

## **PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LA MEDIA MARATÓN CIUDAD DE CARTAGENA 2011-2012**

Félix Vera

Facultad de Ciencias del Deporte. Universidad de Murcia.

Correspondencia: fv.amat@gmail.com

---

### INTRODUCCIÓN

En estas últimas décadas, se ha experimentado un continuo crecimiento en términos de magnitud de participantes y número de pruebas populares. Debido a este crecimiento, las carreras populares han adquirido un mayor impacto e influencia sobre la sociedad. Este incremento de la demanda de carreras populares ha supuesto un continuo cambio y renovación de los servicios deportivos. Como indican Martínez y Martínez (2007) el crecimiento del ocio ha incrementado el consumo y la competición entre la industria del sector deportivo. Al mismo tiempo, nos encontramos en un contexto de crisis económico-financiera que afecta a nuestro país, por tanto todas las entidades públicas y privadas deben de encontrar la manera de ofertar servicios de calidad de manera eficiente. Es en este punto en el que se hace imprescindible un servicio de calidad, en la que la satisfacción del usuario determinará su participación en la actividad. Es importante identificar los motivos de participación porque estos no solo determinan el nivel de calidad del servicio sino también el nivel de satisfacción del usuario (Rodríguez, Agudo, García y Herrero, 2003; Ko y Pastore, 2004).

En particular este estudio se centra en la calidad percibida por parte de los usuarios en el evento deportivo Media Maratón Ciudad de Cartagena comparando sus ediciones de 2011 y 2012, evento deportivo consolidado y de gran repercusión en la ciudad. El objetivo principal es conocer cuál es la medida de la calidad percibida del servicio, establecer la diferencia entre ambas ediciones en cuanto a calidad percibida por el participante, y encontrar pautas para la mejora de la gestión del evento a través de la valoración que muestran los deportistas.

### MÉTODO

#### *Participantes*

La muestra del estudio estuvo formado por 210 deportistas, 140 participantes en la edición de 2011 y 69 participantes en la edición 2012. La muestra presenta 13,80% de género femenino y un 86,19% de género

---

masculino, con una media de edad entre las dos ediciones de 45,4 años para género masculino y 35,12 para género femenino.

### *Instrumentos*

La técnica de recogida de información empleada para el estudio ha sido un cuestionario autoadministrado compuesto por 10 preguntas. Esta herramienta está estructurada en 2 bloques, un bloque de cuestiones sociodemográficas y otro bloque de recogida de datos sobre la percepción de la calidad.

Este último bloque se divide en 4 dimensiones que tratan de englobar todas las variables objeto de estudio que son las siguientes; Organización del evento, Entorno deportivo, Servicios prestados, Sorteos y regalos desarrollados antes y tras la prueba.

Esta herramienta ha sido creada especialmente para este evento a partir de diferentes herramientas que evalúan la calidad percibida por los usuarios, como Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) que propone el modelo SERVQUAL para la evaluación de la calidad percibida por parte del usuario, esta escala SERVQUAL es una de las herramientas más empleadas en la evaluación de la calidad percibida y a partir de ella se han desarrollado diferentes herramientas de evaluación para servicios deportivos concretos como pueden ser la satisfacción y valor percibido por espectadores de atletismo Calabuig et al. (2010), o la percepción de calidad en los servicios municipales deportivos Morales y Galvez, (2011) entre otros.

El instrumento presenta preguntas de tipo cerrado con múltiple respuesta, medidas mediante una escala Likert. La percepción de calidad de estos servicios esta atribuida a la elección de cinco puntos en la escala, seleccionando la menos cualificada (1) o la más cualificada (5). Además esto incluye una percepción importante dentro de la escala, facilita una clasificación de los ítems incluidos en la encuesta. Se llevó a cabo este tipo de respuesta para facilitar su posterior análisis estadístico. Al final del cuestionario se estableció una pregunta de tipo abierto donde cada uno de los corredores pudiese expresar sugerencias a tener en cuenta en un futuro en las próximas ediciones.

## RESULTADOS

Los resultados obtenidos relativos a la calidad percibida por los usuarios de este evento deportivo en cada una de las dimensiones que se evalúan se comparan los valores de ambas ediciones, realizando una división por género.

En cuanto a la primera dimensión referente a la organización técnica del evento, el género masculino valora de forma más positiva la edición de 2012 respecto a la de 2011 con una media de 4,04 y 4 respectivamente. Sin embargo,

cuando analizamos esta misma dimensión en el género femenino, es la edición 2011 mejor valorada frente a la 2012, con 4,25 y 4,18 respectivamente.

Las cuestiones 2 (recorrido) referente al entorno deportivo obtienen una mejor en la edición 2011 tanto en género masculino como femenino, sin embargo, la cuestión 3 (animación de la carrera) también referente a la dimensión de entorno deportivo es mejor valorada por ambos género en la edición 2012.

Las dimensiones sorteos y regalos y servicios prestados valoradas en 4, 5, 6 y 7 están mejor valoradas por el género masculino en la edición 2011 frente a la 2012. Esta misma tendencia persiste en género femenino.

A partir de la información registrada de las opiniones y percepciones de los corredores de ambas ediciones en la cuestión tipo abierta y su posterior codificación, se pueden extraer los siguientes aspectos: (1) Posible modificación del recorrido, (2) Marcaje de kilómetros, (3) Avituallamiento, (4) Animación, (5) Valoración positiva del evento y un nuevo aspecto a destacar en 2012 (6) Seguridad del evento.

#### DISCUSIÓN

Tras el análisis de los datos recogidos en la Media Maratón de Cartagena 2011-2012 y su posterior comparación entre las distintas ediciones, los resultados nos permiten establecer las siguientes conclusiones que dan respuesta a los objetivos anteriormente planteados:

Existen diferencias en la valoración de la percepción de calidad de una misma cuestión entre distintas ediciones. Esta tendencia persiste cuando se establece una diferencia de género.

Todas las cuestiones excepto la cuestión número 2, están mejor valoradas en la edición 2011 frente a la 2012. Esto es un indicativo de que las modificaciones en la gestión del evento tomadas en 2012 son percibidas por el participante con menor calidad y nos marca unas pautas de actuación para futuras ediciones. Solo se valora de forma positiva la variación del recorrido entre ambas ediciones, aspecto que se mantendrá en el futuro.

Las respuestas obtenidas tras la codificación de la pregunta abierta, nos ayuda a conocer de manera más exacta la percepción del usuario respecto a la calidad del evento y nos señala los aspectos claros a mejorar en siguientes ediciones.

De forma general, los resultados obtenidos en este estudio nos muestran que la gestión del evento es correcta y tiene una alta valoración en cuanto a calidad percibida por parte del usuario en ambas ediciones, sin distinción de género.

REFERENCIAS

- Calabuig, F., Mundina, J., y Crespo, J. (2010). Eventqual: una medida de la calidad percibida por los espectadores de eventos deportivos. *Retos. Nuevas tendencias e Educación Física, Deporte y Recreación*, 18, 66-70.
- Martinez Caro, L., y Martinez Garcia, J. A. (2007). Cognitive-affective model of consumer satisfaction. An exploratory study within the framework of a sporting event. *Journal of Business Research*, 60(2), 108-114. doi: 10.1016/j.jbusres.2006.10.008
- Morales, V. y Galvez Ruiz, P. (2011). La percepción del usuario en la evaluación de la calidad de los servicios municipales deportivos. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 11(2), 147-154.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., y Berry, L. L. (1988) SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64:12-40.
- Rodríguez, I., Agudo, A., García, M.M. y Herrero, A. (2003). "Análisis de los factores determinantes de la calidad percibida en los espectáculos deportivos: Aplicación al fútbol profesional". *Actas del Congreso Mundial de Gestión Económica del deporte*. Sportcongress 2003. Barcelona. 2003.
- Ko, Y. J. y Pastore, D. L. (2004). Current issues and conceptualizations of service quality in the recreation sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 13(3), 158-166.