

V Congreso

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE CIENCIAS DEL DEPORTE



Facultad de Ciencias / de la Actividad
Física y del Deporte de León.
23 a 25 de Octubre de 2008

LA CALIDAD PERCIBIDA DE LOS ESPECTADORES DE EVENTOS DEPORTIVOS, EL CASO DE UNA REUNIÓN INTERNACIONAL DE ATLETISMO

Pérez Campos, Carlos¹; Crespo Hervás, Josep¹; Calabuig Moreno, Ferran¹.

¹ Facultat de Ciències de l'Activitat Física i l'Esport. Universitat de València, Valencia.

El trabajo presenta el análisis de la calidad percibida de los espectadores de un evento puntual como es una Reunión Internacional de Atletismo (RIA). Se estudia una muestra de 685 sujetos de los aproximadamente 3500 asistentes al evento. Para la obtención de los datos se utilizó un cuestionario adaptado para el evento compuesto por seis áreas. Dicha herramienta fue administrada en la gradas de la instalación, durante los últimos momentos de la competición y tras haber concluido la misma. La calidad percibida por los espectadores del evento es elevada y se muestran satisfechos con el servicio recibido. No se hallaron diferencias estadísticamente significativas en función de la edad, el género y la práctica deportiva, pero sí en función del grado de asistencia a eventos deportivos. Estos resultados ayudan a la comprensión de los eventos deportivos y en consecuencia deben de permitir implementar estrategias de gestión que mejoren la calidad de los servicios ofrecidos.

Palabras clave: *calidad de servicio, calidad percibida, eventos deportivos.*

This work presents the analysis of the perceived quality of the punctual event spectators like the Athletic International Meeting. It studies a sample of 685 subjects of about 3500 assistants at the event. To obtain the data, an adapted questionnaire was used for the even compound by six areas, this tool was given to the terraces of the installation during the end of the competition and when it was finished. The perceived quality by the event spectators is high and they feel satisfied by the received service. There weren't found significant statistic differences because of the age, gender and the sport practice, but there were found them by the grade of assistance to the sports events. There results help to understand the sports events and as a result they could allow to obtain systems of management that improve the quality of the offered services.

Key words: *Service quality, perceived quality, sporting events*

Organiza



Colabora



INTRODUCCIÓN

Una de las áreas de análisis de la gestión del deporte que tiene gran protagonismo es la del estudio de la satisfacción de los usuarios y la calidad de servicio. La investigación sobre este tema se ha desarrollado a partir de tres aproximaciones distintas. Así, podemos decir que existen estudios de la calidad de servicio y satisfacción de usuarios de instalaciones que se han abordado desde una perspectiva psicosocial, una perspectiva económico-empresarial y una perspectiva marketing. Concretamente el abordaje de la satisfacción y la calidad percibida de los espectadores de eventos se ha analizado desde la perspectiva del marketing (Crompton y Mackay, 1989; O'neill, Getz y Carlsen, 1999; Kelley y Turley, 2001; Theodorakis, Kambitsis, Laios y Koutelios, 2001; Van Leeuwen, Quick y Daniel, 2002; Rodríguez, Agudo, García, y Herrero, 2003).

El estudio de la satisfacción y la calidad percibida de los usuarios es fundamental para poder elaborar estrategias que, fundamentadas en datos científicos, puedan mejorar la calidad de los servicios prestados en los eventos deportivos. Las implicaciones para la gestión del deporte que se derivan de los resultados de estas investigaciones se pueden resumir en los siguientes: 1- aumento de la lealtad de los usuarios; 2- mejora en la comunicación “de boca en boca” entre los clientes; 3- mejora de la imagen de la organización y; 4- un aumento en la rentabilidad económica de la organización.

El objetivo de esta investigación es conocer el grado de satisfacción y calidad percibida de los espectadores de la Reunión Internacional de Atletismo de Valencia 2007. Para ello se proponen una serie de variables del servicio prestado en este evento. Con diversas técnicas de análisis estadístico de los datos obtenidos se pretende conocer los factores determinantes de la calidad del servicio percibida por los espectadores, así como la existencia de grupos homogéneos respecto a la calidad percibida y la satisfacción.

MÉTODO

A continuación se describen las características de la muestra. También se exponen los instrumentos utilizados para llevar a cabo la investigación y se explica el procedimiento seguido para su administración.

Muestra

El trabajo de campo, referido a la administración y recogida de cuestionarios, se desarrolló el 10 de Febrero de 2007 durante la Reunión Internacional de Atletismo Valencia 2007, celebrada en el Velódromo Luís Puig.

La muestra de espectadores se compuso de 685 sujetos de los 3500 aproximadamente asistentes al evento. El cuestionario se administró en las gradas de la instalación deportiva durante los últimos momentos de la competición y una vez finalizada la misma. Para conocer las características de la muestra se analizó la distribución de los espectadores según el género, la edad, la práctica deportiva y si habían asistido previamente a eventos deportivos. La edad de los espectadores se segmentó en tres grupos, el 44,40% del total de espectadores encuestados son mayores de 35 años. El segundo grupo más numeroso son los espectadores comprendidos entre los 24 y 35 años con un 41,60%. Finalmente entre 18 y 23 años se encuentra el grupo menos representación de espectadores con un 14% del total. En cuanto al género, del total de los 685 cuestionarios validados, 444 fueron realizados por hombres que suponen el 64,8% y 241 por mujeres, que supone el 35,2% de la muestra. Analizamos también si los espectadores de la RIA practicaban deporte habitualmente, y obtuvimos que un 74,5% practicaban deporte habitualmente (al menos 2 veces por semana), por el contrario, tan solo un 21,3% decían no practicar deporte habitualmente. La última característica de la muestra de espectadores estudiada hacía referencia al grado de asistencia a eventos deportivos, el 5,90% de los espectadores era la primera vez que asistía a un evento deportivo y el 94,10% ya había asistido con anterioridad.

Instrumento

Para la recogida de datos se utilizó el cuestionario realizado para analizar la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores de los Juegos Mediterráneos de Almería 2005 elaborado por Mundina et al. (2005). Dividido en seis áreas. Área 1: Datos sociodemográficos. Área 2: Escala EVENTQUAL de Mundina et al. (2005) adaptada para los espectadores de la RIA. Área 3: Calidad de servicio global adaptada de Hightower, Brady y Baker, (2002). Área 4: Índice de Satisfacción general adaptada de Hightower, Brady y Baker, (2002). Área 5: Elementos de la competición adaptada de Mundina et al. (2005). Área 6: Intenciones futuras adaptada de Mundina et al. (2005).

Para recoger los datos sociodemográficos se pregunta por la edad, el género, la practica deportiva y la asistencia a eventos deportivos.

La medida más utilizada para calcular la consistencia interna de un conjunto de ítems o su fiabilidad, es la proporcionada por el coeficiente del alfa de Cronbach. Tras realizar dicho análisis comprendimos que de la escala de calidad percibida EVENTQUAL de Mundina et al. 2005 que contaba con 22 ítems inicialmente y ya lo habíamos reducido a 20 por su adaptación al evento en cuestión, debíamos eliminar tanto el ítem 16 por presentar un peso factorial bajo como el ítem número 20, pues su exclusión facilitaba la interpretación de los factores. En la tabla 1 se pueden observar los diferentes coeficientes alfa de Cronbach de cada escala utilizada. Todos los coeficientes se consideran buenos, pues en todos los casos superan el 0,8 propuesto por diversos autores (Nunnally, 1987; Peterson, 1994).

Escalas	Alfa de Cronbach	Nº de ítems
EVENTQUAL	0.888	18
Calidad de servicio	0.938	5
Satisfacción general	0,908	5
Intenciones futuras	0,900	4

Tabla 1. Fiabilidad de las escalas utilizadas para la muestra de espectadores.

También se procedió a analizar la fiabilidad de cada una de las dimensiones de calidad obtenidas a partir de la escala de percepciones del EVENTQUAL tras realizar un análisis factorial de componentes principales. Así, se puede observar en la tabla 2 como todas las dimensiones obtienen índices alfa de Cronbach buenos. Únicamente la dimensión de accesibilidad obtiene un valor considerado aceptable ($\alpha = 0,605$).

El análisis de la validez de la escala EVENTQUAL se ha desarrollado a través de dos análisis, la validez de contenido y la validez de constructo. La validez de contenido trata de conocer si la escala construida incluye las diferentes dimensiones que se consideran básicas para el conocimiento del objeto de estudio. La validez de constructo pretende conocer la naturaleza de la variable que se quiere analizar. Para contrastar este concepto se pueden realizar pruebas objetivas como las correlaciones del constructo en cuestión con otros constructos fuertemente asociados al primero.

Dimensiones de calidad percibida de EVENTQUAL	Alfa de Cronbach	% de varianza	Nº de ítems
Tangibles	0,809	17,52	6
Personal	0,840	15,98	4
Servicios complementarios	0,770	13,67	4
Accesibilidad	0,605	10,74	4
TOTAL:	0,888	57,92	18

Tabla 2. Fiabilidad de las dimensiones de calidad para la muestra de espectadores.

Respecto a la validez de contenido de la escala EVENTQUAL diseñada por Mundina et al. (2005), sus autores entendieron que la escala recogía todos los principales elementos a valorar en este tipo de servicios.

Para su elaboración participaron diferentes expertos en la gestión del deporte y de la organización de eventos deportivos, así como, profesores universitarios investigadores en el ámbito de la gestión deportiva. En el mismo sentido se enmarca la revisión de la literatura sobre la calidad y la satisfacción en el ámbito de la gestión del deporte.

Para determinar la validez de constructo hemos realizado un análisis de correlación entre los factores de calidad y la suma total del EVENTQUAL, con los ítems resumen de la calidad de servicio global. La calidad de servicio global se determinó calculando una nueva variable. Para ello se extrajo la media aritmética de los ítems que componen la escala de calidad de servicio global. Se obtuvo una correlación positiva y significativa de 0,735 y 0,646 ($p \leq 0,01$) entre la puntuación EVENTQUAL total y calidad de servicio global y la satisfacción general respectivamente. Del mismo modo se obtuvieron correlaciones estadísticamente significativas y positivas entre todos los factores de calidad y la satisfacción general y la calidad de servicio global, como se puede observar en la tabla 3.

Dimensiones de calidad	Calidad de servicio global	Satisfacción general
EVENTQUAL Total	,735(**)	,646(**)
Tangibles	,677(**)	,587(**)
Personal	,566(**)	,500(**)
Accesibilidad	,515(**)	,469(**)
Servicios complementarios	,564(**)	,487(**)
** La correlación es significativa al nivel 0,01		

Tabla 3. Correlación entre los factores de calidad de la escala EVENTQUAL y la calidad de servicio global y satisfacción general.

Procedimiento

El cuestionario se administró a los espectadores mediante voluntarios formados específicamente para el evento. Estos voluntarios eran estudiantes del doctorado en Educación Física y del Master de Gestión del Deporte de la Universitat de València. Los cuestionarios fueron administrados el día 10 de febrero de 2007. Fueron pasados durante los últimos momentos de la competición y a la salida del evento. Durante el trabajo de campo se recogieron 739 cuestionarios de espectadores, de los cuales 685 se consideraron válidos. Se eliminaron 54 cuestionarios por estar incompletos, por mostrar datos inconsistentes o ser rellenados por espectadores menores de 16 años, para los cuales consideramos que no era conveniente incluir en el análisis de los datos.

RESULTADOS

Valoración general del evento

Exponemos los resultados generales obtenidos para la muestra. Cabe tener en cuenta para la interpretación de los resultados que las alternativas de respuestas se sitúan en una escala de 1 a 7. Se muestra la media aritmética y la desviación típica aparece entre paréntesis.

La escala de calidad percibida es la primera de las áreas que componen el cuestionario está compuesta por un total de 20 ítems que se agrupan en 4 dimensiones, la media obtenida de forma general por esta área, analizados los 685 espectadores, es de 5,47 ($\pm 0,78$). La calidad del servicio global obtiene una media muy parecida a la anterior 5,23 ($\pm 1,08$). Otra variable analizada es la satisfacción general, obtiene una puntuación media un poco más elevada que las anteriores con 5,68 ($\pm 0,73$). Los elementos de la competición obtienen la media de respuesta más alta con 5,91 ($\pm 0,87$). Esta escala está compuesta por una serie de variables relacionadas con factores propios de la competición que no pueden ser controlados desde la ges-

ción como son, el resultado deportivo, el comportamiento de los jueces y el nivel ofrecido por los deportistas. La escala que completa el cuestionario es la que valora las intenciones futuras de los espectadores respecto a los eventos deportivos. Incluye ítems como: a) esperaría algún problema al asistir a un evento deportivo, b) la intención de continuar asistiendo a eventos deportivos, c) la intención de recomendarlo a amigos y parientes, y d) la intención de volver a un evento deportivo si tuviera la oportunidad. Las intenciones futuras es la variable que mayor puntuación media obtiene muy por encima de las escalas anteriores con un 6,33 ($\pm 0,86$).

Otra forma de valorar la calidad del evento introducida en el cuestionario, fue un monoítem donde el espectador debía valorar la competición con una nota que oscilaba entre del 1 al 10. La puntuación general que obtuvo el evento en relación a la opinión de los espectadores fue de 8'04 ($\pm 1,17$).

A modo de resumen, se muestran en la tabla 4 los resultados sobre cada área evaluada.

La escala de calidad percibida tal y comentamos anteriormente estaba compuesta por un total de 20 ítems que se agruparon en cuatro dimensiones. La primera dimensión la denominamos elementos tangibles, el espectador evaluaba aspectos como la instalación, su visión y su audición entre otras, obtuvo una media de 5'47 ($\pm 0'95$). Le sigue la dimensión del personal, donde se evaluaba a los empleados que la organización precisa para el desarrollo del evento, obtuvo una media de 5'52 ($\pm 1'01$). La mayor puntuación, como podemos observar en la tabla 5, la obtiene la dimensión que hace referencia a la accesibilidad, con una puntuación de 5'60 ($\pm 1'06$).

Finalmente la dimensión que denominamos servicios complementarios, hace referencia a la cafetería y la limpieza entre otros, obtuvo una puntuación de 5'21 ($\pm 0'99$), siendo la más baja de todas las dimensiones, pero considerada una puntuación positiva.

Valoración del evento en función de las diferentes variables:

La edad, el género, la práctica deportiva y la asistencia a eventos deportivos fueron las variables analizadas. En función de la edad comprobamos que las puntuaciones más elevadas vienen dadas por el grupo de mayores de 35 años, tras haber realizado el análisis de diferencia de medias mediante una ANOVA, los resultados obtenidos en relación a la edad de los espectadores que asistieron a la RIA no son significativos. Una vez realizado la comparación de medias según el género de los espectadores mediante una prueba T para muestras independientes, podemos señalar que no existen diferencias estadísticamente significativas. Analizamos la opinión de los espectadores en función de su actividad deportiva, aquellos que afirmaban practicar deporte al menos dos veces por semana, frente aquellos que no practicaban el grupo perteneciente a los espectadores que habitualmente no practican deporte valoraban con mayor puntuación las dimensiones de accesibilidad con un 5'74 ($\pm 0'99$) y personal con un 5'61 ($\pm 1'04$), frente a la valoración

	Media	D.T.	N
Calidad percibida (EVENTQUAL)	5,47	,78	685
Calidad de servicio global	5,23	1,08	685
Satisfacción general	5,68	,95	685
Nota Global del Evento	8'04	1'17	685
Elementos de la competición	5,91	,87	685
Intenciones futuras	6,33	,86	685

Tabla 4. Valoración general de la Reunión Internacional de Atletismo Valencia 2007.

	N	Media	Desv. típ.
Tangibles	657	5,47	,95
Personal	662	5,52	1,01
Accesibilidad	674	5,60	1,06
Servicios complementarios	594	5,21	,99

Tabla 5. Valoración de las dimensiones de calidad de la Reunión de Atletismo Valencia 2007.

del grupo que practicaba deporte habitualmente, estos resultados han resultado no ser estadísticamente significativos. Nos interesaba saber especialmente si los espectadores de la RIA, era la primera vez que asistían a un evento deportivo, o por el contrario, habían asistido con anterioridad a otros eventos. Con estos datos se pretende averiguar si la experiencia del espectador influye en la valoración de la calidad del evento. Los datos, que se pueden observar en la tabla 6, indican que existen diferencias estadísticamente significativas ($p \leq 0,05$) entre los que asistían a un evento deportivo por primera vez y aquellos que han asistido con anterioridad en las dimensiones de personal y accesibilidad.

	F.	Sig.	Asiste a un evento dvo. por primera vez		Ha asistido a otros eventos dvos.	
			Media	D.T.	Media	D.T.
Tangibles	1,83	,17	5,27	1,13	5,50	,93
Personal	0,68	,03*	5,18	1,01	5,55	1,02
Accesibilidad	1,85	,03*	5,23	1,28	5,63	1,04
Servicios complementarios	,17	,55	5,34	1,03	5,23	1,01
* $p \leq 0,05$						

Tabla 6. Valoración de las dimensiones de calidad según la asistencia a eventos deportivos.

CONCLUSIONES

La principal conclusión que se puede deducir del trabajo realizado es que la calidad percibida de los espectadores de la RIA Valencia 2007 es elevada, (5,47 sobre 7).

Los espectadores también muestran una alta satisfacción, aunque la puntuación más elevada es la relacionada con las intenciones futuras. Cabe decir respecto a esta última observación que es un gran logro por parte de la organización, pues esto indica que los espectadores de la RIA Valencia 2007 tienen intención de volver a asistir a otro evento deportivo si tienen la oportunidad. Además, se muestran favorables a animar a otras personas para que asistan. Este indicador muestra que la buena organización de un gran evento deportivo puede fidelizar a los espectadores, consiguiendo con ello que asistan a otros eventos deportivos, aunque habría que analizar, en posteriores trabajos, durante cuanto tiempo se mantiene esta actitud.

Las dimensiones de calidad que definen la RIA son: a) los tangibles; b) el personal; c) los servicios complementarios y d) la accesibilidad.

La accesibilidad y el personal son las dimensiones de calidad mejor valoradas.

El perfil del espectador que asistió a la Reunión Internacional de Atletismo, se corresponde con el de un hombre, mayor de 35 años que practica deporte de forma regular y que asiste con frecuencia a eventos deportivos.

La edad, el género y la práctica deportiva de los espectadores parece que no son determinantes en la valoración de la calidad de los eventos pues no se hallaron diferencias estadísticamente significativas.

El grado de asistencia de los espectadores a los eventos deportivos puede tener alguna influencia en la valoración de los mismos, pues los espectadores con experiencia previa valoran mejor el personal y la accesibilidad que aquellos que asisten por primera vez.

BIBLIOGRAFIA

- Crompton, J. L. y Mackay, K. J. (1989). Users' perceptions of the relative importance of service quality dimensions in selected public recreation programs. *Leisure-sciences*, 11 (4), 367-375.
- Hightower, R.; Brady, M.K. y Baker, T.L. (2002). Investigating the Role of the physical environment in hedonic service consumption: an Exploratory study of sporting events. *Journal of Business Research*, 55, 697-707.
- Kelley, S. W. y Turley L. W. (2001). Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events. *Journal of Business Research*, 54, 161-166.
- Mundina, J., Quintanilla, I., Sampedro, J., Calabuig, F y Crespo, J. (2005). *Estudio de la Calidad Percibida y la Satisfacción de los Espectadores y los Deportistas de los Juegos Mediterráneos Almería 2005*. Valencia.
- Nunnally, J.C. (1987). *Teoría psicométrica*. Méjico: Trillas.
- O'neill, M.; Getz, D. y Carlsen, J. (1999). Evaluation of service quality at events: the 1998 coca-cola masters surfing event at margaret river, Wester Australia. *Managing Service Quality*, 9(3), 158-166.
- Peterson, R.A. (1994). A meta-analysis of Cronbach's coefficient alpha. *Journal of Consumer Research*, 21, 133-145.
- Theodorakis, N.; Kambitsis, C; Laios, A. y Koutelios, A. (2001). Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports. *Managing Service Quality*, 11(6), 413-438.
- 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. Barcelona: Actas del congreso mundial de gestión deportiva.
- Van Leeuwen, L.; Quick, S. y Daniel, K. (2002). The sport spectator satisfaction model: A conceptual framework for understanding the satisfaction of spectators. *Sport Management Review*, 5, 99-128.