

DIFERENCIAS DE PERCEPCIÓN DE GÉNERO SOBRE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DE UN SERVICIO DEPORTIVO PRIVADO

María Pérez¹, Pablo Gálvez², Rita Romero³ y Jerónimo García⁴

1. Universidad Europea Miguel de Cervantes.
2. Universidad Internacional de La Rioja.
3. Universidad de Málaga.
4. Universidad de Sevilla.

Correspondencia: mperez@uemc.es

INTRODUCCIÓN

La importancia de ofrecer un servicio de calidad es uno de los objetivos fundamentales en el ámbito de las organizaciones deportivas. El interés por su evaluación y análisis ha crecido en los últimos años, en un intento por comprender cuáles son los indicadores de calidad que proporcionen la información necesaria para potenciar tanto la eficacia como la eficiencia organizacional, teniendo en cuenta que las dimensiones relevantes no son generalizables a cualquier servicio o entorno geográfico (Batista y Coenders, 2012). Por otro lado, diferenciar entre la percepción de hombres y mujeres resulta fundamental a la hora de establecer cambios en el tratamiento del servicio (Gutek, 1995), así como para orientar algunos aspectos del servicio tanto a las características como a las necesidades de los usuarios (Lin, Chiu y Hsieh, 2001). De esta manera, este trabajo pretende avanzar en la clarificación de los componentes del servicio que resultan más determinantes en función del género, sirviendo como base a la elaboración de un modelo que permita establecer las relaciones respecto a otras variables, como son la satisfacción, la intención futura o el valor percibido, conociendo qué dimensiones del servicio son mejores predictoras en función del género.

MÉTODO

Participantes

La muestra se compuso de 330 clientes de un centro fitness (199 mujeres 131 hombres). El rango de edad se situó entre 14 y 81 años, siendo la edad media de 39,25 ($\pm 13,69$).

Instrumento

Para la recogida de información se adaptó el Cuestionario de Evaluación de la Calidad Percibida en Servicios Deportivos (Gálvez, 2011) con 25 ítems y compuesto por 5 dimensiones, mientras que para la evaluación de la

satisfacción, se empleó la escala de Oliver (1997) de 4 ítems. Para las respuestas, se utilizó una escala Likert de 5 puntos (1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo).

Procedimiento

El estudio se llevó a cabo durante los meses de enero a mayo del presente año, utilizando un centro deportivo público de gestión privada en la provincia de Málaga, previa firma de un convenio de colaboración que tuvo como objetivo el análisis del perfil de usuarios de cara a la elaboración de un adecuado plan de actuación durante el periodo de concesión del servicio.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La fiabilidad de la escala de calidad percibida evaluada mediante el alfa de Cronbach fue de 0,938, situándose las dimensiones entre 0,728 y 0,951. La consistencia interna de la escala de satisfacción fue de 0,864. El análisis descriptivo de los ítems mostró una reducida variabilidad en las puntuaciones, con desviaciones típicas alrededor de 1 o inferiores. En general, todas las dimensiones obtienen puntuaciones elevadas, correspondiendo el resultado más elevado a la dimensión técnico deportivo ($4,36 \pm 0,85$), seguida de satisfacción ($4,24 \pm 0,70$). En este sentido, los elementos mejor valorados fueron los pertenecientes al técnico deportivo, cuyos ítems obtuvieron valores medios superiores a 4,25. La valoración media de los ítems de la escala de satisfacción se situaron por encima de 4,00. En general, la percepción de calidad fue elevada para todas las dimensiones, aunque teniendo en cuenta el género, los resultados mostraron una valoración media superior en todas las dimensiones para las mujeres. No obstante, coincide el orden de valoración de las diferentes dimensiones (técnico deportivo, instalación, programa de actividades, equipamiento y vestuario, respectivamente) por lo que tanto hombres como mujeres perciben los mismos elementos básicos en la calidad del servicio. La diferencia por género resultó estadísticamente significativa para la percepción de los espacios deportivos ($p < ,01$), para el programa de actividades ($p < ,05$) y para el técnico deportivo ($p < ,01$).

En lo que respecta a la satisfacción, encontramos que son los hombres los que muestran una mejor valoración de manera global ($4,31 \pm 0,66$ y $4,18 \pm 0,72$, respectivamente), aunque tanto los hombres como las mujeres coinciden en mostrarse satisfechos con los programas y servicios ($4,36 \pm 0,83$ y $4,21 \pm 0,75$, respectivamente). En esta ocasión, las diferencias por género no han resultado significativas.

REFERENCIAS

- Batista, J. M. y Coenders, G. (2012). *Modelos de ecuaciones estructurales*. Madrid: La Muralla.
- Gutek, B. A. (1995). *The dynamics of service: Reflections on the changing nature of customer-provider interactions*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Lin, N. P., Chiu, H. D. y Hsieh, Y. C. (2001). Investigating the relationship between service providers' personality and customers' perceptions of service quality across gender. *Total Quality Management*, 12(1), 57-67.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.