de mis propios problemas.*	1	2	3	4	5	6	7
25.	Puedo aprender a tratar con una variedad de personas.*	1	2	3	4	5	6	7
26.	El voluntariado me hace sentir necesitado.*	1	2	3	4	5	6	7

27. El voluntariado me hace sentir mejor conmigo mismo.	1	2	3	4	5	6	7
28. La experiencia de voluntariado se verá bien en mi currículum.	1	2	3	4	5	6	7
29. El voluntariado es una forma de hacer nuevos amigos.	1	2	3	4	5	6	7
30. Puedo explorar mis propias fortalezas.*	1	2	3	4	5	6	7

Motivo social: 2, 4*, 6*, 17*, 23

Motivo protección: 7, 9*, 11, 20*, 24*

Motivo mejora personal: 5*, 13*, 26*, 27, 29

Motivo valores: 3, 8, 16*, 19*, 22*

Motivo entendimiento: 12, 14*, 18, 25*, 30*

Motivo profesional: 1*, 10*, 15*, 21, 28

* Ítems pertenecientes a la escala reducida de M. Kim et al. (2010).

B) Escala de Motivación del Voluntariado en Eventos Especiales (SEVMS)

1: No es importante para mi / 7: Es muy importante para mi

1. Quiero ampliar mis horizontes.	1	2	3	4	5	6	7
2. Quiero ganar algo de experiencia práctica.	1	2	3	4	5	6	7
3. Puedo obtener una experiencia educativa.	1	2	3	4	5	6	7
4. Quiero trabajar con personas diferentes.	1	2	3	4	5	6	7
5. Quiero desarrollar relaciones con otros.	1	2	3	4	5	6	7
6. Es una oportunidad de toda una vida.	1	2	3	4	5	6	7
7. Quiero variar mis actividades regulares.	1	2	3	4	5	6	7
8. Quiero poner algo de nuevo en la comunidad.	1	2	3	4	5	6	7
9. Quiero hacer algo que valga la pena.	1	2	3	4	5	6	7
10. El voluntariado crea una sociedad mejor.	1	2	3	4	5	6	7
11. Quiero ayudar a que el evento sea un éxito.	1	2	3	4	5	6	7
12. Quiero sentirme parte de esta comunidad.	1	2	3	4	5	6	7
13. Quiero ayudar en cualquier capacidad.	1	2	3	4	5	6	7
14. Mis habilidades son necesarias.	1	2	3	4	5	6	7
15. Se espera que sea voluntario.	1	2	3	4	5	6	7
16. Un pariente / amigo está involucrado en el deporte.	1	2	3	4	5	6	7
17. Quiero continuar una tradición familiar de voluntariado.	1	2	3	4	5	6	7
18. La mayoría de las personas en mi comunidad se ofrecen voluntariamente.	1	2	3	4	5	6	7
19. Mis amigos / familia también son voluntarios.	1	2	3	4	5	6	7
20. Estoy involucrado con el deporte.	1	2	3	4	5	6	7
21. Tengo más tiempo libre de lo que solía tener.	1	2	3	4	5	6	7
22. No tengo nada que hacer con mi tiempo.	1	2	3	4	5	6	7

Solidaridad: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Propósito: 8, 9, 10, 11, 12, 13

Tradiciones externas/Compromiso: 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

Tiempo libre: 21, 22

C) Escala de Motivación del Voluntariado Deportivo en Eventos Deportivos Internacionales (VMS-ISE)

1: Nada de acuerdo / 7: Muy de acuerdo

Me ofrezco como voluntario porque:

1.	Quiero ayudar a mi país a ganar prestigio internacional.	1	2	3	4	5	6	7
2.	Quiero hacer algo que valga la pena.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Siento que es importante ayudar a los demás.	1	2	3	4	5	6	7
4.	Quiero ayudar de cualquier manera.	1	2	3	4	5	6	7
5.	El voluntariado me hace sentir necesario.	1	2	3	4	5	6	7
6.	Por mi lealtad a mi país.	1	2	3	4	5	6	7
7.	Me gusta participar en actividades deportivas.	1	2	3	4	5	6	7
8.	Quiero desarrollar una relación con los demás.	1	2	3	4	5	6	7
9.	Porque estoy orgulloso de que mi país sea el anfitrión del evento...	1	2	3	4	5	6	7
10.	Puedo explorar mis propios puntos fuertes.	1	2	3	4	5	6	7
11.	Quiero conseguir entradas / admisión gratuita.	1	2	3	4	5	6	7
12.	Quiero ayudar a que el evento sea un éxito.	1	2	3	4	5	6	7
13.	Quiero conseguir comida gratis en el evento.	1	2	3	4	5	6	7
14.	La experiencia de voluntariado se verá bien en mi currículum.	1	2	3	4	5	6	7
15.	Quiero interactuar con otros.	1	2	3	4	5	6	7
16.	Puedo hacer nuevos contactos que puedan ayudar a mi negocio o carrera.	1	2	3	4	5	6	7
17.	Ser voluntario me permite obtener una nueva perspectiva de las cosas.	1	2	3	4	5	6	7
18.	El deporte es algo que me encanta.	1	2	3	4	5	6	7
19.	Quiero adquirir experiencia laboral.	1	2	3	4	5	6	7
20.	Quiero adquirir experiencia práctica.	1	2	3	4	5	6	7
21.	El amor por mi país me hace ayudar a que se lleve a cabo un gran evento.	1	2	3	4	5	6	7
22.	El voluntariado me hace sentir importante.	1	2	3	4	5	6	7
23.	Quiero expresar mi orgullo por mi país.	1	2	3	4	5	6	7
24.	Quiero ganar experiencia que sería beneficiosa en cualquier trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
25.	Me gusta cualquier evento relacionado con el deporte.	1	2	3	4	5	6	7
26.	Quiero conocer gente.	1	2	3	4	5	6	7
27.	Quiero conseguir uniformes para el evento / ropa con credenciales.	1	2	3	4	5	6	7
28.	Me gusta cualquier evento relacionado con este deporte (es decir, fútbol, atletismo, natación, etc.).	1	2	3	4	5	6	7
29.	El voluntariado crea una sociedad mejor.	1	2	3	4	5	6	7
30.	Quiero trabajar con gente diferente.	1	2	3	4	5	6	7

Participación de la comunidad (sustitución de Patriotismo)

1.	Quiero ayudar a mi comunidad a ganar prestigio nacional.	1	2	3	4	5	6	7
6.	Soy voluntario por mi devoción a mi comunidad.	1	2	3	4	5	6	7
9.	Estoy orgulloso de que mi localidad sea la anfitriona de un evento.	1	2	3	4	5	6	7
21.	Mi afecto por mi comunidad me hace ayudarla a organizar un gran evento.	1	2	3	4	5	6	7
23.	Quiero expresar mi orgullo por mi comunidad.	1	2	3	4	5	6	7

Expresión de valores: 2, 3, 4, 12, 29

Patriotismo: 1, 6, 9, 21, 23

Contactos interpersonales: 8, 15, 26, 30

Orientación profesional: 14, 16, 19, 20, 24

Desarrollo personal: 5, 10, 17, 22

Recompensas extrínsecas: 11, 13, 27

Amor al deporte: 7, 18, 25, 28

D) Escala de satisfacción del voluntariado

1: Totalmente insatisfecho - 7: Totalmente satisfecho

1.	Satisfacción con la gestión general de la organización con la forma de gestionar el voluntariado.	1	2	3	4	5	6	7
2.	Satisfacción con la forma de gestionar el voluntariado.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Satisfacción con los mecanismos existentes para solucionar los problemas con los que se encuentran los voluntarios al realizar sus tareas.	1	2	3	4	5	6	7
4.	Satisfacción con la fluidez y frecuencia de las comunicaciones entre voluntarios y profesionales.	1	2	3	4	5	6	7
5.	Satisfacción con el reconocimiento del papel del voluntariado en esta organización.	1	2	3	4	5	6	7
6.	Satisfacción con la formación que se proporciona para mejorar mi trabajo como voluntario/a.	1	2	3	4	5	6	7
7.	Satisfacción con el interés mostrado por la organización por ajustar mis preferencias, habilidades y capacidades a los puestos voluntarios disponibles.	1	2	3	4	5	6	7
8.	Las tareas que habitualmente realizo como voluntario/a me permiten entablar relaciones sociales con distintas personas (relaciones sociales).	1	2	3	4	5	6	7
9.	Las tareas me permiten aprender cosas nuevas e interesantes (conocimiento).	1	2	3	4	5	6	7
10.	Las tareas me aportan formación y experiencia necesarias para ser un/a buen/a profesional (mejora del CV).	1	2	3	4	5	6	7
11.	Las tareas me permiten tomar conciencia de lo que soy (valores).	1	2	3	4	5	6	7
12.	Las tareas me hacen sentir importante y elevan mi autoestima (mejora de la autoestima).	1	2	3	4	5	6	7
13.	Las tareas me ayudan a olvidar mis problemas (defensa del yo).	1	2	3	4	5	6	7
14.	Las tareas que habitualmente realizo tienen objetivos claramente definidos.	1	2	3	4	5	6	7
15.	Puedo saber fácilmente si estoy haciendo bien mis tareas como voluntario/a mientras las desempeño.	1	2	3	4	5	6	7
16.	Creo que mi actividad como voluntario/a es parte de un trabajo más amplio cuyo fin último siempre tengo presente.	1	2	3	4	5	6	7
17.	Estoy satisfecho/a con la eficacia con la que desempeño las tareas que se me encomendadas.	1	2	3	4	5	6	7

Satisfacción con la gestión de la organización: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Satisfacción con las motivaciones específicas: 8, 9, 10, 11, 12, 13

Satisfacción con las tareas voluntarias: 14, 15, 16, 17

E) Satisfacción del voluntariado

1: Totalmente insatisfecho / 7: Totalmente satisfecho

1	Estoy satisfecho con mi decisión de participar en actividades de voluntariado.	1	2	3	4	5	6	7
2	La experiencia del voluntariado en esta organización ha merecido la pena.	1	2	3	4	5	6	7
3	Estoy disfrutando de mi experiencia de voluntariado.	1	2	3	4	5	6	7
4	Mi experiencia de voluntariado ha sido personalmente satisfactoria.	1	2	3	4	5	6	7

F) Escala de compromiso con la organización (OCQ)

1: Totalmente en desacuerdo / 7: Totalmente de acuerdo

1.	Estoy esforzándome haciendo más de lo que se espera normalmente para ayudar a esta organización a alcanzar sus objetivos.	1	2	3	4	5	6	7
2.	Comento con mis amigos que esta es una gran organización a la hora de colaborar voluntariamente.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Podría aceptar casi cualquier tipo de puesto con tal de seguir colaborando con esta organización.	1	2	3	4	5	6	7
4.	Encuentro que mis valores y los valores de la organización son muy similares.	1	2	3	4	5	6	7
5.	Estoy orgulloso/a de decir que formo parte de esta organización.	1	2	3	4	5	6	7
6.	Esta organización inspira realmente en mi lo mejor a la hora de desarrollar mi actividad voluntaria.	1	2	3	4	5	6	7
7.	Estoy muy contento/a por haber elegido esta organización para colaborar voluntariamente.	1	2	3	4	5	6	7
8.	Realmente me preocupo por el futuro de esta organización.	1	2	3	4	5	6	7
9.	Para mi es la mejor de todas las organizaciones posibles para colaborar.	1	2	3	4	5	6	7

G) Escala de medición del Empoderamiento Psicológico

1: Nada de acuerdo / 7: Muy de acuerdo

1.	Siento que soy una persona de valor.	1	2	3	4	5	6	7
2.	A menudo soy capaz de superar las barreras.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Me atrevo a pedir ayuda.	1	2	3	4	5	6	7
4.	Conozco mis fortalezas.	1	2	3	4	5	6	7
5.	Tengo una forma de vida estructurada.	1	2	3	4	5	6	7
6.	En general soy optimista sobre el futuro.	1	2	3	4	5	6	7
7.	Regularmente me encuentro con gente fuera de mi casa.	1	2	3	4	5	6	7
8.	Puedo compartir mis experiencias con otros.	1	2	3	4	5	6	7
9.	Preferiría que otra persona tomara las decisiones por mí.	1	2	3	4	5	6	7
10.	Hago cosas que me importan.	1	2	3	4	5	6	7
11.	Conozco mis derechos y sé dónde encontrar ayuda.	1	2	3	4	5	6	7
12.	Veo cómo mi vida me ha moldeado.	1	2	3	4	5	6	7
13.	Me satisfacen las cosas que van bien.	1	2	3	4	5	6	7
14.	La única forma en que puedo tener éxito es conectando con los demás.	1	2	3	4	5	6	7
15.	Puedo ser importante para los demás.	1	2	3	4	5	6	7
16.	Mis ideas son tan importantes como las de mi coordinador/responsable, en la búsqueda de soluciones a mis problemas.	1	2	3	4	5	6	7
17.	Puedo expresar mis pensamientos libremente a mi coordinador/responsable.	1	2	3	4	5	6	7
18.	Mis experiencias como voluntario en eventos deportivos pueden ser utilizadas para mejorar los eventos.	1	2	3	4	5	6	7
19.	Mi coordinador/responsable y yo tenemos una buena relación de cooperación.	1	2	3	4	5	6	7
20.	El voluntariado deportivo se adapta bien a mi vida.	1	2	3	4	5	6	7
21.	Me siento apoyado por la gente que amo.	1	2	3	4	5	6	7
22.	Ayudo a los vecinos o conocidos en mi calle o barrio.	1	2	3	4	5	6	7
23.	Trabajar con otros en la comunidad puede ayudar a cambiar las cosas para mejor.	1	2	3	4	5	6	7
24.	Me siento como si fuera parte de un todo más grande.	1	2	3	4	5	6	7
25.	Esta sociedad deja espacio para mi forma de hacer las cosas.	1	2	3	4	5	6	7
26.	Tengo derecho a tomar mis propias decisiones, aunque sean malas.	1	2	3	4	5	6	7
27.	He escrito una petición para quejarme de una situación inaceptable ante algún responsable o institución o en medios de comunicación.	1	2	3	4	5	6	7
28.	Tengo la sensación de paz y seguridad en mi casa.	1	2	3	4	5	6	7

Competencia: 1, 2, 3, 4, 5

Identidad positiva: 6, 7, 8, 9, 10

Visión: 11, 12, 13, 14, 15

Relación con responsable: 16, 17, 18, 19, 20

Orientación de grupo: 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28

H) Escala evaluación Patrimonio de Marca de la organización

1: Nada de acuerdo / 7: Muy de acuerdo

1.	La marca “...” es muy continua.	1	2	3	4	5	6	7
2.	La marca “...” está relacionada con imágenes de éxito.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Estoy ligado a la marca “...”.	1	2	3	4	5	6	7
4.	La marca “...” establece un estándar de valoración para otras marcas.	1	2	3	4	5	6	7
5.	Los resultados de la marca “...” son parte del tesoro nacional.	1	2	3	4	5	6	7
6.	Los resultados de la marca “...” promueven una cierta forma de vida	1	2	3	4	5	6	7
7.	Tengo una imagen absolutamente clara de la marca “...”.	1	2	3	4	5	6	7
8.	Mi familiaridad con la marca “...” es muy alta.	1	2	3	4	5	6	7
9.	La marca “...” tiene un fuerte significado cultural.	1	2	3	4	5	6	7
10.	La marca “...” representa honestidad y veracidad.	1	2	3	4	5	6	7
11.	La marca “...” es muy conocida en la sociedad.	1	2	3	4	5	6	7
12.	La marca “...” tiene una fuerte identidad de marca.	1	2	3	4	5	6	7
13.	Si alguien elogia a la marca “...”, para mí es un cumplido personal.	1	2	3	4	5	6	7
14.	La marca “...” es única en comparación con otras marcas.	1	2	3	4	5	6	7
15.	La marca “...” tiene una muy buena reputación.	1	2	3	4	5	6	7

I) Escala de Intenciones Futuras del Voluntariado

1: Nada de acuerdo / 7: Muy de acuerdo

1.	Tengo la intención de seguir siendo voluntario de esta organización.	1	2	3	4	5	6	7
2.	Animaría a amigos y/o familiares a ser voluntarios de esta organización.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Recomendaría a otras personas que consideraran el voluntariado en esta organización.	1	2	3	4	5	6	7
4.	Estoy interesado en volver a participar en una experiencia de voluntariado.	1	2	3	4	5	6	7
5.	Tengo la intención de volver a participar en una experiencia de voluntariado.	1	2	3	4	5	6	7

J) Escala de Intenciones de Permanencia del Voluntariado

1: Nada importante/preciso - 7: Extremadamente importante/preciso

1.	Tengo intención de seguir participando como voluntario en otras actividades en los próximos 6 meses.	1	2	3	4	5	6	7
2.	Tengo intención de seguir participando como voluntario en otras actividades en los próximos 12 meses.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Tengo intención de seguir participando como voluntario en otras actividades en los próximos 24 meses.	1	2	3	4	5	6	7

Anexo III: Carta presentación

Carta presentación colaboración proyecto de investigación Voluntariado Deportivo

Estimado/a Sr./Sra.,

La Universidad de Murcia a través de la Facultad de Ciencias del Deporte va a llevar a cabo un estudio de investigación sobre la evaluación del voluntariado deportivo en España, tanto en eventos como en organizaciones deportivas con motivo de desarrollo de una tesis doctoral.

El objetivo del estudio es conocer la motivación, el compromiso, el nivel de empoderamiento la satisfacción y las intenciones futuras y de permanencia del voluntario participante en eventos de carácter, así como su compromiso con la imagen de la organización. Para ello es importante llegar al mayor número de encuestados posible para de esta forma obtener datos válidos y fiables. Este estudio de investigación cuenta con la aprobación del Comité de Ética de la Universidad de Murcia (COD: 2056-2018).

El voluntariado es un perfil muy importante en el tejido asociativo del deporte en España, permitiendo la celebración de eventos deportivos y ayudando a fomentar la práctica deportiva de los más jóvenes. Por ello, estos datos ayudarán a conocer el perfil motivacional, el compromiso y satisfacción de los voluntarios participantes programas de eventos y/o clubes deportivos, así como conocer la intención que tienen de recomendar la participación como voluntario a otras personas y querer seguir siendo voluntario.

Atendiendo a lo expuesto, solicitamos vuestro apoyo y colaboración para poder llegar al mayor número de voluntarios deportivos en España, como institución colaboradora en muchos proyectos de voluntariado deportivo. Es por ello que rogamos la mayor difusión posible a través de vuestros medios de interacción con la población (redes sociales, página web institucional, banner, listas de correo, etc.).

Una vez finalizado el estudio, os facilitaremos un informe de los datos recabados y su análisis, que os pueda servir de ayuda para conocer la opinión de vuestros voluntarios

para futuras tomas de decisiones y gestión de recursos en materia deportiva. Se adjunta junto a esta carta de presentación, el cuestionario en papel para su valoración, siendo el formato de recogida de datos la encuesta electrónica a través de la herramienta de la Universidad de Murcia que asegure el anonimato y protección de datos sujeto a su normativa.

Atentamente,

Equipo Investigador

Anexo IV: Informe Comité Bioética

Firmante: FRANCISCO ESQUEMBRE MARTINEZ. Fecha-hora: 13/12/2018 11:12:38. Puesto/Cargo: VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA, UNIVERSIDAD DE MURCIA. Error de certificado: CN=JA, SUR=UNIVERSIDAD DE MURCIA, SERIALNUMBER=4271332, DN=QUALIFIED CA,O=SISTEMAS INFORMATICOS ABIERTOS SOCIEDAD ANONIMA, C=ES.
Firmante: JAIME MOUËL PERIS RIERA. Fecha-hora: 18/12/2018 13:07:12. Error de certificado: CN=AC FMAT, Usuario: O=UP-Ceres, O=UP-INFORCOM, C=ES.

UNIVERSIDAD DE MURCIA
Vicerrectorado de Investigación y Transferencia

CEI Comisión de Ética de Investigación

CAMPUS MARE NOSTRUM

INFORME DE LA COMISIÓN DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA

Jaime Peris Riera, Catedrático de Universidad y Secretario de la Comisión de Ética de Investigación de la Universidad de Murcia,

CERTIFICA:

Que D. Salvador Angosto Sánchez ha presentado la Tesis Doctoral titulada "*Evaluación del perfil, motivación y satisfacción del personal voluntario participante en programas de voluntariado en actividades y eventos deportivos*", dirigida por D. Arturo Díaz Suárez y D. José María López Gullón, a la Comisión de Ética de Investigación de la Universidad de Murcia.

Que dicha Comisión analizó toda la documentación presentada, y de conformidad con lo acordado el día cuatro de diciembre de dos mil dieciocho¹, por unanimidad, se emite INFORME FAVORABLE, desde el punto de vista ético de la investigación.

Y para que conste y tenga los efectos que correspondan firmo esta certificación con el visto bueno del Presidente de la Comisión.

Vº Bº
EL PRESIDENTE DE LA COMISIÓN
DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN DE LA
UNIVERSIDAD DE MURCIA

Fdo.: Francisco Esquembre Martínez

ID: 2056/2018

¹A los efectos de lo establecido en el art. 19.5 de la Ley 40/2015 de 1 de octubre de Régimen Jurídico del Sector Público (B.O.E. 02-10), se advierte que el acta de la sesión citada está pendiente de aprobación



Código seguro de verificación: RUXFMptU-DrQmc8JR-ypAfIICF-stGfLQ1G

COPIA ELECTRÓNICA - Página 1 de 1

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento administrativo electrónico archivado por la Universidad de Murcia, según el artículo 27.2 c) de la Ley 39/2015, de 2 de octubre. Su autenticidad puede ser contrastada a través de la siguiente dirección: <https://sede.um.es/validador/>

Anexo V: Estudio 1: Tabla 5. Análisis calidad metodológica estudios

Tabla 5. Análisis de la calidad metodología de los artículos analizados.

Nº Item	Sección, tópico y lista de ítems	Ahn (2018)	Alexander et al. (2015)	Bang et al. (2009b)	Bang et al. (2019)	Bang & Lee (2014)	Chiu et al. (2016)	Cho et al. (2020)
Título y Resumen								
1a	Identificación del tipo de estudio en el resumen.	1	1	1	1	1	1	1
1b	Resumen estructurado en objetivo, método, resultados y conclusiones.	1	1	1	1	0	1	0
Introducción								
Fundamentación y objetivos								
2a	Antecedentes científicos y explicación de los fundamentos.	1	1	1	1	1	1	1
2b	Objetivos específicos o hipótesis	1	1	1	1	1	1	1
Método								
Participantes								
3a	Criterios de elegibilidad de los participantes.	0	0	0	0	0	0	0
3b	Entornos y lugares donde se recogieron los datos.	1	1	1	1	1	1	1
3c	Una tabla con las características demográficas de partida.	1	1	0	1	0	0	0
Tamaño muestra								
4a	Se ha determinado el tamaño de la muestra	0	0	0	0	0	0	0
4b	Si procede, explicación de cómo se ha determinado el tamaño de la muestra	0	0	0	0	0	0	0
Procedimiento								
5	El procedimiento tiene suficientes detalles para permitir la replicación, incluyendo cómo y cuándo fueron realmente administrados.	1	1	1	1	1	0	1
Instrumentos o herramientas								
6a	Medidas de resultado primarias y secundarias completamente definidas, incluyendo cómo y cuándo fueron evaluadas	1	1	1	1	1	1	1
6b	Uso de herramientas de validez y fiabilidad.	1	1	1	1	1	1	1
Implementación								
7	Quién hizo cada parte del estudio.	0	0	0	0	0	0	0

Tabla 5. Análisis de la calidad metodología de los artículos analizados (continuación).

Nº Item	Sección, tópico y lista de ítems	Ahn (2018)	Alexander et al. (2015)	Bang et al. (2009b)	Bang et al. (2019)	Bang & Lee (2014)	Chiu et al. (2016)	Cho et al. (2020)
Métodos estadísticos								
8a	Métodos estadísticos utilizados para analizar los resultados	1	1	1	1	1	1	1
8b	Uso de métodos de análisis adicionales al objetivo del estudio	1	1	0	1	0	0	0
Resultados								
Resultados y estimación								
9	Una tabla o figura que muestre los resultados de los análisis más relevantes del estudio.	1	1	1	1	1	1	1
Discusión								
Interpretación								
10	Interpretación coherente con los resultados, equilibrando los beneficios y los daños, y teniendo en cuenta otras pruebas pertinentes	1	1	1	1	1	1	1
Limitaciones								
11	Limitaciones del estudio, abordando las fuentes de posibles sesgos, imprecisiones, etc.	1	1	1	1	1	1	1
Implicaciones prácticas								
12	Principal aplicabilidad de los resultados del estudio.	1	1	1	1	1	1	1
Otra información								
Financiación								
13	Fuentes de financiación y otras ayudas, papel de los financiadores	0	0	0	0	0	0	0
PUNTUACIÓN TOTAL		15	15	13	15	12	12	12

Tabla 5. Análisis de la calidad metodología de los artículos analizados (continuación).

Nº Item	Sección, tópico y lista de ítems	Dickson et al. (2013)	Dickson et al. (2017)	Dickson et al. (2020)	Doherty (2009)	Günter et al. (2015)	Hallmann & Harms (2012)	Jiang et al. (2017)
Título y Resumen								
1a	Identificación del tipo de estudio en el resumen.	1	1	1	1	1	1	1
1b	Resumen estructurado en objetivo, método, resultados y conclusiones.	1	1	1	1	0	1	1
Introducción								
Fundamentación y objetivos								
2a	Antecedentes científicos y explicación de los fundamentos.	1	1	1	1	1	1	1
2b	Objetivos específicos o hipótesis	1	1	1	1	1	1	1
Método								
Participantes								
3a	Criterios de elegibilidad de los participantes.	0	1	0	0	0	0	0
3b	Entornos y lugares donde se recogieron los datos.	1	1	1	1	1	1	1
3c	Una tabla con las características demográficas de partida.	1	1	1	0	0	1	0
Tamaño muestra								
4a	Se ha determinado el tamaño de la muestra	0	0	0	0	0	0	0
4b	Si procede, explicación de cómo se ha determinado el tamaño de la muestra	0	0	0	0	0	0	0
Procedimiento								
5	El procedimiento tiene suficientes detalles para permitir la replicación, incluyendo cómo y cuándo fueron realmente administrados.	0	1	1	1	1	1	1
Instrumentos o herramientas								
6a	Medidas de resultado primarias y secundarias completamente definidas, incluyendo cómo y cuándo fueron evaluadas	1	1	1	1	1	1	1
6b	Uso de herramientas de validez y fiabilidad.	1	1	1	1	1	1	1
Implementación								
7	Quién hizo cada parte del estudio.	0	0	0	0	0	0	0
Métodos estadísticos								
8a	Métodos estadísticos utilizados para analizar los resultados	1	1	1	1	1	1	1
8b	Uso de métodos de análisis adicionales al objetivo del estudio	1	1	1	0	1	0	0
Resultados								
Resultados y estimación								
9	Una tabla o figura que muestre los resultados de los análisis más relevantes del Estudio.	1	1	1	1	1	1	1

Tabla 5. Análisis de la calidad metodología de los artículos analizados (continuación).

Nº Item	Sección, tópico y lista de ítems	Dickson et al. (2013)	Dickson et al. (2017)	Dickson et al. (2020)	Doherty (2009)	Günter et al. (2015)	Hallmann & Harms (2012)	Jiang et al. (2017)
Discusión								
Interpretación								
10	Interpretación coherente con los resultados, equilibrando los beneficios y los daños, y teniendo en cuenta otras pruebas pertinentes	1	1	1	1	1	1	1
Limitaciones								
11	Limitaciones del estudio, abordando las fuentes de posibles sesgos, imprecisiones, etc.	0	1	1	1	1	1	1
Implicaciones prácticas								
12	Principal aplicabilidad de los resultados del estudio.	1	1	1	1	1	1	1
Otra información								
Financiación								
13	Fuentes de financiación y otras ayudas, papel de los financiadores	0	0	0	0	1	0	0
PUNTUACIÓN TOTAL		13	16	15	13	14	14	13

Tabla 5. Análisis de la calidad metodología de los artículos analizados (continuación).

Nº Item	Sección, tópico y lista de ítems	Johnson et al. (2016)	Johnson et al. (2017)	Kim et al. (2019a)	Kim et al. (2019b)	Kim et al. (2020)	Koutrou (2018)	Koutrou & Pappous (2016)
Título y Resumen								
1a	Identificación del tipo de estudio en el resumen.	1	1	1	1	1	1	1
1b	Resumen estructurado en objetivo, método, resultados y conclusiones.	1	1	1	0	1	1	1
Introducción								
Fundamentación y objetivos								
2a	Antecedentes científicos y explicación de los fundamentos.	1	1	1	1	1	1	1
2b	Objetivos específicos o hipótesis	1	1	1	1	1	1	1
Método								
Participantes								
3a	Criterios de elegibilidad de los participantes.	0	0	0	0	0	0	0
3b	Entornos y lugares donde se recogieron los datos.	1	1	1	1	1	1	1
3c	Una tabla con las características demográficas de partida.	0	0	1	0	0	1	1
Tamaño muestra								
4a	Se ha determinado el tamaño de la muestra	0	0	0	0	0	0	0
4b	Si procede, explicación de cómo se ha determinado el tamaño de la muestra	0	0	0	0	0	0	0
Procedimiento								
5	El procedimiento tiene suficientes detalles para permitir la replicación, incluyendo cómo y cuándo fueron realmente administrados.	1	1	1	1	1	1	1
Instrumentos o herramientas								
6a	Medidas de resultado primarias y secundarias completamente definidas, incluyendo cómo y cuándo fueron evaluadas	1	1	1	1	1	1	1
6b	Uso de herramientas de validez y fiabilidad.	1	1	1	1	1	1	1
Implementación								
7	Quién hizo cada parte del estudio.	0	0	0	0	0	0	0
Métodos estadísticos								
8a	Métodos estadísticos utilizados para analizar los resultados	1	1	1	1	1	1	1
8b	Uso de métodos de análisis adicionales al objetivo del estudio	0	0	0	0	0	0	0

Tabla 5. Análisis de la calidad metodológica de los artículos analizados (continuación).

Nº Item	Sección, tópico y lista de ítems	Johnson et al. (2016)	Johnson et al. (2017)	Kim et al. (2019a)	Kim et al. (2019b)	Kim et al. (2020)	Koutrou (2018)	Koutrou & Pappous (2016)
Resultados								
Resultados y estimación								
9	Una tabla o figura que muestre los resultados de los análisis más relevantes del Estudio.	1	1	1	1	1	1	1
Discusión								
Interpretación								
10	Interpretación coherente con los resultados, equilibrando los beneficios y los daños, y teniendo en cuenta otras pruebas pertinentes	1	1	1	1	1	1	1
Limitaciones								
11	Limitaciones del estudio, abordando las fuentes de posibles sesgos, imprecisiones, etc.	0	0	1	1	1	1	1
Implicaciones prácticas								
12	Principal aplicabilidad de los resultados del estudio.	1	1	1	1	1	1	1
Otra información								
Financiación								
13	Fuentes de financiación y otras ayudas, papel de los financiadores	0	0	0	0	0	0	0
PUNTUACIÓN TOTAL		12	12	14	12	13	14	14

Tabla 5. Análisis de la calidad metodología de los artículos analizados (continuación).

Nº Item	Sección, tópico y lista de ítems	Lockstone -Binney et al. (2015)	MacLean & Hamm (2007)	Mykletun & Himanen (2016)	Pereira & Cavalcant e (2018)	Pereira & Cavalcant e (2019)	Pereira et al. (2019)	Sand et al. (2017)
Título y Resumen								
1a	Identificación del tipo de estudio en el resumen.	1	1	1	1	1	1	1
1b	Resumen estructurado en objetivo, método, resultados y conclusiones.	1	1	1	1	1	1	1
Introducción								
Fundamentación y objetivos								
2a	Antecedentes científicos y explicación de los fundamentos.	1	1	1	1	1	1	1
2b	Objetivos específicos o hipótesis	1	1	1	1	1	1	1
Método								
Participantes								
3a	Criterios de elegibilidad de los participantes.	0	0	0	0	0	0	0
3b	Entornos y lugares donde se recogieron los datos.	1	1	1	1	1	1	1
3c	Una tabla con las características demográficas de partida.	1	0	0	1	1	1	1
Tamaño muestra								
4a	Se ha determinado el tamaño de la muestra	0	0	0	0	1	0	0
4b	Si procede, explicación de cómo se ha determinado el tamaño de la muestra	0	0	0	0	1	0	0
Procedimiento								
5	El procedimiento tiene suficientes detalles para permitir la replicación, incluyendo cómo y cuándo fueron realmente administrados.	1	1	1	1	1	1	1
Instrumentos o herramientas								
6a	Medidas de resultado primarias y secundarias completamente definidas, incluyendo cómo y cuándo fueron evaluadas	1	1	1	1	1	1	1
6b	Uso de herramientas de validez y fiabilidad.	1	1	0	1	1	1	1
Implementación								
7	Quién hizo cada parte del estudio.	0	0	0	0	0	0	0

Tabla 5. Análisis de la calidad metodología de los artículos analizados (continuación).

Nº Item	Sección, tópico y lista de ítems	Lockstone -Binney et al. (2015)	MacLean & Hamm (2007)	Mykletun & Himanen (2016)	Pereira & Cavalcant e (2018)	Pereira & Cavalcant e (2019)	Pereira et al. (2019)	Sand et al. (2017)
Métodos estadísticos								
8a	Métodos estadísticos utilizados para analizar los resultados	1	1	1	1	1	1	1
8b	Uso de métodos de análisis adicionales al objetivo del estudio	0	0	0	0	0	0	0
Resultados								
Resultados y estimación								
9	Una tabla o figura que muestre los resultados de los análisis más relevantes del Estudio.	1	1	1	1	1	1	1
Discusión								
Interpretación								
10	Interpretación coherente con los resultados, equilibrando los beneficios y los daños, y teniendo en cuenta otras pruebas pertinentes	1	1	1	1	1	1	1
Limitaciones								
11	Limitaciones del estudio, abordando las fuentes de posibles sesgos, imprecisiones, etc.	1	0	1	1	1	1	1
Implicaciones prácticas								
12	Principal aplicabilidad de los resultados del estudio.	1	1	1	1	1	1	1
Otra información								
Financiación								
13	Fuentes de financiación y otras ayudas, papel de los financiadores	0	0	0	0	0	0	0
PUNTUACIÓN TOTAL		14	12	12	14	16	14	14

Tabla 5. Análisis de la calidad metodológica de los artículos analizados (continuación).

Nº Item	Sección, tópico y lista de ítems	Warner et al. (2011)	Wu et al. (2015)
Título y Resumen			
1a	Identificación del tipo de estudio en el resumen.	1	1
1b	Resumen estructurado en objetivo, método, resultados y conclusiones.	1	1
Introducción			
Fundamentación y objetivos			
2a	Antecedentes científicos y explicación de los fundamentos.	1	1
2b	Objetivos específicos o hipótesis	1	1
Método			
Participantes			
3a	Criterios de elegibilidad de los participantes.	0	0
3b	Entornos y lugares donde se recogieron los datos.	1	1
3c	Una tabla con las características demográficas de partida.	0	0
Tamaño muestra			
4a	Se ha determinado el tamaño de la muestra	0	0
4b	Si procede, explicación de cómo se ha determinado el tamaño de la muestra	0	0
Procedimiento			
5	El procedimiento tiene suficientes detalles para permitir la replicación, incluyendo cómo y cuándo fueron realmente administrados.	1	1
Instrumentos o herramientas			
6a	Medidas de resultado primarias y secundarias completamente definidas, incluyendo cómo y cuándo fueron evaluadas	1	1
6b	Uso de herramientas de validez y fiabilidad.	1	1
Implementación			
7	Quién hizo cada parte del estudio.	0	0
Métodos estadísticos			
8a	Métodos estadísticos utilizados para analizar los resultados	1	1
8b	Uso de métodos de análisis adicionales al objetivo del estudio	0	0

Tabla 5. Análisis de la calidad metodología de los artículos analizados (continuación).

Nº Item	Sección, tópico y lista de ítems	Warner et al. (2011)	Wu et al. (2015)
Resultados			
Resultados y estimación			
9	Una tabla o figura que muestre los resultados de los análisis más relevantes del Estudio.	1	1
Discusión			
Interpretación			
10	Interpretación coherente con los resultados, equilibrando los beneficios y los daños, y teniendo en cuenta otras pruebas pertinentes	1	1
Limitaciones			
11	Limitaciones del estudio, abordando las fuentes de posibles sesgos, imprecisiones, etc.	0	1
Implicaciones prácticas			
12	Principal aplicabilidad de los resultados del estudio.	1	1
Otra información			
Financiación			
13	Fuentes de financiación y otras ayudas, papel de los financiadores	0	0
PUNTUACIÓN TOTAL		12	13

Anexo VI: Estudio 1: Tabla 6. Características de los estudios

Tabla 6. Características de los estudios.

Autores	Revista	País	Tipo de evento	Escala del evento	Tipo de muestra	Muestra	Lugar evento	Método	Encuesta	Fundamentación teórica
Ahn (2018)	Journal of Destination Marketing & Management	Corea del Sur	Mega evento	Mega evento	Voluntariado evento	232	Corea del Sur	Online	VMS	No específica
Alexander et al. (2015)	Tourism Management	Estados Unidos	Mega evento	Giga evento	Voluntariado evento	11451	Reino Unido	Online	VFI	No específica
Bang et al. (2019)	Journal of Community Psychology	Estados Unidos	Mega evento	Giga evento	Voluntariado evento	4824	Brasil	Online	VMS-ISE	Teoría de la Autodeterminación
Bang & Lee (2014)	International Journal of Hospitality and Event Management	Estados Unidos	No mega evento	Evento regional	Voluntariado evento	107	Estados Unidos	En papel	VMS-ISE	Teoría del Comportamiento planificaco
Bang et al. (2009b)	Event Management	Estados Unidos	No mega evento	Evento local	Voluntariado evento	163	Estados Unidos	Online	VMS-ISE	Teoría del Intercambio Social
Chiu et al. (2016)	International Review on Public and Nonprofit Marketing	Corea del Sur	No mega evento	Evento local	Estudiantes	488	Reino Unido	En papel	Motivación voluntariado en evento caritativo	Teoría del Comportamiento planificaco
Cho et al. (2020)	Sport Management Review	Singapur	No mega evento	Evento regional	Voluntariado evento	924	China	En papel	VMS	No específica
Dickson et al. (2013)	Event Management	Australia	Mega evento	Mega evento	Voluntariado evento	2066	Canadá	Online	No específica	No específica
Dickson et al. (2017)	Event Management	Australia	Mega evento	Giga evento	Voluntariado con discapacidad	786	Reino Unido	Online	No específica	No específica
Dickson et al. (2020)	International Journal of Contemporary Hospitality Management	Australia	Mega evento	Evento mayor o distintivo	Voluntariado evento	787	Canadá	Online	No específica	Teoría del comportamiento planificado
Doherty (2009)	Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events	Canadá	No mega evento	Evento regional	Voluntariado evento	1098	Canadá	Email o correo postal	No específica	Teoría del Intercambio Social
Günter et al. (2015)	Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly	Suiza	Mega evento	Mega evento	Voluntariado evento	275	Suiza	Online	VFI	Teoría de la Autodeterminación

Tabla 6. Características de los estudios (continuación).

Autores	Revista	País	Tipo de evento	Escala del evento	Tipo de muestra	Muestra	Lugar evento	Método	Encuesta	Fundamentación teórica
Hallmann & Harms (2012)	International Journal of Event and Festival Management	Alemania	No mega evento	Evento regional	Voluntariado evento	179	Alemania	Online	VMS-ISE	Teoría de la Motivación/Teoría de la participación del aficionado al deporte
Jiang et al. (2017)	Event Management	Canadá	Mega evento	Evento mayor o distintivo	Voluntariado evento	1015	China	Mixto	Función de la motivación intrínseca	Teoría de la Autodeterminación
Johnson et al. (2017)	Journal of Applied Sport Management	Estados Unidos	No mega evento	Evento local	Estudiantes	322	Estados Unidos	En papel	VFI	No específica
Johnson et al. (2016)	Indiana AHPERD	Estados Unidos	No mega evento	Evento local	Estudiantes	322	Estados Unidos	En papel	VFI	No específica
Kim et al. (2019a)	Journal of Tourism and Leisure Research	Corea del Sur	Mega evento	Giga evento	Voluntariado evento	11451	Reino Unido	Online	VFI	Teoría Funcional
Kim et al. (2019b)	Event Management	Australia	No mega evento	Evento regional	Voluntariado evento	578	Australia	Mixto	VMS-ISE	Teoría del contrato psicológico
Kim et al. (2020)	Journal of Organizational Psychology	Estados Unidos	Mega evento	Mega evento	Voluntariado evento	341	Corea del Sur	En papel	VFI	Teoría del cambio de actitud
Koutrou & Pappous (2016)	Voluntary Sector Review	Reino Unido	Mega evento	Giga evento	Voluntariado evento	163	Reino Unido	Online	VMS-ISE	No específica
Koutrou (2018)	Sustainability	Reino Unido	Mega evento	Evento mayor o distintivo	Voluntariado evento	70	Reino Unido	Online	VMS-ISE	Teoría de la participación aficionado al deporte
Lockstone-Binney et al. (2015)	Event Management	Australia	No mega evento	Evento regional/Local event	Voluntariado evento	335	Australia/Nueva Zelanda	Mixto	SEVMS	No específica
MacLean & Hamm (2007)	Leisure/Loisir	Canadá	No mega evento	Evento local	Voluntariado evento	647	Canadá	Mixto	SVMS	No específica

Tabla 6. Características de los estudios.

Autores	Revista	País	Tipo de evento	Escala del evento	Tipo de muestra	Muestra	Lugar evento	Método	Encuesta	Fundamentación teórica
Mykletun & Himanen (2016)	Sport, Business and Management: An international journal	Noruega	No mega evento	Evento regional / Evento local	Voluntariado evento	152	Noruega	Online	No especifica	No especifica
Pereira & Cavalcante (2019)	Holos	Brasil	No mega evento	Evento local	Voluntariado evento	167	Brasil	En papel	VMS-ISE	No especifica
Pereira & Cavalcante (2018)	Organizações em contexto	Brasil	Mega evento	Giga evento	Voluntariado evento	400	Brasil	En papel	VMS-ISE	No especifica
Pereira et al. (2019)	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	Brasil	Mega evento	Evento mayor o distintivo	Voluntariado evento	200	Brasil	En papel	VMS-ISE	No especifica
Sand et al. (2017)	International Journal of Sport Management and Marketing	Noruega	Mega evento	Evento mayor o distintivo	Voluntariado evento	926	Noruega	Online	No especifica	Teoría de la modernización
Warner et al. (2011)	Journal of Sport Management	Estados Unidos	-	No especifica	Voluntariado evento	316	Estados Unidos	Online	Método Kano	Teoría Motivación-Higiene
Wu et al. (2015)	Voluntas	China	Mega evento	Evento mayor o distintivo	Estudiantes	180	China	En papel	Escala motivación autodeterminación	Teoría de la Autodeterminación

Anexo VII: Estudio 1: Tabla 13. Principales resultados de los estudios.

Tabla 13. Principales resultados resultados de los estudios.

Autores	VARIABLES	Resultados	Otros resultados
Ahn (2018)	Motivación, Reconocimiento-Recompensa, Conectividad, Intenciones futuras	Puntuación alta: Propósito, Ocio y Egoísta. Puntuación baja: Influencia externa. La intención de futuro tuvo una valoración moderada-alta.	La motivación de ocio, la motivación egoísta y la motivación intencional estaban significativamente relacionadas con la conectividad. Además, la conectividad se relacionó positivamente con la intención de ser voluntario.
Alexander et al. (2015)	Motivación, Satisfacción, Intención futuras	Puntuación alta: Función olímpica y Valor. Puntuación baja: Función social y Función protectora. Tres grupos de conglomerados según los motivos: Grupo I 'Obligados'; Grupo 2 'Entusiastas'; y Grupo 3 'Semi-entusiastas'.	Hubo diferencias significativas entre los grupos en sus intenciones de comportamiento futuro. El grupo I tenía la intención de comportamiento futuro más baja. El Grupo 2 mostró el nivel más alto de intención de comportamiento futuro. El grupo III presentó el segundo nivel más alto de intención conductual futura.
Bang & Lee (2014)	Motivación, Comportamiento planeado, Intenciones futuras	Puntuación alta: Expresión de valores, Amor al deporte y Patriotismo. Puntuación baja: Carrera. Los primerizos puntuaron más alto en los motivos que los retornados, sin diferencias significativas.	Las intenciones futuras tuvieron una buena puntuación. Los 'Firts-Timers' tenían una intención futura más alta que los 'Returners', con diferencias significativas entre los dos grupos. Hubo una influencia significativa de los cuatro motivos analizados (Expresión de valores, Amor al deporte, Patriotismo, Carrera) en las intenciones futuras.
Bang et al. (2019)	Motivación, Satisfacción, Intenciones futuras	Puntuación alta: Expresión de valores, Orientación profesional y Crecimiento personal. Puntuación baja: Recompensas extrínsecas.	Las intenciones futuras tuvieron un buen valor. Los resultados de la regresión indicaron que todas las variables del VMS-ISE, excepto la recompensa extrínseca, se asociaron positivamente con la intención.
Bang et al. (2009b)	Motivación, Compromiso, Intenciones futuras	Puntuación alta: Expresión de las puntuaciones, Implicación en la comunidad y Amor al deporte. Puntuación baja: Carrera y Recompensas Extrínsecas.	La precisión global de este modelo es del 88,5%. La variable contributiva más importante en el modelo fue el Compromiso, seguida de los factores de motivación: Implicación en la comunidad y Recompensas extrínsecas.
Chiu et al. (2015)	Motivación, Intenciones futuras, Participación real	Puntuación alta: Motivación por el evento deportivo, Causa. Puntuación baja: grupo de referencia.	Las intenciones futuras tuvieron una puntuación moderada. La motivación general, el motivo deporte y evento y el motivo causa influyeron significativamente en la intención de comportamiento.

Tabla 13. Principales resultados resultados de los estudios (continuación).

Autores	Variables	Resultados	Otros resultados
Cho et al. (2020)	Motivación, Intenciones Futuras, Clima Laboral, Actitud, Agotamiento Emocional	-	Hay efectos indirectos significativos de la motivación intrínseca en las intenciones futuras.
Dickson et al. (2013)	Motivación, Satisfacción, Intenciones futuras	Puntuación alta: Retribución, Habilidades. Puntuación baja: Transaccional, Tradición.	Casi dos tercios (61,6%) indicaron que no esperaban que su voluntariado cambiara respecto a su nivel anterior a los Juegos, mientras que el 23,7% tenía intención de aumentar su voluntariado y el 3,1% de disminuirlo. Las facetas motivacionales de Variedad y Altruista tuvieron una influencia significativa en las intenciones futuras.
Dickson et al. (2017)	Motivación, Intenciones futuras	Puntuación alta: Se trata del juego, y Altruismo. Puntuación baja: Recompensas extrínsecas, y Disponibilidad.	El 64,5% de los voluntarios esperaba ser más voluntario antes y después del evento. Del total de voluntarios, el 46% dijo que esperaba ser más voluntario antes del evento, disminuyendo al 44% después del evento.
Dickson et al. (2020)	Motivación, Satisfacción, Habilidades Intenciones Futuras	Puntuación alta: Altruismo, y 'Se trata de un juego'. Puntuación baja: Variedad.	Alrededor del 50% esperaba ser voluntario al mismo nivel, más del 10% tenía la intención de ser menos voluntario, y casi el 40% creía que aumentaría su voluntariado, un aumento neto del 29%.
Doherty (2009)	Motivación, Intención de continuar	Los resultados no revelaron ninguna variación significativa entre los voluntarios de planificación con respecto a las intenciones futuras.	Hubo una variación significativa en las intenciones futuras de voluntariado según el tipo de voluntario. Los voluntarios de planificación estaban interesados en participar en la misma medida, mientras que los voluntarios in situ estaban interesados en participar en una medida ligeramente mayor.
Güntert et al. (2015)	Motivación, Autónomo, Satisfacción de la Asequibilidad, Intenciones Futuras	Puntuación alta: Buena ciudadanía, Emoción, Valores. Puntuación baja: Carrera, Perfeccionamiento.	Las intenciones futuras tienen una buena puntuación. Los motivos Comprensión, Social, Mejora y Buena ciudadanía influyeron en las intenciones futuras de volver.
Hallmann & Harms (2012)	Motivación, Intenciones futuras	Puntuación alta: Expresión de valores y Crecimiento Personal.	La expresión de valores y el crecimiento personal son los factores que más influyen en la motivación de los voluntarios y en su comportamiento futuro.
Jiang et al. (2017)	Motivación, Altruismo, Atracción, Satisfacción, Intenciones futuras	-	La satisfacción general de la experiencia actúa como variable mediadora en la influencia de la motivación intrínseca sobre las intenciones futuras.
Johnson et al. (2017)	Motivación, Satisfacción, Intenciones futuras	Puntuación alta: Amor al Deporte y Carrera. Puntuación baja: Protección.	La carrera y lo social ayudaron significativamente a predecir la retención, mientras que el amor por el deporte no lo hizo. La carrera y la satisfacción ayudaron significativamente a predecir la permanencia.

Tabla 13. Principales resultados resultados de los estudios (continuación).

Autores	Variables	Resultados	Otros resultados
Johnson et al. (2016)	Motivación, Satisfacción, Intenciones futuras	Puntuación alta: Amor al Deporte, Carrera y Valores. Puntuación baja: Protección.	Las mujeres valoraron más la intención de permanecer en el puesto que los hombres, pero no hubo diferencias significativas.
Kim et al. (2019 ^a)	Motivación, Satisfacción, Intenciones futuras	-	Todos los factores de motivación influyeron significativamente en la satisfacción, que actuó como variable moderadora entre la motivación y las intenciones futuras.
Kim et al. (2020)	Motivación, Expectativa, Experiencia, Satisfacción, Intenciones futuras	-	Las puntuaciones medias de todo el grupo de voluntarios indicaron un acuerdo positivo con la intención de continuar con el voluntariado el próximo año.
Kim et al. (2019b)	Motivación Altruista/Egoísta, Internalización de Valores, Intención Futura	Puntuación alta: Amor al deporte, y Motivación altruista.	La motivación no altruista tuvo una influencia positiva en las intenciones futuras, mientras que la motivación altruista tuvo un efecto negativo y significativo.
Koutrou & Pappous (2016)	Motivación, Intenciones futuras	Puntuación alta: Amor al deporte, Juegos Olímpicos y Contactos interpersonales.	El motivo Contactos interpersonales influyó positiva y significativamente en la intención de ser voluntario en otros eventos.
Koutrou (2018)	Motivación, Satisfacción, Intenciones futuras, Experiencia	Puntuación alta: Expresión de las valores y Amor por el rugby. Puntuación baja: Recompensas Extrínsecas.	Ningún motivo influyó en las intenciones futuras del voluntario.
Lockstone-Binney et al. (2015)	Motivación, Satisfacción, Intenciones futuras	Puntuación alta: Propósito y Solidario. Puntuación baja: Tiempo libre.	Los análisis de regresión indicaron que había diferencias estadísticamente significativas entre los grupos en los ítems de intenciones futuras. Los altruistas puntuaron más alto en su intención de volver al mismo evento, sin embargo, todas las demás intenciones futuras fueron puntuadas más alto por el grupo de los sociales.
McLean & Hamm (2007)	Motivación, Compromiso, Intenciones Futuras	-	No hubo relaciones significativas entre las intenciones de permanecer y ninguno de los factores de motivación. Los motivos de la intención general de permanecer fueron (80%): (a) el voluntariado es gratificante; (b) la jubilación/el tiempo libre; y (c) es importante apoyar las iniciativas comunitarias; respectivamente.
Mykletun & Himanen (2016)	Motivación, Compromiso, Satisfacción, Intenciones Futuras	Puntuación alta: Altruista y Conexión con el deporte. Puntuación baja: Egoísta.	La conexión de la motivación con el deporte predice las intenciones futuras.
Pereira & Cavalcante (2019)	Motivación, Intenciones futuras	Puntuación alta: Expresión de valores, carrera y contactos interpersonales. Puntuación baja: Recompensas extrínsecas.	El 91,5% de los voluntarios expresaron su interés en seguir siendo voluntarios en un evento deportivo.

Tabla 13. Principales resultados resultados de los estudios (continuación).

Autores	Variables	Resultados	Otros resultados
Pereira & Cavalcante (2018)	Motivación, Intenciones futuras	Puntuación alta: Expresión de valores, Amor por el deporte y Contactos interpersonales. Puntuación baja: Recompensas extrínsecas.	El 78% de los voluntarios expresaron su interés en seguir siendo voluntarios en un evento deportivo.
Pereira et al. (2019)	Motivación, Intenciones futuras	Puntuación alta: Expresión de valores, Amor por el deporte y Contactos interpersonales. Puntuación baja: Recompensas extrínsecas y Carrera profesional.	No hay información sobre las intenciones futuras.
Sand et al. (2017)	Motivación, Intenciones Futuras	Puntuación alta: Carrera.	El 40% de los voluntarios expresó su interés en seguir siendo voluntario en un evento deportivo.
Warner et al. (2011)	Motivación, Compromiso, Satisfacción, Intenciones futuras, Animar a los demás, Creencia en los valores de la organización	-	Todos los motivos son importantes. Los motivos no predijeron el interés de los voluntarios por volver a ser voluntarios o por animar a otros a serlo.
Wu et al. (2015)	Motivación, Satisfacción, Intenciones futuras	Puntuación alta: motivación intrínseca.	La motivación intrínseca influye significativamente en la intención futura, con la satisfacción como variable mediadora.

Anexo VIII: Publicaciones asociadas a la tesis

Publicaciones

1. Angosto, S., Díaz-Suárez, A., & López-Gullón, J. M. (2021). Research proposal on the formation of university sports volunteers. Sport-TK: Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte. In press.
2. Angosto, S., Díaz-Suárez, A., & López-Gullón, J. M. (2021). Motivation and satisfaction in university sports volunteering. Journal of Human Movement and Exercise. In press.
3. Angosto, S., Vegara-Ferri, J.M., & Bravo, G. (2021). Motivational profiles of university volunteers in sport events: A segmentation approach. Cultura, Ciencia y Deporte. In press.

Aportaciones a congresos

1. Angosto, S., Rueda, M., Salmerón-Baños, L., & Martínez-Quiles, M. (2021, June 3rd). Sentido de comunidad según experiencia previa del voluntario deportivo universitario [Oral presentation]. In XI Ibero-American Congress on Sports Economics. A Coruña, Spain.
2. Angosto, S., Díaz-Suárez, A., & López-Gullón, J. M. (2021, June 3rd). Voluntariado deportivo universitario [Oral presentation]. In XI Ibero-American Congress on Sports Economics. A Coruña, Spain.
3. Angosto, S., Rueda, M., Martínez-Quiles, M., & Salmerón-Baños, L. (2021, June 3rd). Calidad percibida de un voluntariado deportivo: diferencias según curso del estudiante [Oral presentation]. In XI Ibero-American Congress on Sports Economics. A Coruña, Spain.
4. Angosto, S., Vegara-Ferri, J. M., & Bravo, G. (2020, October 27th). Profile of the sports volunteer at the University of Murcia [Oral presentation]. In II International Congress in Introduction to Research in Physical Activity and Sport. Murcia, Spain.
5. Angosto, S., Vegara-Ferri, J. M., & Bravo, G. (2020, October 27th). Motivation and satisfaction of the sports volunteer on the "Ruta de las Fortalezas" [Oral presentation].

- presentation]. In II International Congress in Introduction to Research in Physical Activity and Sport. Murcia, Spain.
6. Angosto, S., Salmerón, L., Díaz Suárez, A., & López-Gullón, J. M. (2019, June 6th). Incidence of the motivational profile of the sports volunteer [Oral presentation]. In X Ibero-American Congress on Sports Economics. Barcelona, Spain.
 7. Angosto, S., Montesinos, E., Morales-Baños, V., & López-Gullón, J. M. (2018, June, 6th). Perceived quality of a volunteer program according to the student's motivational profile [Oral presentation]. In IX Ibero-American Congress on Sports Economics. Málaga, Spain.
 8. Angosto, S., Vegara-Ferri, J. M., Díaz Suárez, A., & López-Gullón, J. M. (2018, October 27th). Motivation and Satisfaction of University Sports Volunteers of the University of Murcia [Oral presentation]. In I Congress in Introduction to Research in Physical Activity and Sport. Murcia, Spain.
 9. Vegara-Ferri, J. M., Cabezos, H., Einsle, C. S., López-Gullón, J. M., & Angosto, S., (2017, June 8th). Motivation of the university student participating in a sports volunteer [Oral presentation]. In VIII Ibero-American Congress on Sports Economics. Toledo, Spain.
 10. Vegara-Ferri, J. M., Cabezos, H., Einsle, C. S., López-Gullón, J. M., & Angosto, S., (2017, June 8th). Perceived quality of university volunteers in a sports event [Oral presentation]. In VIII Ibero-American Congress on Sports Economics. Toledo, Spain.

Libros electrónicos

1. Angosto, S., & López-Gullón, J. M. (2015). Sports Volunteer Manual. The sports volunteer association. Union of Sports Federations of the Region of Murcia, Spain.
2. Angosto, S., & López-Gullón, J. M. (2015). Sports Volunteer Manual. The work of sports volunteers. Union of Sports Federations of the Region of Murcia, Spain.
3. Angosto, S., & López-Gullón, J. M. (2015). Sports Volunteer Manual. Steps to create a sports association. Union of Sports Federations of the Region of Murcia, Spain.

