

DEPARTAMENT D'ACTIVITAT FÍSICA I ESPORT

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS
EVENTOS DEPORTIVOS. CALIDAD PERCIBIDA Y
SATISFACCIÓN DE LOS ESPECTADORES Y DE LOS
DEPORTISTAS.

CARLOS PÉREZ CAMPOS

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA
Servei de Publicacions
2010

Aquesta Tesi Doctoral va ser presentada a València el dia 1 de juliol de 2010 davant un tribunal format per:

- Dr. Ismael Quintanilla Pardo
- Dr. Rafael Cortés Elvira
- Dra. Leonor Gallardo Guerrero
- Dra. Alicia López Yeste
- Dra. Ana M^a Gómez Tafalla

Va ser dirigida per:

Dr. José Javier Mundina Gómez

Dr. Ferran Calabuig Moreno

©Copyright: Servei de Publicacions
Carlos Pérez Campos

Dipòsit legal: V-3495-2011

I.S.B.N.: 978-84-370-7945-5

Edita: Universitat de València

Servei de Publicacions

C/ Arts Gràfiques, 13 baix

46010 València

Spain

Telèfon:(0034)963864115



VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

“Análisis de la calidad de servicio en los eventos deportivos. Calidad percibida y satisfacción de los espectadores y de los deportistas”

TESIS DOCTORAL

Presentada por:

D. Carlos Pérez Campos

Directores:

Dr. José Javier Mundina Gómez

Dr. Ferran Calabuig Moreno

Valencia, 2010

Dr. D. José Javier Mundina Gómez, Profesor Titular de la Universitat de València, adscrito al Departamento de Educación Física y Deportiva.

Dr. D. Ferran Calabuig Moreno, Profesor asociado doctor de la Universitat de València, adscrito al Departamento de Educación Física y Deportiva.

CERTIFICAN:

Que el presente trabajo, titulado “**Análisis de la calidad de servicio en los eventos deportivos. Calidad percibida y satisfacción de los espectadores y de los deportistas**”, ha sido realizado bajo su dirección en el Departamento de Educación Física y Deportiva de la Universitat de València, por D. Carlos Pérez Campos, para optar al grado de Doctor en Ciencias de la Actividad Física y Deporte.

Habiéndose concluido, y reuniendo a su juicio las condiciones de originalidad y rigor científico necesarias, autorizan su presentación a fin de que pueda ser defendido ante el tribunal correspondiente.

Y para que así conste expiden y firman la presente certificación en Valencia a 25 de marzo de 2010.

Fdo: José Javier Mundina Gómez Fdo: Ferran Calabuig Moreno

**Para Olaya,
que viste el principio pero no has
conocido el final de este trabajo.
Cada día siento tu ausencia.
No habrá nada ni nadie que
ocupe tu espacio.**

**Para Domingo y Luís,
porque pase lo que pase se que siempre estaréis ahí.
Completáis mi vida.**

**Para Iván,
esperando que las imágenes que te han llegado durante
el tiempo que ha durado este trabajo, te valgan tanto
como las palabras.**

**Para el Tito Ricardo,
que no ha podido ver el final de este trabajo
y estará junto a su hermana.**

**Por y para Laura,
por que te quiero no es suficiente,
el resto de mi vida estaré en deuda contigo
por tu apoyo, ayuda y comprensión durante este tiempo.
Ni que decir tiene que este trabajo nunca hubiera visto la
luz si tú no hubieras estado a mi lado.**

Gracias con el corazón, princesa.

Agradecimientos

En primer lugar quisiera dar las GRACIAS con mayúsculas al Dr. D. Ferran Calabuig, porque a las puertas del camino del conocimiento y la investigación, todo alumno precisa de un maestro, y sin lugar a dudas, ese espacio lo ocupas tú. Gracias por tu dedicación, paciencia, entrega y amistad que van de la mano de tu forma de ser, “moltes gràcies Ferran”.

Gracias, al Dr. D. Javier Mundina por brindarme la oportunidad de participar en su grupo de investigación. Desde el principio tu visión global ha hecho mucho más fácil cumplir con los plazos de este trabajo, gracias por tu apoyo incondicional.

Gracias, al Dr. D. José Enrique Gallach por confiar en mí y darme la oportunidad de poder trabajar y aprender junto a ti. Desde dentro, ciertas son tus palabras, “los eventos se viven de un modo muy, pero que muy diferente”.

Gracias a D. José Luís de Carlos, Coordinador general del 12º Cpto. del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia por permitir esta investigación.

Agradecer al gerente de la Fundación Deportiva Municipal Luís Cervera su colaboración para poder llevar a cabo el trabajo de campo, gracias por acreditar a todos y cada uno de mis colaboradores durante el 44º Campeonato de España de atletismo y sobre todo durante el 12º Cpto. del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia.

Gracias al equipo directivo del colegio San Miguel Arcángel de Burjassot por concederme las facilidades necesarias que implicaban llevar a cabo un trabajo de esta envergadura.

En agradecimiento a todas y cada una de las personas que me ayudaron durante el trabajo de campo:

Gracias a Luís J. Pérez Campos por no dar un espectador ni un cuestionario por perdido y a Nuria Febrero por su apoyo logístico. Gracias a M^a José Gimeno por mostrarme su habilidad y su

destreza volcando datos, cuestionario tras cuestionario más allá del territorio nacional. Gracias a Eduardo Febrero, Miguel Varea, Rafael Benlloch e Israel Díaz, amigos que siguen estando ahí a pesar de los años. Gracias a Lorena Ortiz, María Ramos, Marisa Tarín, Clara Martínez y Sergio Vivó, maestros de profesión, maestros como personas y de por vida. Gracias a Aída Marco y María Ferrando, por su ayuda cuando lo necesité. Gracias a Clara de la Encarnación y Esther Ayuso por su saber estar. Gracias a Anabel Ramírez, tus instantáneas de cada competición harán que nuestros recuerdos no caigan en el olvido.

Gracias a Pep Crespo, Leonardo Méndez y David Sánchez, por su entrega y su incondicional disposición para lo que fuere, donde y cuando fuere.

Gracias a mi familia (Campos, Pérez y Sánchez) por aguantar imagino, mis soporíferas y monotemáticas conversaciones en cada reunión familiar en relación a este trabajo.

Finalmente, quisiera acordarme y darle las gracias (por si algún día se encuentran con este trabajo) a cada uno de los espectadores y deportistas del Cpto. de España y del Mundial de atletismo de Valencia 2008, que perdieron momentos de la competición por atender tan cordialmente a los encuestadores.

A vosotros y a todos ustedes, Gracias.

ÍNDICE.

Índice

CAPÍTULO I.....	27
1.-INTRODUCCIÓN	29
CAPÍTULO II.	37
2.- LOS EVENTOS DEPORTIVOS.	39
2.1.- Los eventos deportivos en la historia.....	39
2.1.1.- Los primeros eventos, Grecia y Roma.	40
2.1.2.- El surgimiento del deporte contemporáneo en Inglaterra	49
2.1.3.- El Movimiento Olímpico	55
2.2.- Conceptualización de los eventos deportivos.....	64
2.2.1.- Introducción.	64
2.2.2.- Concepto.....	65
2.2.3.- Clasificación de los eventos deportivos.	69
2.3. La organización de los eventos deportivos.	75
2.3.1.- Introducción.	75
2.3.2.- Fases de los eventos deportivos	77
2.3.3.- Áreas de Gestión.....	84
2.4.- Los eventos y la práctica deportiva.	89
2.5.- Los eventos deportivos y la promoción turística.....	92
2.6.- El impacto económico de los eventos deportivos.	97
CAPÍTULO III.....	105
3.- LA CALIDAD PERCIBIDA Y LA SATISFACCIÓN EN LOS EVENTOS DEPORTIVOS.	107
3.1.- Conceptualización de la calidad de servicio.	108
3.1.1.- Calidad de Servicio como diferencia entre las expectativas y las percepciones del cliente.	110
3.1.2.- La Multidimensionalidad de la Calidad de Servicio.	112
3.2.- El modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry.	116
3.3.- Modelo tridimensional de Brady y Cronin.....	122
3.4.- La calidad en la gestión del deporte.	128
3.5.- La calidad en los eventos deportivos.....	140

CAPÍTULO IV	147
4.- METODOLOGÍA.	147
4.1.- Muestra.	149
4.1.1.- Características de la muestra de los espectadores.	152
4.1.1.1.- Edad de los espectadores.....	152
4.1.1.2.- Sexo de los espectadores.....	153
4.1.1.3.- Formación académica de los espectadores.....	153
4.1.1.4.- Práctica deportiva de los espectadores.....	155
4.1.1.5.- Asistencia a eventos deportivos.	156
4.1.2.- Características de la muestra de los deportistas.....	157
4.1.2.1.- Edad de los deportistas.	157
4.1.2.2.- Sexo de los deportistas.	158
4.1.2.3.- Nacionalidad de los deportistas.	159
4.1.2.4.- Prueba de los deportistas.	161
4.1.2.5.- Participación en competiciones internacionales.	162
4.1.2.6.- Momento de participación del deportista.....	163
4.2.- Instrumentos.	164
4.2.1.- Estructura del cuestionario.	165
4.2.1.1.- Estructura de la escala de calidad percibida para los espectadores.....	169
4.2.1.2.- Estructura de la escala de calidad percibida para los deportistas.....	175
4.2.2.- Propiedades psicométricas de las escalas de medida utilizadas.....	178
4.2.2.1.- Propiedades psicométricas de las escalas de medida para espectadores.	178
4.2.2.2.- Propiedades psicométricas de las escalas de medida para deportistas.	183
4.3.- Procedimiento.....	187
4.3.1.- Proceso de administración de los cuestionarios.....	188
4.3.2.- Análisis de los datos.....	189
4.3.3.- Cronología del trabajo.....	191
4.4.- Objetivo General.....	192
4.5.- Objetivos Específicos.	192

CAPITULO V.....	195
5.- RESULTADOS.....	197
5.1.- Resultados de la muestra de espectadores.	197
5.1.1.- Valoración General del evento.....	198
5.1.1.1.- Calidad de servicio percibida.....	199
5.1.1.2.- Calidad del servicio global.	207
5.1.1.3.- Satisfacción general.....	208
5.1.1.4.- Elementos de la competición.	210
5.1.1.5.- Intenciones futuras.	211
5.1.2.- Valoración del evento en función de las distintas variables de los espectadores.	213
5.1.2.1.- Valoración del evento según la edad de los espectadores.....	214
5.1.2.2.- Valoración del evento según el sexo de los espectadores.....	221
5.1.2.3.- Valoración del evento según la práctica deportiva de los espectadores.....	225
5.1.2.4.- Valoración del evento según la formación académica de los espectadores.	227
5.1.2.5.- Valoración del evento según la asistencia a eventos deportivos de los espectadores.....	228
5.1.3.- Análisis de regresión de los espectadores.	231
5.1.3.1.- Predicción de la satisfacción de los espectadores en función de los factores de calidad.....	231
5.1.3.2.- Predicción de las intenciones futuras de los espectadores en función de los factores de calidad y la satisfacción.....	236
5.2.- Resultados de la muestra de deportistas.....	239
5.2.1.- Valoración General del evento.	240
5.2.1.1.- Calidad de servicio percibida.	241
5.2.1.2.- Calidad de servicio global.	252
5.2.1.3.- Satisfacción general.	254
5.2.1.4.- Valor.....	256
5.2.1.5.- Intenciones futuras.	257

5.2.2- Valoración del evento en función de distintas variables de los deportistas.	260
5.2.2.1.- Valoración del evento según la edad de los deportistas.	260
5.2.2.2.- Valoración del evento según el sexo de los deportistas.	265
5.2.2.3.- Valoración del evento según la internacionalidad de los deportistas.	270
5.2.2.4.- Valoración del evento según el momento de participación del deportista.....	272
5.2.3.- Análisis de regresión de los deportistas.	275
5.2.3.1.- Predicción de la satisfacción de los deportistas en función de los factores de calidad y el valor.	276
5.2.3.2.- Predicción de las intenciones futuras de los deportistas en función de las dimensiones de calidad, la satisfacción y el valor.	280
5.3.- Resumen gráfico de los principales resultados.	283
5.3.1.- Principales resultados para los espectadores.....	284
5.3.2.- Principales resultados para los deportistas.	287
CAPITULO VI	291
6.- DISCUSIÓN.....	293
6.1.- Introducción.....	293
6.2.- Calidad percibida y satisfacción de los espectadores de eventos deportivos.	297
6.2.1- Las dimensiones de calidad en los eventos deportivos.	302
6.2.2- La calidad percibida en los eventos deportivos.....	309
6.2.3- La influencia de la calidad percibida en la satisfacción y las intenciones futuras de los espectadores.	322
6.3.- Calidad percibida y satisfacción de los deportistas de eventos deportivos.	329
6.3.1- Las dimensiones de calidad de los deportistas de eventos deportivos.	333
6.3.2- La calidad percibida de los deportistas de eventos deportivos.	335

6.3.3- La influencia de la calidad percibida y el valor en la satisfacción y las intenciones futuras de los deportistas.	340
CAPITULO VII	343
7.- CONCLUSIONES	345
7.1.- Conclusiones de los espectadores.	345
7.2.- Conclusiones de los deportistas.....	348
CAPITULO VIII	351
8.- REFERENCIAS	353
CAPITULO IX	369
9.- ANEXOS	371
Anexo 1.-Cuestionario espectadores.	371
Anexo 2.- Cuestionarios deportistas.....	380
Anexo 3.- Estructura factorial	399

Índice de tablas

Tabla 3.1.- Dimensiones de la Calidad de Servicio. (Parasuraman, et al., 1985).....	114
Tabla 3.2.- Resumen de las causas de no calidad para cada desajuste.....	119
Tabla 4.1.- Deportistas y espectadores asistentes al Cpto. España y Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta.....	150
Tabla 4.2.- Edad de los espectadores del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo de atletismo.	152
Tabla 4.3.- Distribución porcentual del sexo de los espectadores.	153
Tabla 4.4.- Formación académica de los espectadores.	154
Tabla 4.5.- Práctica deportiva de los espectadores.....	155
Tabla 4.6.- Asistencia a eventos deportivos como espectador.	156
Tabla 4.7.- Edad de los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo IAAF de Atletismo.....	158
Tabla 4.8.- Distribución porcentual del sexo de los deportistas.	159
Tabla 4.9.- Nacionalidad de los deportistas Cpto. del Mundo.	160
Tabla 4.10.- Deportistas por continentes del Cpto. del Mundo.	161
Tabla 4.11.- Relación de deportistas y pruebas de participación en el Cpto. de España y en el Cpto. del Mundo.	162
Tabla 4.12.- Participación en competiciones internacionales.	163
Tabla 4.13.- Momento de participación del deportista.	164

Tabla 4.14.- Coeficiente de Kaiser-Meyer-Olkin y prueba de esfericidad de Barlett para el Cpto. de España.	170
Tabla 4.15.- Estructura factorial de la escala de calidad percibida para los espectadores del Cpto. de España de Atletismo.....	171
Tabla 4.16.- Coeficiente de Kaiser-Meyer-Olkin y prueba de esfericidad de Barlett para el Cpto. del Mundo.	173
Tabla 4.17.- Estructura factorial de la escala de calidad percibida para los espectadores del Cpto. del Mundo IAAF de atletismo.	174
Tabla 4.18.- Estructura factorial de la escala de calidad percibida para los deportistas del Cpto. de España de atletismo.	176
Tabla 4.19.- Fiabilidad de las escalas utilizadas para la muestra de espectadores del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo.....	179
Tabla 4.20.- Fiabilidad de las dimensiones de calidad para la muestra de espectadores del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo.	179
Tabla 4.21.- Correlación entre la escala de Calidad Percibida Total y los factores con la Calidad de Servicio Global y la Satisfacción General de los espectadores en el Cpto. de España.	182
Tabla 4.22.- Correlación entre la escala de Calidad Percibida Total y los factores con la Calidad de Servicio Global y Satisfacción General de los espectadores en el Cpto. del Mundo.	183
Tabla 4.23.- Fiabilidad de las escalas utilizadas para la muestra de deportistas del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo.....	184
Tabla 4.24.- Fiabilidad de las dimensiones de calidad para la muestra de deportistas del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo.	185

Tabla 4.25.- Correlación entre SERVPERF y las dimensiones de calidad con la calidad de servicio global y satisfacción general de los deportistas del Cpto. de España.....	186
Tabla 4.26.- Correlación entre SERVPERF y las dimensiones con la calidad de servicio global y satisfacción general de los deportistas del Cpto. del Mundo.	187
Tabla 4.27.- Cronología del trabajo.	191
Tabla 5.1.- Calidad de la Interacción (Personal) Cpto. de España	199
Tabla 5.2.- Calidad de la Interacción (Personal) Cpto. del Mundo	200
Tabla 5.3.- Calidad del Entorno (Tangibles) del Cpto. de España	201
Tabla 5.4.- Calidad del Entorno (Tangibles) del Cpto. del Mundo	202
Tabla 5.5.- Calidad del Entorno (Ambiente) del Cpto. de España	203
Tabla 5.6.- Calidad del Entorno (Ambiente) del Cpto. del Mundo	204
Tabla 5.7.- Calidad del Resultado del Cpto. de España	204
Tabla 5.8.- Calidad del Resultado del Cpto. del Mundo.....	205
Tabla 5.9.- Valoración de las dimensiones de calidad de los espectadores del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo.	207
Tabla 5.10.- Calidad de servicio global de los espectadores del Cpto. de España.....	208
Tabla 5.11.- Calidad de servicio global de los espectadores del Cpto. del Mundo.....	208
Tabla 5.12.- Satisfacción general de los espectadores del Cpto. de España.....	209

Tabla 5.13.- Satisfacción general de los espectadores del Cpto. del Mundo.....	209
Tabla 5.14.- Elementos de la competición de los espectadores del Cpto. de España.....	210
Tabla 5.15.- Elementos de la competición de los espectadores del Cpto. del Mundo.....	211
Tabla 5.16.- Intenciones futuras de los espectadores del Cpto. de España.....	212
Tabla 5.17.- Intenciones futuras de los espectadores del Cpto. del Mundo.....	212
Tabla 5.18.- Valoración general de los espectadores.....	213
Tabla 5.19.- Valoración de las escalas de los espectadores del Cpto. de España según la edad.....	215
Tabla 5.20.- Análisis diferencial de las escalas según la edad de los espectadores del Cpto. de España.....	216
Tabla 5.21.- Valoración de las escalas de los espectadores del Cpto. del Mundo según la edad.....	217
Tabla 5.22.- Análisis diferencial de las escalas según la edad de los espectadores del Cpto. del Mundo.....	218
Tabla 5.23.- Valoración de las dimensiones de calidad de los espectadores del Cpto. de España según la edad.....	218
Tabla 5.24.- Análisis diferencial de las dimensiones de calidad según la edad de los espectadores del Cpto. de España.....	219
Tabla 5.25.- Valoración de las dimensiones de calidad de los espectadores del Cpto. del Mundo según la edad.....	220
Tabla 5.26.- Valoración de las escalas de los espectadores del Cpto. de España según el sexo.....	222
Tabla 5.27.- Valoración de las escalas de los espectadores del Cpto. del Mundo según el sexo.....	223

Tabla 5.28.- Valoración de las dimensiones de calidad de los espectadores del Cpto. de España según el sexo.	223
Tabla 5.29.- Valoración de las dimensiones de calidad de los espectadores del Cpto. del Mundo según el sexo.	224
Tabla 5.30.- Valoración de las escalas según la practica deportiva de los espectadores del Cpto. del Mundo.	226
Tabla 5.31.- Valoración de las escalas según la asistencia a eventos deportivos de los espectadores del Cpto. de España.	229
Tabla 5.32.- Valoración de las escalas según la asistencia a eventos deportivos de los espectadores del Cpto. del Mundo.	229
Tabla 5.33.- Valoración de las dimensiones de calidad según la asistencia a eventos deportivos de los espectadores del Cpto. de España.	230
Tabla 5.34.- ANOVA del modelo de regresión múltiple para los espectadores de atletismo.	232
Tabla 5.35.- Coeficiente de correlación del modelo y prueba de Durbin-Watson en el caso de los espectadores de atletismo.	233
Tabla 5.36.- Coeficientes de regresión de los factores de calidad para los espectadores de atletismo con variable dependiente de satisfacción general.	234
Tabla 5.37.- Resumen de la ANOVA del modelo de regresión múltiple para los espectadores respecto a sus intenciones futuras.	237
Tabla 5.38.- Coeficientes de regresión de los factores de calidad y la satisfacción general para los espectadores con las intenciones futuras como variable dependiente.	238
Tabla 5.39.- Tangibilidad (Tangibles) del Cpto. de España.	242

Tabla 5.40.- Tangibilidad (Tangibles) del Cpto. del Mundo.	243
Tabla 5.41.- Fiabilidad del Cpto. de España.	244
Tabla 5.42.- Fiabilidad del Cpto. del Mundo.....	245
Tabla 5.43.- Capacidad de Respuesta del Cpto. de España.....	246
Tabla 5.44.- Capacidad de Respuesta del Cpto. del Mundo.	246
Tabla 5.45.- Seguridad del Cpto. de España.....	247
Tabla 5.46.- Seguridad Cpto. del Mundo.....	248
Tabla 5.47.- Empatía Cpto. de España.	248
Tabla 5.48.- Empatía Cpto. del Mundo.	250
Tabla 5.49.- Valoración de las dimensiones de calidad de los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo.	252
Tabla 5.50.- Calidad de servicio global de los deportistas del Cpto. de España.....	252
Tabla 5.51.- Calidad de servicio global de los deportistas del Cpto. del Mundo.	253
Tabla 5.52.- Satisfacción general de los deportistas del Cpto. de España.....	255
Tabla 5.53.- Satisfacción general de los deportistas del Cpto. del Mundo.....	255
Tabla 5.54.- Valor de los deportistas del Cpto. de España.....	256
Tabla 5.55.- Valor de los deportistas del Cpto. del Mundo.	256
Tabla 5.56.- Intenciones futuras de los deportistas del Cpto. de España.....	257
Tabla 5.57.- Intenciones futuras de los deportistas del Cpto. del Mundo.....	258
Tabla 5.58.- Valoración general de los deportistas.	259
Tabla 5.59.- Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. de España según la edad.....	261

Tabla 5.60.- Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. del Mundo según la edad.....	262
Tabla 5.61.- Análisis diferencial de las escalas según la edad de los deportistas del Cpto. del Mundo.....	263
Tabla 5.62.- Valoración de las dimensiones de calidad de los deportistas del Cpto. de España según la edad.	264
Tabla 5.63.- Valoración de las dimensiones de calidad de los deportistas del Cpto. del Mundo según la edad.	264
Tabla 5.64.- Análisis diferencial de las dimensiones de calidad según la edad de los deportistas del Cpto. del Mundo.	265
Tabla 5.65.- Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. de España en función del sexo.....	266
Tabla 5.66.- Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. del Mundo en función del sexo.....	267
Tabla 5.67.- Valoración de las dimensiones de los deportistas del Cpto. de España en función del sexo.....	268
Tabla 5.68.- Valoración de las dimensiones de los deportistas del Cpto. del Mundo en función del sexo.....	270
Tabla 5.69.- Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. de España en función de la internacionalidad.	271
Tabla 5.70.- Valoración de las dimensiones de los deportistas del Cpto. de España en función de la internacionalidad.	272
Tabla 5.71.- Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. del Mundo en función del momento de participación.....	273

Tabla 5.72.- Valoración de las dimensiones de los deportistas del Cpto. del Mundo en función del momento de participación.	274
Tabla 5.73.- ANOVA del modelo de regresión múltiple para los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo.....	277
Tabla 5.74.- Coeficiente de correlación del modelo y prueba de Durbin-Watson para los deportistas de atletismo.	278
Tabla 5.75.- Análisis de regresión lineal múltiple de los factores de calidad y el valor para los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo con variable dependiente de satisfacción general.	279
Tabla 5.76.- ANOVA del modelo de regresión múltiple para los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mund. Variable dependiente de Intenciones Futuras.	281
Tabla 5.77.- Análisis de regresión lineal múltiple de los factores de calidad, la satisfacción general y el valor para los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo con variable dependiente de intenciones futuras.....	282
Tabla 8.1.- Estructura factorial de la escala de calidad percibida de los deportistas del Cpto. del Mundo IAAF de Atletismo.	399

Índice de figuras

Figura 2.1.- Aportaciones inglesas al deporte.....	52
Figura 2.2.- Dimensiones de los eventos deportivos.....	68
Figura 2.3. Tipología de los eventos deportivos.	73
Figura 3.1.- Los desajustes del modelo SERVQUAL.	117
Figura 3.2.- Ecuación de los desajustes.....	118
Figura 3.3. Modelo propuesto entre la calidad de servicio, la satisfacción, compromiso psicológico y comunicaciones boca a boca.	125
Figura 3.4. Modelo jerárquico de calidad de servicio.	126
Figura 3.5.- Líneas de investigación sobre calidad y satisfacción en el deporte.	128
Figura 4.1.- Áreas del cuestionario de los espectadores.....	166
Figura 5.1.- Gráfico normal de regresión, residuo tipificado con variable dependiente de satisfacción general del Cpto. de España.....	235
Figura 5.2.- Gráfico normal de regresión residuo tipificado con variable dependiente de satisfacción general del Cpto. del Mundo.	236
Figura 5.3.- Gráfica comparativa de resultados generales de los espectadores.....	285
Figura 5.4.- Gráfica comparativa resultados dimensiones de calidad de los espectadores.	286
Figura 5.5.- Gráfica comparativa resultados generales de los deportistas.	287
Figura 5.6.- Gráfica comparativa resultados dimensiones de calidad de los deportitas.....	288

CAPÍTULO I.
INTRODUCCIÓN.

1.-INTRODUCCIÓN

“La calidad nunca es un accidente, siempre es el resultado de un esfuerzo de la inteligencia”

John Ruskin (1819-1900)

Quisiéramos dar comienzo a este trabajo citando a José María Cagigal (1957), cuando opina que el deporte es propiedad metafísica del ser humano; que abarca diferentes dimensiones humanas, esto es, cubre las distintas necesidades vitales y ayuda a lograr el equilibrio vital necesario, y por tanto, lo capacita como animal social y cultural.

El deporte como actividad individual y social está fuertemente implantada en la sociedad actual, posee dos vertientes claramente diferenciadas aunque complementarias, el deporte como práctica física y el deporte como espectáculo deportivo. Es de esta segunda vertiente y desde la perspectiva del marketing de la que vamos a hacernos eco durante el presente trabajo.

La sociedad necesita imperiosamente ocupar su tiempo de ocio que diariamente se percibe en aumento. Aquellas actividades que requieren esfuerzo físico se están convirtiendo cada vez más en un atractivo popular, tanto para su práctica como para su disfrute viendo como otros lo practican. La presencia del deporte ha dejado de ser intermitente y en la actualidad es una actividad continua que ha penetrado paulatinamente en todos los ámbitos de la sociedad, no es necesario realizar un análisis para darnos cuenta que cada día

cobran mayor importancia y tienen una mayor repercusión económica, social, política, mediática, etc., los grandes eventos deportivos.

Los eventos deportivos están ocupando un lugar especial en la sociedad afianzándose con firmeza y consiguiendo reunir grandes masas de personas con un ideal muy diferente al defendido durante años por Pierre de Fredey, Barón de Coubertain. Cierta parte de culpa la tiene la enorme presión que los medios de comunicación ofrecen sobre ellos, siempre en favor de los eventos más importantes. El tiempo se detiene y todo se aparca en algunos países durante el desarrollo de algunos eventos deportivos extraordinarios que se celebran cada cuatro años, un ejemplo claro de ello han sido los Juegos Olímpicos de Pekín celebrados en 2008, *“Han sido los más espectaculares y los más vistos. Pekín 2008 ha batido récords deportivos y televisivos. Alrededor de 4.400 millones de espectadores (un tercio de la población mundial) han seguido los juegos de la 29ª olimpiada de la era moderna, una cifra que la convierte en la más seguida de toda la historia”* R.G.G. (2008, 25 Agosto). Oro en audiencia para Pekín 2008. El País.com.

En lo que respecta a su notoriedad, es evidente la fuerza simbólica del deporte y las emociones que producen los acontecimientos deportivos. El patrocinio deportivo monopoliza dicha notoriedad, y de ello se han hecho eco a su vez los estamentos políticos, concedores de la importancia que en la actualidad esta cobrando la organización de los grandes eventos. En torno a su gestión gira una gran inversión económica, prestigio, transformación de la ciudad, embellecimiento, modernización, publicidad mundial, y

muchos más factores altamente beneficiosos para la sede organizadora de dicho gran evento.

La ciudad de Valencia ha sido galardonada con la distinción de Capital Europea del Deporte 2011, está siendo la capital mundial de la vela que alberga la 32^o y la 33^o edición de la Copa América y con grandes posibilidades de tener cierta continuidad. Sede durante los próximos siete años del Gran Premio de Formula 1, será la segunda ciudad del mundo que contará con un circuito urbano. Desde el año 1999 hasta el próximo 2016, en el Circuito Ricardo Tormo se organiza el Gran Premio del Mundial de Motociclismo. En marzo de 2008, Valencia fue la organizadora del Campeonato del Mundo IAAF de Atletismo en Pista Cubierta, un nuevo escaparate a nivel mundial. Pero si ampliamos la visión a nivel nacional, Alicante fue la organizadora de la salida de la 10^a Volvo Ocean Race el pasado mes de octubre de 2008, Barcelona albergará en el 2010 los Campeonatos de Europa de Atletismo, Madrid ha presentado su candidatura por segunda vez consecutiva para ser sede los Juegos Olímpicos del 2016, y la federación española de fútbol después del éxito de la selección española durante la Eurocopa del 2008 pretende presentar la candidatura para albergar el Mundial de Fútbol de 2018 junto a Portugal.

Con todos estos ejemplos, percibimos el interés y la importancia que han cobrado la organización de ciertos eventos deportivos, que paulatinamente han ido ganando terreno en la vida económica y se han convertido, cada vez más, en escaparates publicitarios además de ocio de masas, y por lo tanto, en un canal muy importante para los medios de comunicación. Pero la gestión y organización de

cualquiera de estos grandes eventos sigue siendo una gran desconocida para el público en general.

La organización y la gestión de los eventos deportivos debe ser preparada a conciencia y respaldada por profesionales que tengan el éxito como bandera, pues tanto el ciudadano que percibe un evento deportivo de gran envergadura en su ciudad como el deportista que participa en él, debe asociar únicamente aspectos positivos a la consecución de dichas competiciones y para que esto ocurra, aspectos como la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de los grandes eventos deportivos deben ser analizados y estudiados con el fin de ayudar en la mejora de la gestión.

El presente trabajo tiene como fin analizar la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores y los deportistas del 44º Campeonato de España de Atletismo en pista cubierta y el 12º Campeonato del Mundo IAAF de Atletismo en pista cubierta, celebrados ambos en el Velódromo Luís Puig de Paterna (Valencia) el 23 y 24 de Febrero y el 7, 8 y 9 de marzo de 2008 respectivamente.

El trabajo está estructurado en ocho capítulos. En primer lugar, se introduce tema del deporte y la importante repercusión en los diferentes estamentos sociales que los eventos deportivos han llegado a conseguir en la actualidad.

Posteriormente analizamos la lenta evolución que ha sufrido la organización deportiva desde sus inicios en la era de la civilización griega y romana. Rescataremos los primeros Juegos Olímpicos hace casi tres mil años hasta el modelo actual nacido con el paso de

los años a través del Movimiento Olímpico. Para concluir este apartado histórico, repasaremos la importante labor desempeñada por la sociedad inglesa del siglo XIX entorno a la gestión del deporte.

Conceptualizaremos el término evento deportivo y analizaremos los tipos de eventos que conocemos según sus diferentes características. La gestión de un gran evento deportivo es específica y merece una reflexión especial, por lo que analizamos detalladamente las fases de desarrollo de una gran competición y las áreas de gestión y organización que se crean para poder desarrollar dicho evento.

Concluimos este segundo capítulo reflexionando y analizando cual es la incidencia que los grandes eventos tienen sobre la práctica deportiva en las ciudades o países organizadores de dichos eventos, como influyen estos grandes eventos sobre la promoción turística y cual es impacto económico que producen sobre las ciudades o países organizadores.

La conceptualización de la calidad de servicio ha sido un concepto que ha suscitado un especial interés en la literatura de marketing. Inicialmente se entendía desde una definición centrada sobre la realización de un servicio siguiendo las especificaciones técnicas fijadas por los prestatarios, abordándose el tema como si de un producto se tratara. Posteriormente, la definición empieza a desplazarse hacia el usuario, viéndose desde la perspectiva subjetiva de éste último. De esta manera, se pasa de una concepción más técnica y objetiva a otra más subjetiva y centrada en los requerimientos del cliente. A partir de esta concepción

última (la subjetiva) es cuando aparece el término calidad percibida frente al de calidad técnica (Carman, 1990). Durante este tercer capítulo analizamos detalladamente el concepto de calidad percibida y satisfacción del usuario. En él presentamos una revisión de la literatura en relación a las principales aportaciones realizadas a la calidad de los servicios en general y a los servicios deportivos en particular.

La metodología del estudio describe las herramientas utilizadas tanto para la descripción del proceso como para el análisis y discusión de los resultados obtenidos. La muestra, los instrumentos y el procedimiento llevado a cabo durante la investigación junto con los objetivos del trabajo, ocupan el cuarto capítulo.

Desarrollamos en el quinto capítulo, el análisis de los resultados obtenidos de un modo general y en función de las diferentes variables analizadas tanto para espectadores como para deportistas. Conoceremos tanto la opinión de los espectadores que presenciaron ambos eventos deportivos como la de los deportistas que participaron en ellos, siguiendo un orden cronológico de desarrollo de competiciones. En primer lugar, el Campeonato de España y seguidamente el Mundial de atletismo.

En la discusión del trabajo pretendemos ofrecer una modesta aportación a la comprensión de la calidad y la satisfacción de los espectadores y los deportistas entorno a los eventos deportivos. Pone el punto y final a este trabajo las conclusiones a las que hemos llegado tras la obtención de dichos resultados durante ambas competiciones; el 44º Campeonato (Cpto.) de España de

atletismo en pista cubierta y el 12º Campeonato del Mundo IAAF de la misma modalidad.

Con todo ello, esperamos aportar ideas sobre la organización, la gestión y la calidad de los grandes eventos deportivos en España, concretamente en Valencia, y que éstas a su vez, sirvan pues en el futuro para la organización y la gestión de nuevos eventos deportivos que próximamente se sucederán en el tiempo.

CAPÍTULO II.
LOS EVENTOS
DEPORTIVOS.

2.- LOS EVENTOS DEPORTIVOS.

Con el fin de tener una visión general del porqué de los eventos deportivos en la actualidad, en el presente capítulo analizaremos la evolución de la organización deportiva desde la Grecia Clásica hasta los Juegos Olímpicos modernos, realizando además un repaso al nacimiento del deporte moderno en la Inglaterra del siglo XIX.

En primer lugar conceptualizaremos el término, clasificaremos los diferentes tipos de eventos deportivos, analizaremos la organización que conlleva la gestión de una actividad de esta envergadura y finalmente conoceremos las repercusiones que conlleva organizar este tipo de eventos a nivel deportivo, social, económico y turístico.

2.1.- Los eventos deportivos en la historia.

“El deporte, las costumbres deportivas que pasarán a la historia como deporte griego, pudieron traérselas consigo los primeros indoeuropeos..., pudo ser un producto micénico, un préstamo de los cretenses, o pudo tener un origen posterior,...El origen del deporte permanece oscuro y misterioso” (Rodríguez, 2003).

2.1.1.- Los primeros eventos, Grecia y Roma.

Tal y como afirma Rodríguez (2003), en la actualidad existe un modelo deportivo que se ha ido conformando con el paso del tiempo y con los acontecimientos ocurridos durante la evolución del deporte en la historia, gran culpa de ello sin lugar a dudas la tienen los primeros acontecimientos deportivos ocurridos en Grecia bajo la influencia micénica y dórica.

Para comprender la evolución de los eventos deportivos hasta nuestros días hay que analizar el pasado de la actividad física. Recordar las primeras civilizaciones de la época clásica de los griegos y el esplendor de la época romana, a pesar de que en esos tiempos no concebían el deporte como el término que conocemos en la actualidad.

A lo largo del siglo XIX momento del nacimiento real del deporte moderno cualquier intento de organización de un acontecimiento deportivo debía fijarse en la Grecia del periodo clásico, en su mayor auge durante los J. Atléticos, concretamente los Juegos Olímpicos hacia el 776 a.C. momento de su posible nacimiento y su permanencia a lo largo de toda la historia griega y casi toda la de Roma (Rodríguez, 2003). Dichos Juegos fueron los más famosos y los mejor considerados pero no fueron los únicos. Previamente a ellos encontramos la presencia del ejercicio físico en las obras de Homero –Iliada y Odisea-, compuestas probablemente hacia el 800 a.C. donde se narra un deporte muy semejante al acontecido durante los Juegos Olímpicos.

Al mismo tiempo que Grecia disfrutaba de sus Juegos con un nivel organizativo muy superior a los *Ludi* romanos, éstos se desarrollaron mucho más extensamente a nivel geográfico debido a la expansión de dicha civilización en Europa, pero la organización de los eventos romanos distaba mucho de la seria regulación que tenían los griegos. El espíritu y el alto nivel organizativo de los Juegos Olímpicos griegos no era ni mucho menos comparable a la simple organización de los combates de gladiadores de los romanos o de las carreras de carros a pesar de las grandes diferencias físicas de las instalaciones creadas a tal efecto, nos referimos al estadio griego frente al anfiteatro y el circo romano.

La organización de las actividades atléticas de Grecia según Añó (2003), estaba mucho más próximo a la organización de las actividades deportivas modernas y al pensamiento pedagógico de la educación británica, donde el elemento competitivo estaba más integrado que el saber legislativo, educativo y cultural de los romanos.

En opinión de Rodríguez (2003), los juegos y las celebraciones lúdicas (*los Ludi*) romanos tenían siempre un origen religioso, pero sin un sentido claramente definido. Dichas celebraciones se basaban tal y como hemos comentado anteriormente en combates de gladiadores y carreras de carros (preferidas por los ciudadanos).

La organización de las luchas de gladiadores no eran muy complicadas pues la entrada al espectáculo era libre y la calidad del evento estaba directamente relacionada con el dinero invertido en

él por el Editor¹, lo que aumentaba o disminuía la cantidad de participantes. Tanto a la figura del editor como a la del Lanista, especie de representante y dueño de los gladiadores, les debemos la organización de este tipo de eventos (Añó, 2003).

Estos pequeños eventos (combates) celebrados por simples particulares, fueron instituidos por el Senado romano en el 105 a.C., como algo oficial del Estado denominándolos “*munera*” o “*munus*”, que significa “*función*” (Rodríguez, 2003), ganando de ese modo el prestigio y la oficialidad que en opinión del pueblo merecían.

En cuanto a las carreras de carros, actividad de mayor interés para la plebe romana, su realización suponía una cantidad de problemas añadidos ya que se producían numerosos accidentes durante su realización, los múltiples vuelcos provocados por los carros requería un número considerable de personas al servicio del evento, continuamente había que limpiar la pista de los restos que invadían la arena tras una colisión, un vuelco o la rotura de los aparejos. Las carreras más frecuentes y más populares eran las de las cuadrigas, es decir, carros tirados por cuatro caballos aunque también se disputaban carreras de dos, seis, ocho y hasta diez caballos.

Estas carreras de carros se desarrollaban y se mantenían en el tiempo debido a la existencia de las “*facciones*” consideradas como lo que en la actualidad conocemos por clubes. Concretamente existieron cuatro que utilizaban los colores como símbolo de

¹ Noble deseoso de ganarse el favor de los ciudadanos que patrocinaba el evento y organizaba a los gladiadores.

identidad. Los blancos, los verdes, amarillos y azules, eran inicialmente las facciones que con el paso del tiempo quedaron reducidas a dos, la facción blanca y amarilla fueron absorbidas, o más bien se fusionaron a los verdes y a los azules, respectivamente, debido al elevado coste que suponía el mantenimiento de tal infraestructura. Dichos clubes, pues podríamos considerarlos como tales, contaban con numeroso personal a su servicio, veterinarios, cuidadores de caballos, entrenadores de los aurigas, jubilatores (para animar en la carrera) etc. Disponían de toda la infraestructura necesaria para su participación. Las cuadras e instalaciones adecuadas para el cuidado y la atención que merecían sus caballos era algo muy costoso, pero lo sufragaban con las cuotas de sus socios, tal y como afirma Rodríguez (2003).

Podemos imaginar la trascendencia que tenían las carreras de carros su infraestructura y el poder social que envolvía a las facciones que “Los mismos emperadores eran, con frecuencia, fanáticos partidarios de una facción; parece ser que Caracalla condenó a muerte a los aurigas de los verdes, en una ocasión” (Rodríguez, 2003, p.118).

En la organización de las carreras de carros y de los combates de gladiadores la asistencia a los espectáculos era gratuita, esto suponía un ahorro considerable de gastos para los organizadores que al no tener tampoco que controlar el acceso al evento ahorraban en personal. Esta es una de las grandes diferencias que se da en la organización de eventos lúdicos producidos por los romanos en contraposición a la minuciosidad de los griegos a la hora de organizar sus juegos atléticos, los cuales disponían de un

gran número de personas que participaban en tareas muy concretas de la organización de los mismos. A diferencia de los romanos celebraban muchas pruebas diferentes como fueron, las carreras, los lanzamientos, los saltos, la lucha, el pentatlón, etc.

Es cierto que Roma debido a su grandiosidad y a las instalaciones de las que disponía se aventuro incluso a organizar naumaquias o luchas navales que se desarrollaban en el Anfiteatro pero que debido a su complicada organización y su coste se celebraban en pocas ocasiones según afirma Año (2003). Tras la desaparición del anfiteatro de Augusto debido a un incendio en el año 64, se inició la construcción del “Coliseo” o también llamado “Anfiteatro Flavio o Vespasiano”, monumental edificio construido para el desarrollo de todo tipo de Ludi, carreras de carros, combates de gladiadores, naumaquias, aunque según Rodríguez (2003) nunca llegó a utilizarse como lugar para representar una batalla naval. También se organizaban en él venationes² y representaciones teatrales en honor al emperador recordando memorables batallas.

A diferencia del anfiteatro otra de las construcciones por excelencia durante el esplendor de la época romana fue el circo, los romanos llegaron a imitar a los juegos atléticos griegos pero tras un edicto del emperador Teodosio I, estos juegos fueron abolidos.

Los Juegos Olímpicos desaparecieron en el año 394 de nuestra era, hasta su posterior renacimiento aproximadamente mil quinientos

² Especie de lucha entre hombres y fieras, que acompañó inicialmente a los combates de gladiadores y finalmente tomo entidad propia. Otras modalidades fueron luchas solo entre fieras y exhibiciones de fieras amaestradas.

años más tarde cuando se realizó la primera olimpiada de la era moderna en 1896 en Atenas, Grecia.

En la actualidad podemos comprobar que los Juegos Olímpicos modernos han heredado muchos elementos de los antiguos, desde la convocatoria hasta la celebración de las pruebas, pasando por la periodización y los rituales (Añó, 2003).

El año 776 a.C. es la fecha que siempre se ha tomado como oficial de inicio de los Juegos aunque se cree que sucedieron hechos deportivos similares sobre la mitad del siglo XI a.C. ya que aparecen narrados en documentos históricos como la Iliada.

Debido al empeño y el cuidado que denotaban los griegos a la hora de organizar sus Juegos Atléticos analizamos a modo de resumen cual era su organización interna y como la llevaban a término. En la actualidad se siguen respetando muchos de sus protocolos de actuación para el desarrollo de los grandes eventos.

La convocatoria de estos Juegos se realizaba por los Teócoles (sacerdotes). Eran tres los máximos dirigentes y encargados de organizar los Juegos. Por encima de ellos estaba el Senado Olímpico, órgano legislador que se encargaba del control económico del evento, del mantenimiento de las instalaciones, de nombrar a los Teócoles, de designar el personal necesario para la realización y desarrollo de los Juegos, de resolver las reclamaciones que se produjeran antes, durante o después de la competición, en definitiva se encargaba de todos los aspectos organizativos, económicos, políticos y religiosos (Añó, 2003). Cumplía las

funciones que en la actualidad realiza el Comité Olímpico Internacional (COI).

El desarrollo de estos Juegos necesitaba de cuatro aspectos muy parecidos a los actuales, una normativa de organización y participación, personal, instalaciones y presupuesto (Añó, 2003). De todo ello nunca carecían en Grecia para la celebración de los Juegos. Un aspecto muy significativo y que cabe destacar, es que en la normativa de los Juegos, la participación estaba reservada exclusivamente a los ciudadanos griegos libres de cualquier carga judicial y que previamente se habían inscrito al gimnasio de Eli, donde debían entrenar durante un mes para ser seleccionados por los Helladonicas, no sólo por sus características atléticas sino también por su belleza física (Rodríguez, 2003).

En la actualidad como es sabido, la belleza no es un componente de selección y por el contrario si lo es conseguir una determinada marca. La universalidad de participación es uno de los aspectos más bellos de los Juegos Olímpicos, cualquier habitante del planeta puede participar en la competición sin ser excluido por su nacionalidad, sexo, color o religión.

En cuanto a la organización aspectos destacables son: la existencia de la lista de participantes, el Juramento Olímpico, la clasificación de los deportistas, el anuncio de los vencedores el día después de su victoria mediante una ceremonia, y el reglamento de sanciones que podían ser deportivas, económicas y políticas, tal y como afirma Añó (2003). En definitiva todo estaba previsto y debidamente planificado de igual manera que en los actuales Juegos Olímpicos,

pues son verdaderos herederos de aquellos eventos atléticos de la Grecia Clásica.

Se disponía de multitud de personal que participaba durante el desarrollo de los juegos pues estos solían durar entre 5 ó 6 días, según el testimonio de Píndaro espectador de los Juegos Olímpicos del siglo V a. C. (cit. en Rodríguez, 2003), pero la cúpula de la organización la componían el Senado Olímpico, los Teócoles y los Helladónicas. Dependientes de estos había cargos inferiores que se ocupaban de numerosas funciones, como guardianes cumplidores de normas, ejecutores de castigos físicos, heraldos que comunicaban el acontecimiento, incluso disponían de personal exclusivo para cortar las ramas de olivo y realizar las coronas de los vencedores, siempre todos ellos escogidos entre las familias más destacadas de Elis. Según Año (2003), un cargo que contaba con gran relevancia espiritual eran los sacerdotes llamados “Adivinos” o “Alites” encargados de interpretar el oráculo.

La organización de unos juegos estaba minuciosamente planificada y contaban con mucho más personal a su servicio, Año (2003) lo denomina personal subalterno donde incluiríamos a arquitectos, escultores, pintores, carpinteros. Personal que realizaba funciones religiosas, musicales, rituales, informativas o protocolarias, incluso médicos, cocineros e inspectores, actualmente lo denominaríamos el grupo de recursos humanos. Esta infraestructura humana y organizativa se podía llevar a cabo debido al elevado presupuesto que procedía principalmente de las donaciones y de las sanciones.

Los juegos se realizaban en honor al Dios Zeus, por lo tanto las ofrendas eran abundantes y copiosas, los textos antiguos hablan

del gran tesoro de Zeus y de hecho su famosa estatua estaba esculpida en oro y marfil por Fidias considerada como una de las siete maravillas del mundo (Durantez, 1965, p. 47).

Debido a las instalaciones que se encontraron en Olimpia podemos imaginar que los presupuestos de los que hablábamos anteriormente (aspecto fundamental para la realización de cualquier evento) debieron ser más que considerables. De estas instalaciones que se han conservado hasta nuestros días, conocemos principalmente el Estadio, que tenía unas dimensiones de 211 metros de largo por 32 metros de ancho y alberga una pista para correr de 192,27 metros de largo por 30 metros de ancho. Además, en los alrededores a la instalación contaban con gimnasio, hotel, salas de reuniones y comedor, todo comunicado entre sí para facilitar el acceso entre las estancias y ofrecer mayor comodidad a los deportistas (Año, 2003). Debemos tener en cuenta que alrededor de dicha instalación se alzaban majestuosamente las construcciones religiosas entorno al Templo de Zeus y la diosa Hera, principales divinidades adoradas por los griegos durante los Juegos Olímpicos.

Tal y como afirma Año (2003), la conjunción de los cuatro factores antes mencionados: las instalaciones, el presupuesto, la normativa y el personal, nos llevan a la afirmación de que los Juegos Atléticos griegos o al menos los Juegos Olímpicos fueron un precedente del sistema organizativo actual de grandes eventos deportivos, de hecho Pierre de Coubertin recogió buena parte de sus planteamientos adaptándolos al siglo XX.

Entre estos planteamientos podemos destacar, que aspectos como la exclusividad de participación griega frente a la universalidad actual, la sede fija donde realizar los juegos frente a la rotación del lugar de realización sufrieron un necesario y lógico cambio. Pero en cuanto a la participación individual de los deportistas, el juramento olímpico, el encendido de la antorcha, el Comité Olímpico Internacional (como equivalente al Senado Olímpico), los jueces, y las instalaciones, tales como: un estadio, una palestra, un gimnasio, hoteles, comedores y templos en la versión antigua frente a estadio, palacio de deportes, piscinas, hoteles y restaurantes en versión moderna, siguen siendo un referente invariable en el protocolo actual de organización de los Juegos Olímpicos (Añó, 2003).

2.1.2.- El surgimiento del deporte contemporáneo en Inglaterra

El siglo XIX va a estar marcado en el terreno de lo corporal por la Educación Física como consecuencia de la incorporación del nuevo mundo de valores, ideologías y formas de vida emanadas de la Ilustración. Igualmente, se va a producir la estabilización e institucionalización del deporte como consecuencia de la expansión económica de la sociedad industrializada, siendo las actividades físico-deportivas de la época un elemento más de la cadena del mercado ajustado a la ley de la oferta y la demanda.

Tal y como afirma Rodríguez (2003, p. 168), “los deportes contemporáneos se podría decir que son una forma de pasatiempo inventados por los ingleses y que van a conquistar el mundo”.

En el momento que utilizamos la palabra deporte como término deberíamos datarla en la Edad Media, pues es entonces cuando comienza aparecer con un significado más parecido al ejercicio físico (Piernavieja, 1967), a pesar de que tiene un sentido de diversión, recreación, lúdico, de pasatiempo, tal y como lo interpretaron los ingleses en sus inicios de práctica deportiva. Pero no es hasta el S. XVIII principios del XIX cuando se puede hablar del deporte como organización, los ingleses no tardaron en darle un sentido competitivo a la práctica deportiva e instalarlo en su sistema educativo, tanto en las escuelas como en las universidades y finalmente trasladarlo a la sociedad del momento tras el impacto que produjo la Revolución Industrial.

El deporte en Gran Bretaña sirvió para transformar la sociedad y por lo tanto, constituyó en el siglo XIX un referente en la educación que exportaron a todo el mundo en su momento de supremacía, dominación y expansión (Añó, 2003).

En la actualidad el deporte ha experimentado un cambio espectacular en su organización, en su financiación y todo eso en gran medida se lo debe al amateurismo organizativo inglés y a sus aportaciones al deporte actual. Se ha pasado del clásico mecenas que subvencionaba la actividad deportiva a vender el evento deportivo por miles de millones de euros.

El deporte moderno viene ligado como comentábamos anteriormente a la Revolución Industrial con un origen común en la cultura inglesa, la atmósfera social de la época potenció que las actividades recreativas fueran consideradas saludables y estimulantes, beneficiosas para la salud, apoyadas por la iglesia

anglicana en contraposición a lo que ocurría en Europa donde este tipo de actividades estaban muy mal consideradas.

Las aportaciones inglesas al deporte fueron numerosas: materiales, términos, reglamentación y deportes como tal, todas ellas con un valor importantísimo. Según (Rodríguez, 2003) inventaron la mayoría de los deportes del siglo XX especialmente los deportes de equipo, introdujeron las especialidades atléticas, fijaron y generalizaron las distancias en las carreras y en deportes como el remo o la natación. Crearon el peso de las piedras y barras lanzadas en los festivales, introdujeron las vallas en las carreras, los saltos con y sin carrera, implantaron las tablas de record, las categorías en los combates de lucha o boxeo, los jueces o árbitros, las reglas de los deportes de equipo como el fútbol, rugby y hockey, pero sobretodo crearon, expandieron y potenciaron como un elemento heredero de su cultura, el asociacionismo deportivo (Añó, 2003).

En la figura 2.1 podemos observar una muestra de algunas de las numerosas aportaciones que la sociedad inglesa introdujo al deporte a lo largo del siglo XIX. Observamos en la figura los términos relacionados directamente con el deporte o la actividad física que diariamente estamos acostumbrados a utilizar en el lenguaje corriente. Deportes que día a día han cobrado más valor y se asientan firmes en nuestra cultura habiendo llegado a institucionalizarse, e incluso materiales exclusivos y específicos para la consecución de dichos deportes.

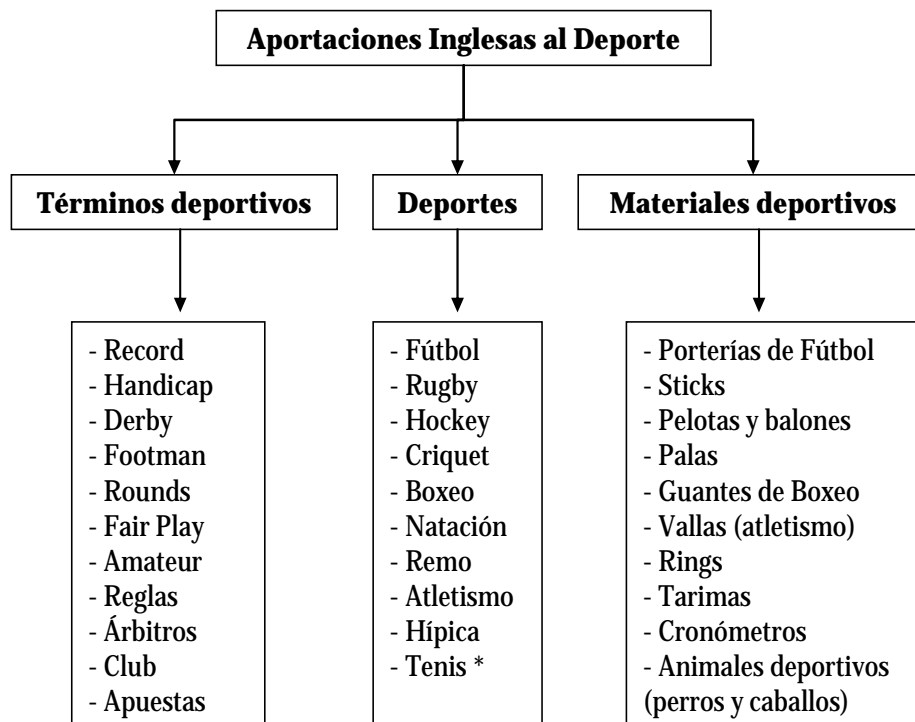


Figura 2.1.- Aportaciones inglesas al deporte

Elaboración propia. Fuente: Añó (2003, pág. 24) Rodríguez (2003, pág. 169).

* Proviene originariamente del juego de pelota o palma medieval en Francia, una modalidad era el juego con raqueta o pala, de ahí pasó a Inglaterra donde se impregnó de las características actuales.

En la Inglaterra del siglo XIX el deporte se practicaba de una forma totalmente rural y desde la perspectiva recreativa pero poco a poco y debido a dos aspectos fundamentales, tal y como afirma Añó (2003), se consolidó el deporte reglado y asumido de forma universal por la sociedad, aunque no han dejado de evolucionar progresivamente con el paso del tiempo adaptándose a las necesidades sociales del momento. Estos dos aspectos son la movilidad de la sociedad británica y labor realizada por Thomas

Arnold³, al conseguir introducir el deporte en las escuelas como parte del currículum y la actividad diaria. Además, tal y como apuntábamos anteriormente el apoyo de la Iglesia anglicana considerando la actividad física como un aspecto saludable para el ser humano fue fundamental.

La transformación de la sociedad inglesa, primer aspecto al que nos referimos, puede verse ejemplificada en un claro cambio de costumbres en pro de la vida humana y a favor de la actividad física y deportiva, es decir, la sustitución del duelo a espada o pistola por el combate de boxeo que no descuidaba los códigos de comportamiento para caballeros. Existía por tanto, un aumento de la presión social para que la gente autodominara y autocontrolara sus manifestaciones violentas, que afectaban de forma directa, tanto al ámbito de la política como al del juego (Rodríguez, 2003).

Mandell (1986) opina, que es el dinamismo de la cultura inglesa el causante que propicia la aparición, tanto de la revolución industrial como del deporte. La mayor riqueza, la unidad nacional, la libertad de asociacionismo, son aspectos que definirían ese dinamismo.

La libertad de asociación, prohibida fuera de los límites ingleses, fue una de las causas que propició la difusión del deporte a través de los clubs, los cuales cumplieron una función importantísima a la hora de desarrollar y potenciar el gusto y la necesidad de la práctica deportiva (Rodríguez, 2003).

³ Thomas Arnold (1795-1842) Profesor de la escuela de rugby y de la Universidad de Oxford, vino a ocupar el lugar de Pestalozzi en Europa pero con un enfoque deportivo.

Según Añó (2003), tan importante como el dinamismo de la sociedad inglesa fue la introducción del deporte en las escuelas y universidades, esto motivó que se consolidara el deporte británico y a su vez las actividades folclóricas regionales y rurales. Los estudiantes se identificaron con un elemento común de su educación convirtiéndose por lo tanto en el germen del asociacionismo deportivo.

Las instituciones educativas fueron las encargadas de adaptar, supervisar y controlar los juegos tradicionales integrándolos gradualmente en el día a día de la enseñanza, para finalmente llegar a concebir el equilibrio educativo entre mente y cuerpo. Es Tomas Arnold (1795-1842), quien con su contribución prolongó la tradición popular al mundo escolar dotándola de una reglamentación y unas actitudes caballerescas y nobiliarias, lejos de las costumbres rurales, lo consideraríamos pues, como un moralista del deporte (Añó, 2003). Entorno a estas actitudes y esta fundamentación que se propagó lentamente por los conocidos higs schools, universidades y clubs, nace el "Fair-Play". La actividad deportiva o deporte de la época deja de concebirse como un juego o como un pasatiempo, y va creando un nuevo estilo de vida, son por lo tanto, los inicios del deporte amateur inglés.

Surgen seguidores en Europa que miran con ojos de impotencia y de asombro aquello que una sociedad en movimiento está consiguiendo entorno a la actividad deportiva. Un seguidor y enamorado de la línea educativa del deporte inglés fue Pierre de Coubertain quien puso todo su empeño por transferir ese tipo de ideas a lo que pronto conoceremos como el olimpismo moderno.

2.1.3.- El Movimiento Olímpico

Mirando de reojo a lo acontecido en la Inglaterra de los siglos XVIII y XIX en Europa comenzaban a producirse cambios, que sin lugar a dudas afectaban a los ámbitos relacionados con el espectáculo deportivo.

La progresiva evolución del deporte a nivel europeo dio lugar a la restauración de los Juegos Olímpicos con una primera y pequeña participación de 13 países, que tuvo lugar tras el primer congreso Olímpico celebrado en la Universidad de la Sorbona de París en 1894.

Dos años después de este encuentro, y gracias a él, en 1896 se celebraron los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna en Atenas.

El gran precursor y hombre clave de que esto ocurriera no fue otro que Pierre de Fredy, Barón de Coubertin⁴, *“un hombre con más ideales que ambición”* (Rodríguez, 2003, p. 207). Carl Diem lo definía como *“primera figura del deporte contemporáneo”*, y según el cita textualmente *“...Estaba dotado con un monstruoso regalo de sabiduría, una excelente memoria, así como bendecido con el más afilado arte de expresión que pueda poseer un espíritu jurista francés”* (Diem, 1966, Tomo II, p. 403).

Existen precedentes deportivos anteriores a los primeros Juegos Olímpicos de Atenas en el 1896, como los Juegos Olímpicos de

⁴ Noble francés, (1863-1937) amante de la educación británica y la antigua Grecia, fue el segundo presidente del COI desde el 1896 al 1925. Considera al deporte como pedagogía e indudable formador del carácter.

Coswold desde 1660, o en Grecia en 1858 (Rodríguez, 2003), que contaron con cierto apoyo de los gobiernos pero no tuvieron la continuidad deseada. Las excavaciones llevadas a cabo en busca de Olimpia, tanto por los franceses, como por los alemanes, denotan un interés por el conocimiento de la antigüedad griega, pero la iniciativa y el interés de renovar los Juegos Olímpicos vino más apoyada por el gobierno griego (Rodríguez, 2003).

Por lo tanto, el deporte olímpico como organización tiene alrededor de dos siglos de existencia si tenemos en cuenta todos los intentos anteriores a la restauración oficial de los Juegos Olímpicos, y poco más de un siglo como organización internacional que nace y sigue existiendo bajo la denominación de COI, con sus estatutos, sus normas y reglamentos, la Carta Olímpica, y en definitiva con su estatus jurídico reconocido.

Se puede analizar el Movimiento Olímpico y su evolución desde un punto de vista organizativo mediante las cinco etapas que propone Año (2003);

- Primera etapa (1896-1908) El inicio de los Juegos Olímpicos modernos: Atenas, París, San Louis y Londres.

Todos los inicios son complicados y difíciles, pero su precursor Pierre de Coubertin, hizo una interpretación muy inteligente de la situación dejando como presidente del COI al griego Dimitri Vikelas para contar con el apoyo del gobierno griego y su mecenazgo en la elaboración de los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna, Atenas 1896.

En resumen, esta primera etapa se caracterizó por la poca participación de deportistas, la marginalidad del evento, la elaboración de las primeras reglamentaciones y normativas, la instauración de los rituales durante los Juegos y la organización del evento junto a las exposiciones culturales universales que ya se realizaban entonces (Añó, 2003).

Atenas 1896, París 1900, San Louis 1904 y Londres 1908, fueron las sedes organizadoras.

- Segunda etapa (1912-1932) La consolidación de los Juegos: Estocolmo, Berlín no celebrados, Amberes, París, Ámsterdam y Los Ángeles.

Durante gran parte de este periodo sigue Pierre de Coubertin como presidente del COI. Supo crear una organización no gubernamental al margen de las influencias políticas, con no pocas dificultades, ya que tuvo que trasladar la sede de la organización del Comité Olímpico Internacional de Francia a Suiza, donde sigue en la actualidad. Esta decisión sirvió para consolidar el Movimiento Olímpico y construir las bases del futuro.

El éxito del Olimpismo se vio quebrado en 1916 debido a la primera Guerra Mundial, Berlín no celebró su Olimpiada y las armas se impusieron al deporte. Tras el conflicto se reanudaron los Juegos y como consecuencia los países que habían estado en conflicto, Alemania, Austria, Hungría y Turquía no fueron invitadas a participar (Rodríguez, 2003).

En resumen, lo más destacado durante este periodo fue el afianzamiento de la reglamentación y la normativa olímpica, se

introdujeron rituales como la entrega de medallas, los carteles, el desfile, la bandera con los cinco anillos referente universal de simbolismo, el juramento olímpico acompañado de la llama y el traslado de la antorcha (Añó, 2003).

Durante este periodo de consolidación aumentó considerablemente la participación de los países y por lo tanto de los deportistas, se construían instalaciones independientes para la práctica deportiva, y empezaron a realizarse los Juegos al margen de las exposiciones universales. Fue una época en la que se crearon buena parte de las federaciones internacionales de deportes y los comités olímpicos nacionales⁵ (Añó, 2003).

Estocolmo 1912, vacío participativo en 1916, Amberes 1920, París 1924, Amsterdam 1928 y los Ángeles 1932 fueron las sedes organizadoras.

- Tercera etapa (1936-1964) La expansión de los Juegos Olímpicos: Berlín, Londres, Helsinki, Melbourne, Roma y Tokio.

El inicio de esta etapa esta marcada por los Juegos de Berlín de 1936 los cuales se adelantaron a su época, no solo por la monumentalidad de sus instalaciones, sino también por los éxitos deportivos, las marcas registradas, y sobre todo por el uso político que se realizó del evento por parte del régimen nazi. Un año después fallece Pierre de Coubertin sin habersele podido conceder el Premio Nobel de la Paz (Rodríguez, 2003).

⁵ Durante esta etapa se fundó el Comité Olímpico Español (COE), el 23 de noviembre de 1912 Durantez (2000).

Durante los años 40 los continuos conflictos entre países, hacen de ésta, una época muy dura de guerras y reconstrucción de Europa, provocando una oscuridad Olímpica de más de una década.

Tres años después de la segunda Guerra Mundial se celebran de nuevo unos Juegos Olímpicos. El COI, se encuentra ahora bajo la presidencia del sueco Sigfrid Edström, ex-atleta y organizador de Estocolmo 1912 (Rodríguez, 2003).

Las primeras Olimpiadas después del gran golpe provocado por la guerra fueron muy duras y estuvieron marcadas por la austeridad propia de una posguerra, el racionamiento de la alimentación, la ropa y las necesidades básicas de la vida diaria entre otras duras consecuencias.

El movimiento fue recuperándose poco a poco, aumentando la participación de los países, la construcción de grandes estadios, se mejoró la tecnología al servicio del evento. Por primera vez la filmación de los Juegos se realizó en color, se consiguió el plurilingüismo informativo y empezaron a realizarse grandes inversiones económicas para la realización de los Juegos.

Los gobiernos comienzan a aprovecharse políticamente del deporte, descubren un filón tras la organización y la realización de un evento deportivo de esta envergadura. Como dato de gran importancia se produce una rigidez normativa en el mantenimiento de la regla del amateurismo.

Berlín 1936, no se celebraron en Tokio 1940, no se nombró sede para 1944, Londres 1948, Helsinki 1952, Melbourne 1956, Roma 1960 y Tokio 1964 fueron las sedes organizadoras.

- Cuarta etapa (1968-1980) La universalización de los Juegos Olímpicos: México, Munich, Montreal y Moscú.

En esta época se consolida el Movimiento Olímpico debido al aumento económico de los años 60, la generalización de la práctica deportiva y evidentemente a la ausencia de grandes conflictos bélicos a nivel mundial.

Tal y como afirma Año (2003), los acontecimientos más importantes durante todo este periodo empezaron con los Juegos de México 1968, donde por primera vez la televisión retransmitió en directo el evento vía satélite. Se compitió en altitud (2000 metros sobre el nivel del mar) lo cual influyó en la mejora de las marcas en algunas especialidades. Se produjeron modificaciones en el material de las pistas y fueron los primeros juegos que empezaron a verse reivindicaciones tanto sociales como políticas conscientes del impacto que provocaban.

Las celebraciones de los Juegos durante este periodo estuvieron marcadas trágicamente por desapariciones, actos terroristas, boicots e incluso ausencia de participación de países.

En México (1968) una manifestación de estudiantes fue reprimida a tiros por el ejército en la Plaza de las Tres Culturas. En Munich (1972) un comando terrorista "Septiembre Negro" que exigía la liberación de presos palestinos, secuestra y asesina a 11 personas, entre deportistas y cuerpo técnico de Israel. Durante los Juegos de Montreal (1976) no hubo víctimas, ni sangre, pero el deporte sufrió un gran golpe a manos de la política, 24 países miembros de la OUA se retiraron. Hubo un conflicto de participación entre las dos

chinas comunista y nacionalista. Los deportistas de los países del este aprovechando su participación en las Olimpiadas huían del sistema comunista que gobernaba en sus naciones. Llegaron los Juegos de Moscú (1980) y en esta ocasión fue Estados Unidos quien aprovechando la situación política, y la intervención soviética sobre Afganistán, decidió no asistir a los Juegos seis meses antes del inicio de la competición y tras él, 58 países se sumaron al boicot.

Para Año (2003), todos estos acontecimientos marcaron un antes y un después en el planteamiento organizativo en torno a la seguridad de los Juegos Olímpicos. Este periodo será bautizado para la historia como el de las cuatro “M” (Rodríguez, 2003).

- Quinta etapa (1984-2000) La comercialización de los Juegos Olímpicos: Los Ángeles, Seúl, Barcelona, Atlanta y Sydney.

El periodo catastrófico se ampliaría hasta los Ángeles, en esta ocasión será la Unión Soviética quien devolverá el enorme boicot a la competición, palabras del presidente actual del COI, “...*Sin duda, el día más triste fue en Nueva York, cuando me comunicaron que la URSS había decidido boicotear los Juegos Olímpicos de los Ángeles*” (Rodríguez, 2003, p. 337). Estas fueron las primeras Olimpiadas del nuevo presidente.

Si Pierre de Coubertin fue un hombre clave en la restauración de los Juegos Olímpicos, otro hombre a destacar indudablemente es Juan Antonio Samaranch, presidente del Comité Olímpico Internacional desde el año 1980 (Moscú) al 2001, 21 años al cargo.

Asumió la responsabilidad de presidir el COI en un momento delicado, pues los Juegos estaban pasando por una situación muy difícil tanto a nivel político como social, se producían continuas reivindicaciones, pero sobre todo, existían graves problemas que afectaban al área de la seguridad.

El nuevo presidente J.A. Samaranch provocó un cambio radical en la reglamentación y las normas de los Juegos. Ese cambio era necesario desde hacía años pues el deporte no había evolucionado al mismo ritmo que la sociedad del momento. Eliminó la regla del amateurismo provocando la profesionalización de los deportistas y entre otras, promovió la participación de algunos sectores deportivos que estaban excluidos como el tenis (Añó, 2003). Además promulgó y promovió el patrocinio de las empresas privadas a un máximo nivel para poder vender los derechos de retransmisión de los Juegos Olímpicos a las televisiones, convirtiéndolo en un gran espectáculo.

Fue una época marcada por la utilización de las últimas tecnologías al servicio del deporte y todo ello tuvo una repercusión económica tan grande, que a día de hoy, no se presentan menos de 10 ciudades como candidatas para organizar los siguientes Juegos Olímpicos. Este fenómeno ha producido una extensión y una generalización mundial de la práctica deportiva que actualmente está incidiendo en todos los sectores de la sociedad.

Podemos añadir un sexta etapa, “la globalización de los juegos” que comenzaría tras los juegos de Sydney en el año 2000, donde en la ceremonia inaugural gracias a la Organización de Naciones Unidas, desfilaron conjuntamente las dos coreas. Juegos que tuvieron que

librar una gran batalla contra el dopaje. Finalmente en el año 2004, Atenas consiguió ser la siguiente sede tras perder la celebración de los Juegos del centenario frente Atlanta en 1996. Hubo una participación de 202 países y 10.625 deportistas, pero los Juegos estuvieron marcados por la intervención bélica de Estados Unidos en la Guerra de Irak. La delegación de Afganistán fue calurosamente recibida en el estadio olímpico ya que no participaba en unos Juegos desde la llegada del movimiento talibán al poder.

Por primera vez en la historia el país que alberga una quinta parte de la población mundial, China acogió unos Juegos Olímpicos en Pekín (2008). Se convirtió en el evento más caro de la historia olímpica con un coste de 41.000 millones de dólares, casi triplicó el presupuesto de su antecesor. La organización tuvo que enfrentarse a problemas políticos e ideológicos sumadas a las críticas en cuanto a su contaminación atmosférica. El recorrido de la antorcha olímpica estuvo marcado por las acusaciones de la comunidad internacional contra el régimen chino por las violaciones a los derechos humanos.

Tras la celebración de las Olimpiadas de Beijing 2008 en el continente asiático los Juegos Olímpicos vuelven a Europa, será la ciudad de Londres en el año 2012 la próxima organizadora. La ciudad de Madrid ha presentado por segunda vez consecutiva su candidatura para albergar esos Juegos, no pudo conseguirlo para el 2012 y tampoco podrá ser en el 2016 donde en esta ocasión los Juegos Olímpicos viajarán a la ciudad de Río de Janeiro, en el continente americano.

2.2.- Conceptualización de los eventos deportivos.

En este apartado describimos las características que definen a los eventos deportivos, conceptualizaremos los términos y describimos que clasificación se hace de ellos según diferentes autores.

2.2.1.- Introducción.

Tal y como afirmábamos anteriormente, la evolución del deporte está marcada por los acontecimientos y por las personas que surgen dentro de una sociedad en un momento determinado de la historia, pero dicha actividad va unida necesariamente a la interacción social de las personas que se reúnen para compartir sus experiencias, sus motivaciones, sus marcas, sus logros bajo el amparo de un evento.

Deporte y competición son dos términos que se compenetrán, y cuando subyacen entre sí se convierten en espectáculo, en una atracción con finalidad recreativa. Una forma notoria y pública de demostrar los logros deportivos es mediante la consecución de eventos deportivos, donde el deportista demuestra sus cualidades frente a un público cada vez más exigente.

Definiremos durante este apartado el concepto de evento deportivo y analizaremos que características debe cumplir la actividad deportiva dirigida al público para poder ser tratada como evento deportivo.

2.2.2.- Concepto.

Cuando utilizamos la palabra evento, debemos saber que cuenta con dos acepciones en su más puro estilo lingüístico, por un lado acaecimiento y por el otro eventualidad, es decir, dos términos relacionados y que definen perfectamente lo que se entiende por evento, un acontecimiento que puede suceder (Ayora, 2004).

La Real Academia de la Lengua Española define el término evento como suceso imprevisto de realidad incierta o contingente.

Desbordes y Falgoux (2006), utilizan la definición de Ferrand (1995) para hablar de evento como espacio donde se reúnen hombres y mujeres en una especie de celebración colectiva para asistir a un espectáculo deportivo o cultural.

Shone y Bryan (2001) definen los eventos en general como “fenómenos que surgen de ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, culturales, personales u organizativos establecidos de forma separada a la actividad normal diaria, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o retar la experiencia de un grupo de personas”. En la derivación de esta definición entendemos que uno de los objetivos que se desprenden de ella puede ser el deportivo, como lo es el ocio, cultural, personal u organizativo.

El evento es un hecho social que en la actualidad está poderosamente mediatizado, cuyo impacto en los diferentes estamentos públicos va asociado a la incertidumbre del resultado obtenido por los diferentes agentes al realizar una hazaña, una actuación o una competición.

Para Roche (2000) un gran acontecimiento (mega event) es un evento a gran escala incluyendo eventos comerciales y deportivos. Los define como “unos eventos culturales que tienen un carácter dramático, atractivos a la masa popular y de una significación internacional. Estos grandes eventos están organizados por combinaciones variables de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales nacionales o internacionales”, como en nuestro caso la competición objeto de estudio.

Los eventos se caracterizan por su nivel de dificultad relativo a la complejidad e incertidumbre que van asociados a ellos. Incertidumbre por la situación de duda inicial en la planificación del evento respecto al volumen de participación o al coste total. La complejidad de un evento hace referencia a su estructura organizativa. Estos dos aspectos son de gran importancia a la hora de conocer el desarrollo de un evento deportivo.

Siguiendo a Shone y Bryan (2001), podemos caracterizar los eventos por su unicidad, no repetitibilidad, intangibilidad, altos niveles de contacto personal o interacción, intensidad del trabajo y escala temporal limitada.

Año (2003, p.81) define evento deportivo como “*aquella actividad deportiva que cuenta con un alto nivel de repercusión social traducido en una fuerte presencia de los medios de comunicación y que genera por sí misma ingresos económicos*”. Esta definición es muy general, no habla del tipo de actividad, ni especifica el alcance de la presencia de los medios de comunicación ni de los ingresos, siendo estas tres variables determinantes a la hora de definir o clasificar un evento deportivo. En esta definición podemos

incluir múltiples acontecimientos deportivos y por ello se hace necesario a la hora de conceptualizar dichos eventos delimitar las características o requisitos que deben cumplir.

De acuerdo con Añó (2003), una actividad deportiva se convierte en evento deportivo si cumple estas ocho características:

1. Repercusión social.
2. Nivel amplio de asistencia de público.
3. Presencia de los medios de comunicación.
4. Audiencia televisiva.
5. Tipo de deporte.
6. Dificultad de la práctica.
7. Patrocinadores.
8. Ingresos propios.

Las cuatro primeras características son interdependientes pues si hay público que asista al evento, este tendrá repercusión social, esa repercusión hará que los medios de comunicación se interesen por el evento y por lo tanto ello repercutirá sobre la audiencia televisiva. Sin embargo, de manera frecuente encontramos deportes con cierta repercusión social y presencia de los medios de comunicación que no cuentan con un alto nivel de asistencia de público, por ejemplo deportes como el balonmano, el voleibol, el jockey, la natación y en casos más extremos las actividades subacuáticas o el montañismo que difícilmente se realizan ante público (Añó, 2000).

Si analizamos las siguientes características que debe cumplir un gran evento deportivo, es decir, el tipo de deporte y la dificultad de su práctica, de acuerdo con Añó (2003), bien cierto es que cuanto más difícil sea un deporte menos practicantes tendrá y por tanto menos seguidores.

Finalmente y como consecuencia de las características anteriores los dos últimos factores determinan el alcance del acontecimiento. El evento debe de contar con el patrocinio de la empresa privada o de compañías comerciales que buscarán esa notoriedad que ofrecen los eventos deportivos en beneficio de su empresa. A corto o largo plazo obtendrán beneficios directos o indirectos de los ingresos propios que genera el evento deportivo. Estas dos últimas características son las que llegan a convertir una actividad deportiva en un gran acontecimiento deportivo.



Figura 2.2.- Dimensiones de los eventos deportivos.

Fuente: Elaboración propia.

Así pues, podemos entender que de las características citadas anteriormente subyacen en las tres dimensiones que crean el concepto de evento deportivo: una dimensión psico-social, una dimensión deportiva propiamente dicha y una dimensión económica.

Tal y como apreciamos en la figura 2.2, para que una actividad deportiva llegue a considerarse evento deportivo debe contar en primer lugar con una dimensión psico-social, en la que incluiríamos aquellas características que propone Año (2003), es decir, que tenga una repercusión psico-social y por lo tanto amplia asistencia de público lo que conlleva interés por parte de los medios de comunicación y su consiguiente audiencia televisiva. En segundo lugar, una dimensión deportiva donde se dan cita las características que hacen mención al tipo de deporte y a la dificultad de su práctica. Y finalmente, los patrocinadores y los ingresos propios producidos por el evento formarían parte de la dimensión económica. Por lo tanto, para que una actividad deportiva se considere evento deportivo debe de cumplir con estas tres dimensiones.

2.2.3.- Clasificación de los eventos deportivos.

Para concluir con el apartado de conceptualización de los eventos deportivos es necesario realizar una clasificación de los mismos.

En la literatura encontramos diferentes juicios a la hora de realizar una ordenación de los eventos deportivos, estos, se podrían

clasificar teniendo en cuenta diferentes criterios y diferentes autores.

Por un lado, Gresser y Bessy (1999), utilizan como razonamiento y justificación la fecha de creación, su origen y temporalidad, los participantes, el medio, su modo de funcionamiento, la motricidad, la innovación, el público, los colaboradores y la mediatización para concluir en cinco tipos de eventos deportivos;

1. Grandes eventos deportivos internacionales.
2. Eventos deportivos nacionales.
3. Eventos de tipo espectáculo y show.
4. Las nuevas manifestaciones deportivas de masas.
5. Raids o retos de aventura.

Siguiendo a Roche (2000), los eventos deportivos pueden también clasificarse en base al mercado o a la audiencia a la que se dirigen, desde eventos internacionales, como los Juegos Olímpicos o la Copa del Mundo de Fútbol, a eventos dirigidos a una comunidad local, como un campeonato local de petanca, pasando por eventos a nivel regional, como los Juegos Panamericanos o a nivel nacional como un campeonato nacional de gimnasia. Esta clasificación según Roche (2000), incluye también el concepto de gran acontecimiento que el denomina *mega event*.

Desde la perspectiva organizativa, los eventos y concretamente los eventos deportivos, pueden ser organizados por una tipología variada de organizaciones, tales como organismos nacionales

deportivos, clubes, asociaciones, federaciones, empresas, instituciones educativas, etc. (Graham, 2001).

En la misma línea que Graham (2001), según la diversidad de los organizadores de eventos en el sistema deportivo francés, Desbordes y Falgoux (2006), concluyen en cuatro tipos de eventos teniendo en cuenta que tipo de organización realiza el evento;

1. Eventos organizados por proveedores de servicios públicos, principalmente por federaciones, el caso de Roland-Garros.
2. Eventos organizados por proveedores privados, el Tour de Francia ciclista o el París-Dakar, como ejemplos más claros.
3. Eventos de alcance extraordinario que depende de una entidad pública pero tienen el respaldo de entidades privadas, Juegos Olímpicos, Copa del Mundo de Fútbol.
4. Eventos organizados por una asociación, el encuentro de atletismo del Estadio de Francia.

Llegar a realizar una clasificación de los eventos deportivos es tarea ardua y difícil debido a la existencia de gran cantidad de deportes y dentro de cada uno de ellos modalidades y actividades muy diversificadas. Para llegar a tal fin, en primer lugar realizaremos una clasificación general en función de su organización y concluiremos con una más concreta atendiendo a los diferentes tipos de acontecimientos deportivos según el modelo utilizado por Año (2003).

Atendiendo a su organización existen dos grandes grupos de eventos deportivos:

En primer lugar las actividades con carácter puntual, que son aquellas que se organizan esporádicamente aunque se repitan todos los años y por las mismas fechas. Es posiblemente, el grupo con mayor número de actividades e incluye por ejemplo los maratones, las carreras urbanas, los grandes premios de ciclismo, motociclismo, atletismo y tenis (Añó, 2003).

En segundo lugar están las actividades permanentes, habituales y específicas de los grupos deportivos, actividades que se realizan con una periodicidad continuada a lo largo del año, cada fin de semana o incluso entre semana. Los encuentros de cualquier modalidad deportiva que se celebran semanalmente o los servicios que ofrece un gimnasio, son un ejemplo de ellos debido a que su frecuencia es continuada.

Todas estas actividades que se realizan de modo puntual o permanente, aunque son consideradas actividades deportivas no son eventos deportivos, para poder ser tratados como tales deben cumplir los requisitos enunciados en el apartado anterior cuando tratamos el concepto de evento deportivo.

Una primera clasificación realizada por Añó (2003), englobaría los catorce tipos de eventos deportivos que existen a su parecer ordenados de menor a mayor en función de su complejidad organizativa, esta clasificación podemos observarla en la figura 2.3. A su vez, realiza una segunda clasificación más concreta en cuatro subgrupos a los cuales denomina, los eventos puntuales, los

eventos puntuales extraordinarios, los puntuales de gran impacto y los habituales.

- | TIPOS DE EVENTOS DEPORTIVOS | |
|-----------------------------|--|
| 1. | Carrera Populares. |
| 2. | Maratones. |
| 3. | Exhibiciones / competencias amistosas. |
| 4. | Partidos de Liga. |
| 5. | Partidos de Copa. |
| 6. | Campeonatos de España. |
| 7. | Finales de copa / play off. |
| 8. | Finales y salidas de etapa ciclistas. |
| 9. | Fase clasificación campeonatos Mundo / Europa. |
| 10. | Torneos o grandes premios. |
| 11. | Torneos preolímpicos. |
| 12. | Juegos Regionales (Mediterráneos, Asiáticos...). |
| 13. | Campeonatos de Europa / Mundo. |
| 14. | Juegos Olímpicos. |

Figura 2.3. Tipología de los eventos deportivos.

Fuente: Organización y gestión de actividades deportivas. Los Grandes Eventos. (Añó, 2003).

Los eventos de carácter puntual, albergarían espectáculos de un nivel de complejidad bajo, estos se celebran una vez al año o en ocasiones ni tan siquiera tienen esa continuidad. Entre ellas existen diferencias respecto al nivel de complejidad en su organización, cantidad y calidad de la participación y movilidad de los medios de comunicación, aspectos que también tiene en cuenta Shone (2001). En este grupo se incluyen las carreras populares, las maratones y algunos grandes premios.

Los eventos con carácter puntual extraordinario, son aquellos donde el nivel de complejidad puede ser medio o máximo, estamos hablando de las fases clasificatorias de los campeonatos de Europa o del Mundo, los Juegos Mediterráneos y algunos campeonatos del Mundo de ciertos deportes.

Al tercer tipo de eventos deportivos, Añó (2003) los denomina puntuales de gran impacto, en el que se encuentran los Juegos Olímpicos y el Campeonato del Mundo de Fútbol, pues son los eventos que más público y medios de comunicación atraen. Por lo tanto su complejidad organizativa es máxima.

Finalmente, se encuentran los eventos habituales donde el nivel de complejidad es medio su organización estará en función del deporte que se practique, del prestigio de los equipos que se enfrenten y la repercusión mediática que pueda tener. A pesar de la complejidad y de las dificultades que puedan surgir tanto de infraestructura como de organización, son sistemas rutinarios porque las competiciones se celebran cada dos semanas aproximadamente y todo el personal implicado está habituado a una tarea concreta (Añó, 2003).

Dentro de este grupo de eventos deportivos habituales incluiríamos a los partidos de liga regular de fútbol profesional, los partidos en función de los emparejamientos producidos para disputar el título de la copa del Rey, campeonatos de España y finales de copa/play off.

2.3. La organización de los eventos deportivos.

Tal y como comentábamos anteriormente, los eventos se caracterizan por el nivel de complejidad e incertidumbre debido a la duda inicial en la planificación respecto al volumen de participación o al coste total y en lo relativo a la complejidad de la estructura organizativa. Dependiendo del grado de complejidad, según Shone y Bryan (2001), el comité organizador del evento requiere de sus componentes la aplicación de distintos niveles de gestión y la satisfacción de distintas demandas.

2.3.1.- Introducción.

De acuerdo con Desbordes y Falgoux (2006), cada evento es único, y por lo tanto, provoca una organización específica.

Siguiendo a Shone y Bryan (2001) los eventos se caracterizan por su unicidad, significa que no son actividades rutinarias y que cada evento es diferente a otros, aunque pueda tratarse de un mismo tipo de evento. Por ejemplo, aunque los campeonatos mundiales de atletismo siguen unas mismas pautas de organización, una edición difiere de la otra por el lugar de celebración, el número de participantes, las fechas de realización, etc. Lo mismo que acontece con la competición objeto de estudio.

Los eventos son irrepetibles, no podrán repetirse de la misma forma en posteriores ediciones a pesar de ser organizada por la

misma entidad y utilizar la misma imagen corporativa (Shone y Bryan, 2001).

El diseño y la organización de un evento deportivo debe de ser original según Desbordes y Falgoux (2006), el acontecimiento debe de ir motivado por un hilo conductor que habrá de seguirse durante toda la competición, realizando estudios tanto del público como de nuestras competencias con el fin de conseguir un posicionamiento claro de nuestra estrategia de marketing.

Presupuesto preventivo, cálculo de ingresos, comité de dirección, plan de acción, planning, áreas de gestión, especialistas, son algunos de los términos que indudablemente debemos de analizar si pensamos en la organización de algún tipo de evento, pero en el caso de planificar el desarrollo y la consiguiente consecución de un evento deportivo, deberemos tener en cuenta muchos otros aspectos que analizaremos con más detalle durante el presente apartado.

Tal y como afirman Gursoy y Kendall (2006), para que el desarrollo de un gran evento sea acertado todas las personas y responsables que girarán entorno a su consecución, el gobierno local, los responsables políticos, el comité organizador deben de sentir el apoyo de toda la comunidad hacia el proyecto presentado. Es de vital importancia, sentir la ayuda a su vez de todos los grupos integrados en la comunidad que deben sentirse parte de la experiencia.

En resumen, durante el presente apartado enumeraremos y hablaremos de las fases que componen un evento deportivo y

finalmente concluiremos analizando cada una de las áreas de organización y gestión que se deben formar a la hora de organizar dicho evento.

2.3.2.- Fases de los eventos deportivos

Los eventos tienen una escala temporal fija, con unas fechas de inicio y finalización establecidas y no modificables. Esta limitación temporal afecta tanto al ámbito organizativo durante las fases de planificación y organización del evento como a la celebración del mismo.

Tal y como afirma Cerezuela (2003), si tomamos como ejemplo el caso de los Juegos Olímpicos, el evento dura únicamente 15 días pero el proceso se inicia aproximadamente 10 años antes de la celebración del evento, con la preparación y presentación de la candidatura al Comité Olímpico Internacional. Durante los 6 años previos a los Juegos, desde el momento de la nominación hasta el día de la ceremonia de inauguración, se llevan a cabo las fases de planificación y organización. Los 15 días de celebración de los Juegos corresponden a la implementación del evento, y posteriormente, encontramos la fase de cierre, de liquidación e impacto de los Juegos.

Desde que una ciudad conoce que va a ser sede para la realización de un evento deportivo hasta que este se celebra, Añó (2003) propone un planteamiento de análisis temporal dividido en seis fases bien diferenciadas que pasamos a comentar;

1. Fase Preliminar. Presentación de la candidatura.

Durante la fase preliminar se producen las primeras reuniones entre las personas que creen viable un proyecto de esta envergadura (todavía no hay necesidad alguna de hacerlo público), con el fin de elaborar la candidatura y la campaña previa a la concesión de un evento deportivo. Esta primera reunión, en muchas ocasiones se quedará en eso, en una elaboración de candidatura, ya que es probable que no se pase de ahí, por lo que los objetivos deben plantearse pensando que eso puede ocurrir.

Cuando el planteamiento para presentar la candidatura es firme y definitivo se comenzará con la campaña de difusión, conocimiento y presentación del evento en sociedad. Entra en juego por tanto, la etapa de diseño y creación de una estrategia de marketing, vital para el éxito del evento (Desbordes y Falgoux, 2003). Esta dependerá de los medios de los que disponga la organización, por lo que está íntimamente ligado a la siguiente fase.

2. Fase de concesión y formación del comité.

Inmediatamente después de haberse concedido el evento lo primero que se formará será el Comité Organizador, tarea que no es nada fácil, pues en numerosas ocasiones los cambios políticos influyen de forma determinante en la pronta elaboración del Comité, esto ocurrió durante los Juegos Mediterráneos Almería 05 (Año 2003). El Comité Organizador del 12º Campeonato del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia tuvo una pronta definición, pero comenzó a trabajar muy lentamente.

Tras la elaboración del Comité Organizador, este se pone en marcha a través de diferentes fórmulas jurídicas según el evento

deportivo y la ciudad sede que lo organiza. El citado Comité se conforma de diferentes maneras. En Barcelona 92 se constituyó una empresa de capital público denominado COOB 92 S.A., con representación del Ayuntamiento de Barcelona, la Administración Central, la Generalitat de Cataluña, la Diputación de Barcelona y el COE. En el Campeonato del Mundo de Atletismo en Sevilla 99, el Comité Organizador estaba integrado por las cuatro instituciones públicas (Central, Autonómica, Provincial y Municipal) y la RFEA. En el caso de los XV Juegos de Almería 05 se formó una asociación sin ánimo de lucro integrado por las cuatro Administraciones Españolas, el Comité Olímpico Español (COE), y dos Ayuntamientos de las seis subseces que existieron (Añó, 2003). Durante el 12º Campeonato del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia, objeto de estudio del presente trabajo, el comité organizador estuvo formado por la Federación Internacional de Atletismo (IAAF), el Ayuntamiento de Valencia, la Diputación de Valencia, la Real Federación Española de Atletismo (RFEA) y la Federación Valenciana de Atletismo (FVA).

Tal y como hemos comentado anteriormente, en España, a la hora de organizar un evento suelen intervenir conformando el comité organizador las diferentes administraciones (estatal, autonómica, provincial y municipal), algo que no es nada habitual en los países europeos donde la organización de los eventos pasa por las federaciones de dicho deporte y son las administraciones quienes subvencionan el evento y sufragan los gastos de infraestructura (Añó, 2003).

Al margen de que organismos pertenezcan al Comité Organizador, la más importante misión tras estar éste operativo es la elaboración del Plan Director, la aprobación de los presupuestos y los programas a desarrollar en todas las áreas de gestión. La importancia del presupuesto así como su reparto tendrá que ver con la envergadura y el tipo de evento (Desbordes y Falgoux, 2006).

3. Fase de planificación.

Durante la fase de planificación habrá que distribuir las competencias entre las diferentes áreas y sobre todo la captación de recursos, pues estos primeros ingresos van a ser el motor de arranque del Comité Organizador ya que las subvenciones y los ingresos producidos por el evento llegarán mucho más tarde, en ocasiones, tras este haber concluido.

Tal y como afirma Desbordes y Falgoux (2006, p. 56), “los ingresos se obtienen gracias a las subvenciones públicas, a los derechos de contratos, al bar, al merchandising, a la venta de entradas, a los derechos de televisión y por supuesto, a la ayuda de los colaboradores privados.”

Debido al enorme coste que conlleva la elaboración de un gran evento deportivo y al personal necesario para su correcta realización, otro de los aspectos que determinarán la consecución de la competición será la captación del personal voluntario, pues sin su entrega y “desinteresada” dedicación, no sería posible la realización de ninguno de estos grandes eventos.

Los planes y programas que se realicen en un primer momento deberán ser flexibles y con posibilidad de readaptación, pues en la medida en que avanza el desarrollo de la elaboración del evento, inevitablemente sufrirá alteraciones y cambios debido a su naturaleza variable.

Tal y como afirma Año (2003), la planificación del evento es de vital importancia pues un error de cálculo en reservas hoteleras o en la construcción de posibles instalaciones deportivas será insalvable durante la competición, no así, los errores en el transporte, en el material fungible o incluso en el personal, que podrían ser modificados en su caso durante el desarrollo del evento.

Durante la planificación todas las áreas deben estar siempre comunicadas y comprometidas entre sí, pues se complementan y se necesitan las unas a las otras. Es vital para el buen funcionamiento del evento que se trabaje en equipo y con un compromiso único, la perfecta ejecución del proyecto asumido.

4. Fase de Ejecución

La fase más importante y clave de cualquier organización de evento será ésta, pues en ella se van a establecer las bases de lo que posteriormente va a ocurrir.

Se pondrán en marcha durante este periodo de tiempo la construcción de instalaciones, la promoción del evento e incluso la organización de eventos deportivos similares al que se va a realizar, pero en este caso serán de menor envergadura. Éstos nos servirán

para poner a prueba tanto la instalación como la propia organización del evento, el personal, material, transporte, etc.

Ejemplo de ello, fue el Campeonato de España de atletismo realizado 20 días antes del mundial en Sevilla 99 en medio de las obras y sin estar totalmente terminado el estadio (Añó, 2003).

Previo a la competición que analizamos durante el presente trabajo y como ejemplo de lo comentado anteriormente, en la misma instalación se realizaron dos competiciones de las mismas características. El 9 de Febrero de 2008 la 7ª Reunión Internacional de atletismo Ciudad de Valencia y dos semanas después, el 23 y 24 de Febrero, el 44º Campeonato de España de atletismo en pista cubierta, ambas fueron solicitadas y realizadas con el fin de poner a prueba al personal, el material, la instalación, el sistema de acreditación, la seguridad, las comunicaciones y todo el engranaje organizativo que debería funcionar a la perfección dos semanas después, el 7,8 y 9 de Marzo durante el Campeonato del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta, celebrado en el Velódromo Luís Puig de Paterna en Valencia. Las dos competiciones realizadas previas al evento de gran envergadura sirvieron para que en esas dos semanas antes de la competición se pudiera en la medida de lo posible, corregir todas aquellas faltas y errores cometidos en cada una de las áreas que albergaban la organización del evento.

5. Fase de realización del evento.

Durante esta fase se lleva a cabo la realización del evento, se ejecutan por lo tanto todas las tareas que se han estado programando a veces durante años.

Todo puede estar documentado y escrito en el Plan Director, e incluso se puede tomar como referencia memorias de eventos anteriores, pero hasta el momento en que no se pone en marcha el evento programado no se experimentarán las carencias que este pueda tener. No siempre se cuenta con el ejemplo de ediciones anteriores pues la organización de dicho evento no realizó una memoria de lo ocurrido, tal vez dicha memoria no aporta los datos necesarios y estos posiblemente no son válidos para la sede, país o edición posterior.

Los eventos son entes vivos, cambiantes, con múltiples variantes y posibilidades, por lo que será muy importante la experiencia y la capacidad de reacción que tengan sus organizadores en el momento en que surjan las complicaciones para poder resolverlas lo antes posible, pues estas son inevitables, y la experiencia nos dice que no existe el evento perfecto. “Por muy minuciosa que haya sido la fase anterior, la incertidumbre cero no existe. Esta etapa requiere un estado de alerta constante y hay que respetar muchas formalidades si se quiere afrontar con rapidez los imponderables” (Desbordes y Falgoux, 2006, p. 38).

6. Fase de liquidación del comité y de existencias.

Tras la finalización del evento los deportistas han conseguido sus marcas, sus medallas y ya preparan la próxima competición. El público asistente vuelve a casa satisfecho o

descontento pero todavía queda trabajo para el Comité Organizador, deben cerrar muchos aspectos y generalmente la mayoría tienen que ver con el presupuesto. Deben hacer balance de los gastos, y las empresas deben presentar las facturas, por lo que existe un periodo de relajación por parte de los miembros de Comité.

En eventos como el Mundial de Atletismo Sevilla 99, el Comité Organizador se disolvió a finales del 2001 pero creó una comisión legisladora que desapareció totalmente en el año 2005 (Año 2003).

Lo normal es que los eventos se cierren varios años después de celebrarse por lo que es muy importante establecer las previsiones necesarias, sobre todo a efectos económicos para poder cubrir ese periodo.

Con el fin de que se produzca un cierre ordenado deben tenerse en cuenta las existencias y los bienes, su liquidación y su venta, la publicación de la memoria oficial del evento y tras la aprobación de la liquidación económica, la disolución del Comité Organizador (Año, 2003).

2.3.3.- Áreas de Gestión.

Todos los aspectos que rodean la consecución y el desarrollo del evento deportivo deben de estar enmarcados en alguna de las áreas de organización con el fin de que ninguno de estos aspectos se escape de ser planificado.

Al frente de cada área debe de existir un responsable con experiencia y cualificado, y por debajo de ella tantas subáreas como se precisen con el personal que sea necesario o se crea oportuno.

Para Ayora y García (2004), la organización de un evento deportivo debe estar subdividido en cinco áreas de gestión las cuales podrán agruparse o extenderse en función de nuestras necesidades. Estas áreas a las que hacen referencia los autores son, el área de marketing, el área económico-jurídica, el área logística, el área de infraestructuras y finalmente el área técnica. Cada una de ellas con sus apartados y secciones necesarias. “No deben existir diferencias notables entre ellas a la hora de distribuir los trabajos, las funciones, las personas, las responsabilidades e incluso las remuneraciones” (Ayora y García, 2004, p. 53).

En cambio, según Desbordes y Falgoux (2006), las áreas de gestión varían de un evento a otro. Presentan un modelo organizativo basado en seis áreas que realizan diferentes funciones, la función administrativa y financiera, la función legislativa y de seguridad, la función de comunicación y de los medios de comunicación, la función comercial y patrocinio, y finalmente la función logística y deportiva.

Con el fin de conocer lo ocurrido durante el evento objeto de estudio, si analizamos las áreas de gestión creadas para desarrollar el evento debemos comentar que para el 12º Campeonato del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia, el Comité Organizador distribuyó las funciones de organización de este gran evento deportivo en doce áreas: administración, alojamiento, instalaciones, logística y servicios corporativos, marketing, prensa

y TV, promoción, protocolo, seguridad, técnica, transportes y oficina, con su correspondiente responsable o responsables de área, que a su vez contaban con adjuntos y por debajo de ellos responsables dentro del conjunto del voluntariado.

De acuerdo con Añó (2003), y siguiendo el ejemplo del Campeonato del Mundo de atletismo al aire libre celebrado en Sevilla 1999, la distribución de las áreas de gestión que organizaron el evento fueron:

1. Logística; voluntarios, servicios médicos y acreditaciones.
2. Alojamientos y transportes.
3. Medios de comunicación; medios de comunicación, publicaciones y ceremonias.
4. Área Técnica-deportiva; competición, pruebas exteriores, jueces e instalaciones.
5. Marketing; patrocinadores, merchandising y calle de ocio.
6. Régimen interior; obras menores, aprovisionamientos, seguridad e informática.

Cada área o macro área se subdividirá para poder abarcar cada una de las acciones que debe acometer, y poder así organizar con éxito todo lo que acontece a cada una de ellas.

En el caso de los alojamientos y transportes como su nombre indica deben hacerse cargo de la atención de los asistentes al evento, equipos, periodistas, dirigentes, personalidades, etc. Un buen alojamiento, una buena recepción, un buen traslado y atención,

quedará en el recuerdo tanto o más como los logros alcanzados durante la competición.

Debe de existir un servicio de transporte continuo para los deportistas, periodistas y personal de organización, ya que las personalidades del mundo del deporte y autoridades deben contar con vehículos privados con chófer o autobuses en el caso de acudir a actos sociales colectivos.

El área de logística tal y como afirma Añó (2003), incluye a los servicios médicos (los cuales estarán presentes en todos los eventos obligatoriamente), además de las acreditaciones (importantísimas para identificar con seguridad a todo el personal que gira entorno al evento), pero sobre todo, la selección y formación de los voluntarios (personal imprescindible para la celebración de un gran evento) cuyo número no debe exceder el necesario pues entonces se convertiría en un problema. Un ejemplo de ello ocurrió durante la celebración de los Juegos Mediterráneos 2001 en Túnez donde se inscribieron multitud voluntarios que carecían de formación. Lo mismo ocurrió en los Juegos Olímpicos de Atalanta 96, los cuales serán recordados tanto por los problemas del transporte como por los éxitos deportivos (Rodríguez, 2003).

En cuanto al área técnico-deportiva, su labor es la más externa, la más visual, es lo que los espectadores perciben en televisión. Se encarga de todo lo relacionado con los aspectos deportivos; sedes, horarios, calendario, material, etc. Es un área muy concreta y con unos esquemas de funcionamiento muy precisos, marcados por la reglamentación de cada deporte (Añó, 2003).

Dentro del área de régimen interior hay que destacar la labor que realizan los servicios de seguridad que están organizados en función de las dimensiones del evento, es decir, si la celebración es un Campeonato del Mundo o unos Juegos Olímpicos la seguridad corre a cargo de las Fuerzas de Seguridad del Estado que marcan las pautas de la organización, pero si el evento es de menor envergadura suele ser una empresa privada la encargada de velar por la seguridad de la competición. En la competición que nos acontece, para el Cpto. del Mundo de atletismo, se creó un grupo de seguridad específica para el evento, el cual estaba dirigido por los efectivos de los cuerpos de seguridad del estado y de la administración local, policía nacional y policía local, junto con una empresa de seguridad privada. La competición coincidió con fechas electorales por lo que se le consideró como elemento de riesgo.

Por último, no podemos dejar de comentar una de las áreas que siempre se englobaba o subdividía dentro de otra área pero que cada vez conforme avanzan las nuevas tecnologías aplicadas tanto al deporte como a la comunicación, está cobrando una gran importancia, la informática y las telecomunicaciones que con la aparición de las paginas Web han venido a cambiar el esquema de funcionamiento informativo de los grandes acontecimientos. Así se entendió a la hora de organizar los XV Juegos Mediterráneos de Almería (Añó, 2003), y el 12º Campeonato del Mundo IAAF de Atletismo en pista cubierta de Valencia.

2.4.- Los eventos y la práctica deportiva.

Los grandes eventos deportivos tienen una repercusión inmediata en el aumento de la práctica deportiva, lo uno va íntimamente relacionado con lo otro, y más aún, si se producen éxitos deportivos durante la realización de dicho evento.

Tal y como afirma Añó (2003), sabido es, que tras cada edición Olímpica aumentan las personas, sobre todo niños y jóvenes, interesados en practicar alguno de los deportes en los que se han visto identificados durante la retransmisión o asistencia al evento. Si ir más lejos las licencias de atletismo en toda España aumentaron considerablemente en el año 2000 tras el éxito cosechado durante el Campeonato del Mundo atletismo al aire libre de Sevilla 1999 (Añó, 2003).

Desde que en Valencia se construyó el Circuito Ricardo Tormo con la intención de albergar el campeonato del mundo de motociclismo, tanto la afición como la práctica deportiva de dicho deporte ha aumentado considerablemente, tan solo hay que ojear el actual calendario de la instalación para comprobar que se desarrollan competiciones de todo tipo de deportes relacionados con el mundo del motor. Son en este caso; la Cuna de Campeones de Bancaja, la Escuela de Karting Profiltek, competiciones territoriales de motociclismo y automovilismo, el campeonato de España y del Mundo de Velocidad, el campeonato del mundo de GP2 series y eventos abiertos al público como los entrenamientos de Formula 1 o Le Mans Series entre otras. Todas ellas están

despertando tanto la práctica como la afición por el deporte del motor.

Así mismo, con la celebración de la 32ª y 33ª edición de la America's Cup teniendo a Valencia como sede se siguen creando escuelas de vela por toda la costa valenciana para poder dar servicio a la demanda de niños y jóvenes que quieren aprender y practicar no solo el deporte de la vela, sino todo tipo de actividades deportivas relacionadas con el medio acuático.

La vela es probablemente la disciplina deportiva que más ha crecido en la Comunitat Valenciana en los últimos cinco años. La celebración de la Copa de América en junio del 2007 y febrero de 2010 no solo abrió la ciudad de Valencia al mar, sino que también despertó el interés por la navegación a miles de personas que hasta entonces, apenas tenían nociones básicas de los deportes náuticos. Desde el 26 de noviembre de 2003 cuando Valencia fue designada como sede de la 32ª Copa de América, el crecimiento de la vela ha sido constante y en algunos casos, como durante el año de la competición, espectacular. Según los datos registrados por la Federación Valenciana de Vela de la Comunitat Valenciana, las licencias crecieron de 2006 a 2007 un 27%, y un 100% en lo que se refiere a los bautismos de mar. Durante el periodo de tiempo que ha durado la competición se han creado 6 nuevas escuelas de vela que por regla general se nutren de usuarios infantiles y jóvenes.

El hecho de que la celebración de un gran evento deportivo incida sobre la práctica deportiva, esta indudablemente relacionada con la gestión indirecta que los dirigentes políticos pueden hacer de dicho evento.

La Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia, espacio potencialmente cultural, y todo su entorno arquitectónico reúnen unas características especiales que la ciudad está aprovechando para fomentar la práctica de la vela en el momento en que Valencia se ha convertido en el espacio protagonista de dicho deporte. Sus piscinas están siendo escenario de exhibiciones y prácticas de navegación para niños y jóvenes con todo tipo de elementos y embarcaciones destinadas a ese fin. No sólo ha sido ese deporte el que ha podido aprovecharse de la instalación, pues en ella se han realizado hasta hoy competiciones de tenis, voley-playa y patinaje sobre hielo, inclusive la “Global Champions Tour” de hípica, competición que se celebra en diferentes capitales del mundo donde participan los caballos y jinetes de mayor prestigio internacional.

Pero no hay que olvidar, que la consecución de fines positivos está ligado al resultado del evento para los deportistas nacionales, ya que la repercusión mundial podría ser buenísima, la organización desempeñar una labor perfecta, pero si los deportistas de la nación de la cual es sede el evento no consiguen buenas marcas y con ello medallas, la sensación general que queda del evento es de fracaso (Añó, 2003). Por suerte, el desafío español, embarcación que representaba a la nación española en la 32ª edición de la Copa América, ha logrado por primera vez en su historia llegar hasta las semifinales de la Copa Luis Vuitton⁶, por esta razón, queda una satisfacción de trabajo bien realizado, tanto por parte del equipo,

⁶ Trofeo previo a la Copa América 07. En él se enfrentan 12 equipos desafiantes. El ganador de esta competición en modalidad de liguilla se enfrenta al vigente campeón, y defensor del título, el equipo suizo del Alinghi.

como de la organización y de las instituciones. No se puede decir lo mismo de los deportistas españoles durante el 44º Mundial de atletismo en pista cubierta, objeto de estudio de esta investigación, pues de ellos se esperaba una mejor participación.

Debido al aumento de la práctica deportiva, es el propio sector el que suele exigir un incremento de las subvenciones por parte de las instituciones públicas para mejorar y fomentar dicha práctica. Son las organizaciones deportivas, federaciones, y demás asociaciones las que deben aprovechar el momento de auge como consecuencia del evento, su repercusión publicitaria y la aparición continua de esos deportes en los medios de comunicación, para que en la medida de lo posible esos deportes, federaciones, clubes, asociaciones, no caigan en el olvido de la administración y consigan abastecerse de aquello que desgraciadamente les hace subsistir y dar un servicio diario, la subvención económica.

2.5.- Los eventos deportivos y la promoción turística.

Si revisamos en la literatura y realizamos un somero análisis de la evolución del turismo entorno al deporte, debemos echar la vista atrás, pues dicho término “turismo del deporte” comienza aparecer en Europa, concretamente en Francia a mediados de los años 70 (Pigeassou, Bui-Xuan y Gleyse, 2003). Sin embargo, Weed y Bull (2004), citan a los primeros juegos de Olimpia en el 776 a.C. como el ejemplo documentado más temprano del turismo del deporte, las concesiones recibidas por los atletas por participar les motivaban a

viajar. Los Juegos Olímpicos de la antigua Grecia atrajeron a más de 40.000 espectadores que viajaron de todas las partes del país. Durante este tiempo la mayoría de las ciudades en Grecia tenían su propio estadio. Sin embargo, las ciudades no contaban con las comodidades actuales, por lo que los turistas debían dormir en tiendas adecuadas para tal fin o en la mayoría de ocasiones a la intemperie (Weed y Bull, 2004).

Siglos más tarde de todo lo acontecido en la antigua Grecia, en los inicios del siglo XXI, el turismo deportivo es un negocio que mueve más de cuatro trillones de dólares cada año en todo el mundo, y uno de los segmentos que más ha crecido dentro del sector de los servicios en los últimos años, hasta alcanzar el 10% del total de los desplazamientos. Asistir a eventos deportivos en el extranjero, es una posibilidad muy atractiva para los turistas, deseosos de vivir nuevas y diferentes experiencias.

En relación al sector de los servicios, el turismo se ha convertido en una actividad económica muy significativa para numerosas regiones y ciudades (Eugenio-Martin, 2003), y en este caso, el turismo relacionado con el deporte y la actividad física es uno de los sectores de mayor crecimiento en la actualidad (Gibson, 1998). A día de hoy, en la sociedad actual, el turismo deportivo se encuentra entre las opciones más deseadas para ocupar el tiempo de ocio (Ritchie y Adair, 2004).

En los últimos años se ha invertido una tendencia tradicional en la manera en que las empresas retribuyen a su personal, pasando de ofrecer un salario fijo que alcanzaba hasta el 80% del total de la retribución, frente a un 20% variable, a ofrecer muchos más

incentivos que motiven al trabajador y le comprometan emocionalmente con la empresa. La relación de las compañías con sus clientes también está registrando nuevas tendencias, como son la búsqueda de proximidad y de contacto personal entre ambas partes para favorecer un entorno de confianza. En este sentido, una de las actividades que empieza a destacar en el entorno empresarial es el turismo deportivo, ya que permite vivir experiencias diferentes y emocionantes que unen a las personas que las comparten.

Tal y como afirma Thwaites (1999), los dos factores de mayor relevancia a los que se le puede atribuir el crecimiento del turismo deportivo durante las dos últimas décadas son, en primer lugar, el crecimiento general en la renta de los individuos, mejores y mayores posibilidades económicas, lo cual ha favorecido el aumento de consumidores de ocio y de actividades recreacionales. En segundo lugar, a principios de los años 80, las ciudades perciben que albergar un gran evento deportivo producirá un desarrollo, una evolución, una mejora y un crecimiento a corto plazo de la ciudad (Turner y Rosentraub, 2002).

Las grandes ciudades, ciudades con posibilidades y necesidad de crecimiento, están prestando mucha más atención a un sector en continuo desarrollo, el turismo deportivo. Están intentando atraer a los espectadores fieles de los grandes eventos deportivos, tales como, unos Juegos Olímpicos o un Campeonato del Mundo (Jones, 2001). Como comentábamos anteriormente, hasta los años 80 la organización de un gran evento deportivo se asociaba con una gran carga financiera y administrativa para la ciudad sede que lo

organizaba (Gratton, Dobson y Shibli, 2000). En la actualidad, este tipo de acontecimientos son componentes integrados en el turismo y en las estrategias de desarrollo económico de la gran mayoría de las grandes ciudades (Murphy, 1997) y evidentemente como una ayuda perfecta para promover la imagen de la ciudad a nivel mundial (Chalip, Green, y Hill, 2003).

El planteamiento pues de un gran evento, no debe centrarse únicamente ni en lo deportivo, ni en lo turístico, sino, a su vez debe de contar con un planteamiento promocional del país o una ciudad sede, ya que su repercusión socioeconómica está más que probada. El ejemplo lo tenemos en la transformación con carácter positivo que sufren las ciudades sedes que logran conseguir uno de esos anhelados eventos.

Debemos de tener en cuenta que la mayoría de los espectadores de un evento deportivo vienen con la intención de disfrutar tanto de la competición como de la ciudad. No vienen a trabajar, sino a ocupar su tiempo de ocio, en este caso de vacaciones, “vacaciones deportivas con mucho tiempo para ocupar fuera del horario de las competiciones” (Añó, 2003, p. 201).

Por lo tanto, no nos podemos olvidar de los periodistas, los técnicos e incluso los deportistas y las personalidades VIP que a pesar de tener actividades, a parte por su condición disponen de bastante tiempo que dedicarán a visitar la ciudad, a participar en sus actividades, en su oferta cultural y foral y en sus fiestas populares si las hubiera. Por todo ello, tal y como comenta Añó (2003), deben de sentirse arropados, como en casa, en un ambiente cálido y acogedor, con una amplia gama de visitas y actividades atractivas

que puedan realizar. Para conseguir este clima es necesario el apoyo y la colaboración de todos, los ciudadanos de a pie, que serán quienes harán agradable su estancia, camareros, hoteleros, autoridades y por supuesto el propio Comité Organizador, con el fin de que difundan su bienestar, su agrado con las gentes y con la ciudad para que en un futuro cercano regresen aumentando de esta manera el turismo de la ciudad (Añó, 2003).

Todo evento deportivo de gran envergadura produce un fuerte impacto sobre la imagen de la ciudad y esto es debido principalmente a dos factores, por un lado el turismo y por otro la continua aparición en los medios de comunicación de la ciudad sede, sobre todo en la televisión y a día de hoy, ganando espacio en Internet. La publicidad gratuita que obtiene, antes, durante y en ocasiones después de la consecución del evento fomenta el conocimiento externo de la ciudad a nivel nacional o internacional en función del nivel de la competición.

El deporte precisa de los dos grandes sectores, el hotelero y los medios de comunicación, pero son los medios los que han colocado al deporte en el lugar en el que está, son quienes a la postre dignifican o destruyen la imagen de las organizaciones, de las sedes o de los propios deportistas.

Producen tal divulgación sobre el acontecimiento que como repercusión publicitaria pueden mejorar la imagen de la sede organizadora a nivel mundial.

Un ejemplo de la importancia que pueden tener unos Juegos Olímpicos desde el punto de vista de la comunicación lo marca la

elección de la mascota. Este elemento será un icono identificativo del acontecimiento, funcionará como seña de identidad, como la imagen corporativa de una empresa y le hará aparecer en los medios de comunicación en el momento que se conozca, tanto a nivel nacional como internacional, será el símbolo de la competición que el público identificará con el entorno y la cultura del lugar donde se realice el gran evento (Añó, 2003). A su vez, sirve para potenciar la imagen de la ciudad o país organizador al instrumentar signos de su pasado, de sus costumbres o de su vida cotidiana.

De ella, de dicha mascota, dependerá en gran medida las sensaciones que el público pueda experimentar tras conocerla, pues el turismo será uno de sus grandes consumidores y propagadores de este elemento a nivel internacional.

Debido a todos los factores comentados, debemos concluir diciendo que la organización y posterior realización de grandes eventos deportivos, producen paralelamente una promoción turística de la ciudad sede que repercutirá positivamente en su posterior desarrollo produciendo un impacto económico del que seguidamente hablaremos.

2.6.- El impacto económico de los eventos deportivos.

La importancia del deporte en la actualidad ha superado el ámbito social, el económico y mueve incluso los engranajes del político, superando lo relativo a su práctica. Albergar un gran evento

deportivo se ha convertido en una lucha por conseguir y generar los beneficios que directa e indirectamente se producen a corto y largo plazo en la ciudad sede. Razones como esta conducen a los poderes políticos disputarse la organización de este tipo de eventos, a pesar de que en ocasiones el impacto que aseguran producir está influenciado por otros intereses que giran entorno a él.

De acuerdo con Pedrosa y Salvador (2003), evaluar la incidencia económica que supone el deporte es una labor compleja y una tarea nada fácil, tanto por la falta de rigor y precisión conceptual existente al respecto como por la abundancia de flujos reales y financieros.

Para Heineman (1994), la concepción del deporte varió sustancialmente en los años 90. Se tomó al deporte como un elemento de consumo al igual que en la actualidad, y como consumo debe ofrecer diferentes productos, tales como la práctica en los centros deportivos, la ropa y el material necesario, las infraestructuras necesarias para su práctica, pero en especial, el deporte como espectáculo que es una parte importante de la oferta de distracción, objeto económico muy atractivo en el mercado de bienes (Heineman, 1994).

La organización de estos grandes espectáculos o eventos deportivos, ya sea un Campeonato del Mundo o unos Juegos Olímpicos, aporta beneficios socioeconómicos tanto a corto como a largo plazo. Es tal su repercusión, que existen verdaderas disputas por presentar su candidatura incluso dentro de un mismo país, un ejemplo claro lo tuvimos en España, dos ciudades como Jaca y Granada presentaron su candidatura para organizar los Juegos de

Invierno 2010, finalmente el COE decidió que fuera Jaca la candidata a presentarse como sede en representación de la nación.

Debido a los análisis realizados tras la finalización de un gran evento deportivo y la memoria aportada por el Comité Organizador junto con la experiencia de anteriores competiciones, Añó (2003) establece unos criterios donde muestra que los beneficios económicos son notables.

En primer lugar, la consecución de un gran evento deportivo produce la construcción o remodelación de instalaciones que luego servirán para el uso y disfrute del ciudadano, estas instalaciones por lo general son deportivas, pero de no ser construidas para albergar un gran evento tardarían mucho tiempo en concederse o nunca se construirían.

Tras lo Juegos Olímpicos de Barcelona 92 el Estadio Olímpico ha albergado diferentes eventos, pero de modo permanente ha servido como espacio donde el Real Club Deportivo Español (equipo que milita en la 1ª división de fútbol española) lo utilizaba como estadio para disputar sus encuentros. El edificio que actualmente es el Instituto Nacional de Educación Física (INEF) de Cataluña, fueron instalaciones que albergaron deportes durante los Juegos Olímpicos de 1992 (Añó, 2003). En Mallorca con motivo de la Universiada, el nuevo Son Moix, es el estadio del primer equipo de fútbol de la ciudad con capacidad para 25.000 espectadores. En esta misma ciudad, la construcción del pabellón Palma Arena que albergó el Campeonato del Mundo de ciclismo en pista 2007, ha quedado para disfrute de sus ciudadanos. A su vez, el éxito de la selección española quedando campeona del mundo en la

modalidad individual, con Joan Llaneras como máximo representante, influyó inevitablemente en la percepción de los espectadores sobre la organización del evento, tal y como comentábamos anteriormente.

En Jerez, con motivo de la IV edición de los Juegos Equestres del 2002, ha quedado el Estadio Chapín. En Almería, tras la realización de los XV Juegos Mediterráneos del 2005, el estadio Olímpico y el palacio de Deportes. Actualmente en Valencia, el Velódromo Luís Puig fue construido para albergar el Campeonato del Mundo de Ciclismo y nuevamente en el 2008, ha sido sede del Campeonato del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta, por lo que ha sufrido una seria remodelación tanto en el interior de la instalación, como en sus accesos y alrededores.

En segundo lugar, afecta a la construcción y remodelación de carreteras, vías públicas, aeropuertos, estaciones, que facilitarán el acceso de todo el personal asistente o participante a la competición y de lo que posteriormente se verá beneficiado el ciudadano (Añó, 2003).

En tercer lugar se producirá una mejora considerable en las redes de transporte y en cuarto lugar, es imprescindible que exista suficiente capacidad hotelera, ya que ambos, son aspectos que valoran y puntúan considerablemente tanto el Comité Olímpico Internacional como las Federaciones Internacionales a la hora de conceder una sede para la celebración de un gran evento.

En referencia a la ocupación hotelera hace falta una ciudad grande que pueda albergar alrededor de 40.000 plazas para poder celebrar

unos Juegos Olímpicos, lo que supondrá la construcción de nuevos hoteles e inversiones privadas (Anó, 2003). Un claro ejemplo de ello lo hemos vivido en Valencia, la nueva construcción de hoteles de 4 y 5 estrellas tanto en el centro como en sus alrededores (Hilton, Las Arenas, Sorolla, etc.), han servido para albergar a la gran mayoría de los turistas, espectadores, asistentes VIP y deportistas de los últimos eventos deportivos realizados en la ciudad. La 32ª y 33ª edición de la Copa América, el Gran Premio de Motociclismo, el Gran Premio de Formula 1 y el Campeonato del Mundo de Atletismo IAAF en pista cubierta de Valencia, entre otros.

Como consecuencia de la celebración de un evento de estas características, se producirá un incremento de los vuelos y de las conexiones internacionales, nuevas compañías aéreas volarán a ese aeropuerto remodelado y tal vez continúen y afiancen sus vuelos tras la conclusión del evento. El aeropuerto de Manises (Valencia), ha construido una nueva Terminal, ha ampliado su conexión vía ferrocarril mediante el metro con el centro de la ciudad y construido el nuevo parking que triplica la capacidad del anterior, mejoras producidas por la consecución de los grandes eventos deportivos que se están produciendo en la ciudad y que deben de dar servicio a sus visitantes.

A raíz de la consecución de estos eventos, en quinto lugar debemos tener en cuenta los puestos de trabajo que son creados debido a la realización de una competición de alto nivel, es cierto, que son trabajos temporales pues su tiempo de duración tiene una relación directa con la duración de la competición, desde los primeros

inicios de organización del evento hasta la conclusión del mismo, pero también es cierto, que aquellas personas que los ocupan adquieren una experiencia que les será muy válida para poder optar en un futuro trabajos de esa índole (Heineman, 1985).

En el caso de los Juegos Olímpicos o Campeonatos del Mundo (de algunos deportes) que se celebran cada cuatro años, las adjudicaciones de los mismos se efectúan al menos con 7 años de antelación de manera que ya no es un tipo de empleo tan corto o esporádico, sino que supera el tiempo que muchas personas permanecen en la misma empresa (Añó, 2003).

La ciudad de Valencia fue nombrada como sede organizadora de la 32^a edición de la Copa América en el año 2003, y desde entonces hasta tres años más tarde de su conclusión, ha generado puestos de trabajo, la gran mayoría temporales, pero en la actualidad todavía se conservan puestos de trabajo que en su día fueron de nueva creación.

No podemos dejar de nombrar aspectos como la expansión de la práctica deportiva, el aumento considerable de las subvenciones por parte de las instituciones públicas, el incremento tanto en inversiones privadas en el deporte como en el patrocinio deportivo, y finalmente el auge del turismo, que mediante estos eventos posibilita el conocimiento de la localidad en cuestión y sus visitas posteriores, pero de todo ello ya hemos hablado más detalladamente en los capítulos anteriores.

Los beneficios no son solo a nivel económico sino que también tiene grandes influencias sociopolíticas que están inevitablemente

unidas las unas a las otras. A día de hoy, el deporte se considera como un medio por el cual las economías locales y regionales pueden ser restablecidas y regeneradas (Costa y Glinia, 2004). Siguiendo a Costa y Glinia (2004), retratan la organización de unos Juegos Olímpicos como una oportunidad turística. Sin embargo, la inversión en instalaciones y la infraestructura construida para responder a las necesidades de tal acontecimiento producen grandes ventajas tanto sociales como económicas para el país organizador.

No obstante, a su vez, el deporte tiene una serie de valores que impulsan la solidaridad entre los pueblos, sirven como vehículo de transmisión intercultural y permite conocer y mejorar los países menos avanzados.

Finalmente debemos tener en cuenta, que la repercusión de los grandes eventos deportivos tiene un impacto económico que va mas allá del periodo de tiempo que dura el evento, que a lo sumo será entre una a tres semanas, pues su preparación y su posterior desarrollo abarca un periodo de tiempo de alrededor de diez años para Papanikos (2000). En cambio para Gouguet (2001), su repercusión abarca un ciclo de entre 7 a 17 años contando el periodo anterior de preparación y el posterior al evento deportivo.

CAPÍTULO III

**LA CALIDAD
PERCIBIDA Y LA
SATISFACCIÓN EN LOS
EVENTOS
DEPORTIVOS.**

3.- LA CALIDAD PERCIBIDA Y LA SATISFACCIÓN EN LOS EVENTOS DEPORTIVOS.

Existen algunos trabajos sobre calidad y satisfacción en centros deportivos que aportan luz sobre como se está estudiando este tema en el ámbito de la gestión del deporte. La investigación sobre calidad en los servicios deportivos y satisfacción del consumidor de deporte se desarrolla desde tres puntos de vista, a saber, la perspectiva psicosocial, la perspectiva económico-empresarial y la perspectiva del marketing aplicado al deporte (Calabuig, 2005), siendo este último abordaje desde el cual se ha desarrollado el trabajo en el 44º Campeonato de España de atletismo y en el 12º Campeonato del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia.

Durante el presente capítulo analizaremos el concepto de calidad de servicio y lo diferenciaremos entre las expectativas y las percepciones del cliente. Desarrollaremos los diferentes modelos de calidad utilizados para llevar a cabo la investigación. Finalmente, analizaremos la calidad de servicio entorno a la gestión del deporte y de los eventos deportivos en concreto, intentando centrarnos en las aportaciones más relevantes desarrolladas desde la perspectiva del marketing, pues es la que aporta trabajos de mayor similitud al que aquí presentamos.

3.1.- Conceptualización de la calidad de servicio.

El concepto “calidad”, tal y como es entendido hoy en día, es relativamente reciente, si bien su significado (de forma simple “hacer las cosas bien”) es antiguo y está presente en la historia a través de numerosos ejemplos, tales como las labores de inspección separadas de la producción en determinadas obras en el Antiguo Egipto, o las normas de fabricación en los gremios artesanales en el S. XIII (Berlinches, 1998).

La calidad de servicio es una variable de naturaleza compleja si lo pensamos desde la perspectiva que nos ofrece el análisis de sus características específicas. Esta complejidad aumenta si nos referimos a los servicios deportivos, donde la inseparabilidad, producción y consumo está aumentada y donde las emociones y sensaciones, a diferencia de otros servicios, cobran una importancia extrema para el buen desarrollo del mismo. Esto hace que la definición de calidad en un servicio sea compleja y más aún en un servicio deportivo.

La conceptualización de la calidad de servicio ha sufrido un desarrollo imparable. Inicialmente se entendía desde una definición centrada sobre la realización de un servicio siguiendo las especificaciones técnicas fijadas por los prestatarios, abordándose el tema como si de un producto se tratara. Posteriormente, la definición empieza a desplazarse hacia el usuario, viéndose desde la perspectiva subjetiva de éste último. De esta manera se pasa de

una concepción más técnica y objetiva a otra más subjetiva y centrada en los requerimientos del cliente.

A partir de esta concepción última (la subjetiva) es cuando aparece el término calidad percibida frente al de calidad técnica (Carman, 1990).

Este término, calidad técnica, está muy próximo al concepto de calidad basado en la fabricación y se entiende desde una perspectiva más objetiva de las especificaciones del producto o servicio.

Si se introduce la percepción, la definición pasa a entenderse desde la óptica del usuario, por lo tanto, la única referencia de calidad real es la que existe en la mente del consumidor. Como dice Bailey (1991) “el único juicio importante es el del cliente” (p.254).

Aparecen así dos concepciones de la calidad percibida según afirma Gil y Molla (1994), y puede ser definida como “los juicios del consumidor acerca de la excelencia o superioridad global del producto” (Zeithaml, 1988, p. 4), o bien como la “conveniencia para el uso cubriendo las necesidades del cliente” (Steenkamp, 1990, p.31). De estas dos definiciones de calidad percibida, solamente la primera se adapta a los servicios atendiendo a las características específicas de éstos. La segunda definición, según afirma Koelemeijer, Roest y Verhallen (1993), es apropiada únicamente para la calidad de los productos.

Así pues, la primera acepción permite definir la calidad percibida, según Zeithaml (1988) como:

- Diferente de la calidad objetiva.

- Un nivel de abstracción más alto antes que un atributo específico de un producto.
- Una valoración global que en algunos casos semeja a la actitud.
- Un juicio hecho habitualmente dentro de un conjunto evocado.

Proveniente de esta primera aproximación, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) definen la calidad de servicio percibida como “un juicio global, o actitud, relativa a la superioridad del servicio” (p. 16), y aplicado el concepto al deporte, la calidad percibida de servicios deportivos puede ser una medida de los juicios acerca de la excelencia global del prestatario al dar un servicio al consumidor de deporte, o “la satisfacción de los requerimientos, deseos y expectativas de los clientes-usuarios de un servicio deportivo” (Mundina y Calabuig, 1999, p.80).

Como se ha podido observar, al concepto de la calidad de servicio se le vincula con las expectativas y con la percepción del cliente. A continuación se desarrollan estos conceptos relacionados.

3.1.1.- Calidad de Servicio como diferencia entre las expectativas y las percepciones del cliente.

En la literatura sobre calidad de servicio está ampliamente aceptada la concepción de que la calidad de servicio percibida es dependiente de la comparación del servicio esperado con el servicio recibido, y es por esta razón el resultado de un proceso de

evaluación continuado. Es decir, es el resultado de la comparación evaluativa que el usuario hace de la experiencia percibida del servicio con las expectativas que tenía en el momento de la compra o consumo. Esta definición, se adapta al denominado paradigma no confirmatorio aplicado a la satisfacción el cual establece que la satisfacción se relaciona con el tamaño y dirección de una experiencia “no confirmatoria”, donde dicha experiencia es la diferencia entre las expectativas iniciales del individuo y el resultado actual del servicio. Así pues, las expectativas de un cliente son:

- Confirmadas cuando un servicio conforma las expectativas.
- Negativamente confirmadas cuando el servicio no resulta como se esperó.
- Positivamente confirmadas cuando el servicio resulta mejor de lo esperado.

Esta forma de entender el concepto es ampliamente soportada en la literatura de marketing y calidad, y es la base del planteamiento teórico y metodológico diseñado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) donde explican a través de un modelo el proceso de calidad en los servicios. Con esto se entiende que los clientes valoran la calidad de servicio comparando lo que esperan debe ser el servicio, con lo que reciben o perciben que reciben. Esto se produce a partir de la discrepancia entre las percepciones de los consumidores de los servicios ofrecidos por una empresa en particular y sus expectativas acerca de la oferta de las empresas en esa misma categoría de servicio. En consecuencia, la variable es

función de “la magnitud y dirección del desajuste entre servicio esperado y servicio percibido” (Parasuraman et al., 1985, p.46), la cual va a depender del tamaño y dirección de cuatro desajustes asociados a la entrega de calidad de servicio (Zeithaml, Berry y Parasuraman, 1988). Así pues, “los juicios de alta o de baja calidad de servicio dependen de cómo perciben los consumidores el resultado actual del servicio en el contexto de lo que esperaban” (Parasuraman et al., 1985, p. 46), y para lograr una imagen de calidad el prestatario debe de cubrir o superar las expectativas del cliente.

Dentro del concepto de calidad de servicio percibida, un factor clave ha sido la asunción de que es un constructo de naturaleza multidimensional y de ahí se han derivado algunas de las definiciones de la variable.

3.1.2.- La Multidimensionalidad de la Calidad de Servicio.

La literatura del marketing de los servicios se ha preocupado de manera especial de determinar cuales son las dimensiones de los servicios debido a los beneficios que puede aportar tanto para la gestión aplicada como para la investigación. Esta idea, que la variable calidad de servicio tenga una naturaleza multidimensional, es ampliamente soportada en la literatura específica, aunque no existe consenso respecto a determinar esa multidimensionalidad debido a lo heterogéneo del constructo.

Eiglier y Langeard (1989) definen el concepto a partir de tres niveles, basándose siempre en su teoría, servucción:

- Calidad de los elementos que intervienen en el proceso de fabricación del servicio: calidad del soporte físico (limpieza y estado de mantenimiento), del personal en contacto (nivel de cualificación, formación y presentación), de la clientela (siguiendo procesos de segmentación adecuados) y del sistema de organización (comunicando la importancia del servicio prestado a todos los miembros de la estructura organizativa y estableciendo mecanismos de control).
- Calidad en el desarrollo del proceso de fabricación del servicio, significa la calidad en las interacciones que se producen entre el cliente y el soporte físico, entre el cliente y el personal de contacto y entre los propios clientes, expresándose su calidad en términos de su facilidad, fluidez y eficacia.
- Calidad del servicio prestado como resultado final, es la calidad del servicio en sí mismo y dependerá de si el servicio ha cubierto o no las expectativas y necesidades del cliente. Las tres dimensiones se encuentran relacionadas entre sí, y solo se alcanza la calidad de servicio si se consigue la calidad en esas tres dimensiones.

Así pues, el objetivo consiste en conseguir la calidad en los dos componentes principales del servicio, que según Pavie-Latour (1985) son: a) la calidad de la concepción, son necesarias especificaciones adecuadas para el desarrollo del servicio; b) calidad de la realización, para lo cual es necesario que ese servicio siga las especificaciones señaladas inicialmente.

Estas son algunas de las aportaciones más importantes que se han hecho respecto de la dimensionalidad de la calidad de servicio, pero no cabe duda de que las aportaciones de Parasuraman et al., (1985) han suscitado la mayor atención en la literatura. Ellos representan la calidad percibida a partir de diez dimensiones (ver tabla 3.1).

Tabla 3.1.- Dimensiones de la Calidad de Servicio. (Parasuraman, et al., 1985).

Dimensiones de la calidad de servicio percibida	
Fiabilidad	Comunicación
Reactividad	Credibilidad
Competencia	Seguridad
Accesibilidad	Comprensión
Cortesía	Tangibilidad

Según los autores, estas dimensiones explican la calidad percibida de los servicios aunque en cada categoría de servicio pueden cobrar mayor importancia algunas dimensiones sobre otras. Podemos entender estas dimensiones de la manera que sigue:

- **Fiabilidad**, que implica seriedad y capacidad para ser consecuente con el cumplimiento, pretendiéndose que el prestatario cumpla las promesas y ejecute bien el servicio desde su inicio. Esto incluye: anunciar con exactitud, cumplir correctamente consignas y ejecutar el servicio en el tiempo establecido.
- **Reactividad**, que se refiere al deseo de servir. Implica la disposición de los empleados a dar servicio y a atender deprisa, otorgando un servicio rápido.

- Competencia, referida a la posesión de la destreza necesaria y del conocimiento para cumplir el servicio. Esto supone conocimiento y destreza para el contacto personal, conocimiento y habilidad para que el soporte personal esté en condiciones de funcionar e investigar la capacidad de la organización.
- Accesibilidad, significa abordar con facilidad al cliente. Se pretende que el servicio sea fácilmente accesible, que la espera para recibir el servicio no sea excesiva, horas convenientes de operación y localización conveniente del servicio.
- Cortesía, referida a la corrección, respeto, consideración y compañerismo en el contacto personal. Esto supone consideración hacia los bienes de los clientes y apariencia limpia y esmerada del personal en contacto con el público.
- Comunicación, pretende mantener informados a los clientes con un lenguaje entendible. Ajustar el lenguaje a los diferentes clientes. Esto supone la explicación del servicio por sí mismo, la indicación de cuánto costará el servicio, la explicación del intercambio entre servicio y coste, y asegurar al cliente que todo problema está resuelto.
- Credibilidad, significa formalidad y honestidad, lo que a su vez implica considerar al máximo el interés de los clientes. Dará credibilidad el nombre y reputación de la organización, las características personales del personal en contacto y su grado de implicación en las interacciones con el cliente.
- Seguridad, es la ausencia de peligro, riesgo o duda. Implica seguridad física y financiera, y confidencialidad.

- Comprensión, se traduce en hacer un esfuerzo por entender las necesidades de los clientes. Implica aprender los requerimientos específicos de los clientes, dar atención individualizada y reconocer al cliente regular.

- Tangibilidad, referida a la evidencia física del servicio, apariencia del personal, facilidades físicas, herramientas o equipamiento usado para suministrar el servicio, y representaciones físicas del servicio tales como tarjetas de crédito o tickets.

Todas estas dimensiones se explican a través de un modelo conceptual que desarrollan los autores en 1985 en un conocido artículo de la revista Journal of Marketing. En el siguiente apartado se muestra brevemente los principales rasgos del modelo de Parasuraman, et al., (1985) los cuales propusieron el modelo al que denominaron SERVQUAL.

3.2.- El modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry.

Para desarrollar el modelo los autores realizaron un estudio exploratorio cualitativo. Este estudio se realizó sobre los consumidores y los ejecutivos de diferentes categorías de servicio con el objetivo de delimitar las razones de fallo en una política de calidad de algunos servicios. A partir de aquí y estudiando las causas del fracaso, elaboraron una serie de soluciones con el objetivo de aumentar la percepción de calidad de los usuarios.

El resultado de la investigación es un modelo que presenta cinco desajustes identificados por los autores como el origen del déficit de calidad de servicio (ver figura 3.1):

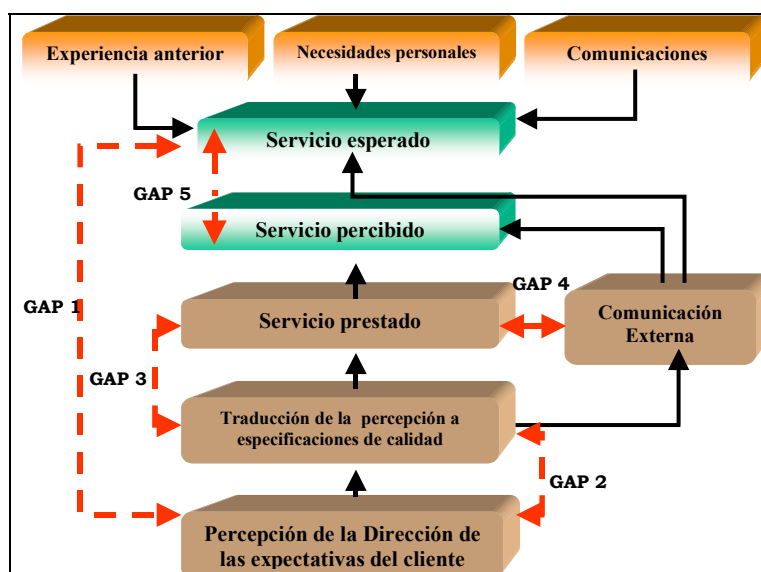


Figura 3.1.- Los desajustes del modelo SERVQUAL.

Fuente: Parasuraman, et al., (1985).

Desajuste 1: se produce entre las expectativas del cliente percibidas por la dirección y sus expectativas reales en calidad de servicio. Esta falta de comprensión de los deseos de los clientes por parte de la dirección va a provocar una serie de acciones marcadas por los directivos que pueden resultar insatisfactorias debido a que las directrices marcadas van dirigidas a satisfacer otras expectativas diferentes de las reales.

Desajuste 2: se produce entre las líneas de acción marcadas por la dirección para el desarrollo del servicio y las expectativas del

cliente conocidas por la dirección. En este caso la dirección conoce las expectativas, pero las acciones que ejecuta no se corresponden con las especificaciones que solicita el cliente. Se produce un desajuste entre lo que la dirección cree que desea el cliente y lo que planifica ofrecer.

Desajuste 3: se produce entre el servicio realmente ofrecido y el planificado por la organización.

Desajuste 4: se produce entre la comunicación de la organización hacia el exterior del servicio y el servicio entregado.

El resultado de estas cuatro fuentes de error en la entrega de calidad explica el último desajuste. Desajuste 5: se produce entre las expectativas del cliente y las percepciones del resultado del servicio recibido por el cliente.

Según los autores, este último desajuste es el único patrón de medida en materia de calidad, cuyo desarrollo e investigación explica todos los desajustes anteriores según se ve en la figura 3.2.

$\text{Desajuste n}^\circ 5 = f(\text{desajuste n}^\circ 1, \text{desajuste n}^\circ 2, \text{desajuste n}^\circ 3, \text{desajuste n}^\circ 4)$
--

Figura 3.2.- Ecuación de los desajustes

Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

Una vez descritos los desajustes origen de las acciones de no calidad, los autores presentan las causas (ver tabla 3.2) de los errores para cada desajuste que a continuación explicamos brevemente:

Desajuste 1: causas relacionadas con la carencia de una orientación hacia la investigación de mercados, causas vinculadas a

la estructura organizativa del prestatario y al flujo de la información.

Desajuste 2: causas derivadas de un insuficiente compromiso de la dirección con la calidad de servicio, normas de servicio estandarizadas de forma inadecuada y ausencia de objetivos claros.

Tabla 3.2.- Resumen de las causas de no calidad para cada desajuste.

Desajustes	Definición	Causas de no calidad
Desajuste 1	Expectativas percibidas por la dirección y Expectativas Reales	Escasa orientación hacia la investigación de mercados.
Desajuste 2	Acciones de la dirección y Expectativas del cliente conocidas por la dirección.	Falta compromiso con la calidad. Ausencia de objetivos claros.
Desajuste 3	Entre el servicio ofrecido y el servicio planificado.	Ambigüedad de funciones. Pobre tecnología. No trabajo en equipo.
Desajuste 4	Entre el servicio prometido y el servicio entregado	Inadecuada comunicación interna. Realizar demasiadas promesas al exterior.
Desajuste 5	Entre las expectativas y las percepciones del resultado.	

Desajuste 3: la ambigüedad de funciones, el conflicto de funciones, personal poco cualificado para las funciones a desempeñar, tecnología pobre para el trabajo a realizar son algunas de las causas que provocan este desajuste.

Desajuste 4: una comunicación inadecuada entre los departamentos (nivel interno) y propensión a realizar demasiadas promesas al exterior.

El modelo cerrado del SERVQUAL culmina cuando los autores, después de un estudio cuantitativo a partir de los 97 ítems basados en las diez dimensiones de calidad, consiguen reducirlo a 22 ítems y a cinco dimensiones de calidad de servicio que aglutinaban las diez anteriores. Así, las dimensiones que definen la calidad de los servicios según Parasuraman, et al., (1988) son:

- Tangibilidad: Instalaciones físicas, equipamiento y apariencia.
- Fiabilidad: Realización del servicio prometido de forma precisa.
- Capacidad de respuesta: Disposición para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido.
- Seguridad: Capacidad de los empleados para transmitir confianza y seguridad, así como cortesía y conocimientos suficientes.
- Empatía: Atención personalizada a los clientes.

Finalmente, para entender el modelo de forma clara los autores proponen que después de medir las expectativas de los clientes, estos deben de asignarle una puntuación de importancia a las cinco dimensiones propuestas, de tal modo que los clientes deben de ordenar las dimensiones de calidad según la importancia que ellos le otorguen al tipo de servicio que están valorando.

Los autores proponen que esta puntuación debe de ponderarse con las respuestas finales de los clientes después de haber calculado la diferencia entre las expectativas y las percepciones.

Este modelo que ha sido el más popular y desarrollado en la literatura, ha tenido críticas importantes. Cronin y Taylor (1992) señalaron que el desarrollo de la metodología que llevó a la creación de las 22 sentencias era el correcto y que recogían claramente el concepto de calidad de servicio percibida. Sin embargo, estos autores afirmaron que la forma de operacionalizar la calidad de servicio como discrepancia entre las expectativas y las percepciones era errónea. Estos defienden que la calidad de servicio debe ser entendida como una actitud, algo que también defendían Parasuraman, et al. (1988).

Cronin y Taylor (1992) argumentan que la discrepancia no se corresponde con la medida de actitudes, y que por tanto entra en contradicción con la concepción original -compartida por los autores del SERVQUAL- de que la calidad de servicio es una forma de actitud.

Después de diversos trabajos de investigación y de un debate académico a través de las revistas científicas entre los dos grupos de investigadores, queda claro que midiendo solo las percepciones (SERVPERF) los resultados obtienen mayor valor predictivo sobre la satisfacción general o la calidad total. Aunque Parasuraman, Zeithaml y Berry introdujeron que con las expectativas se obtenía un mayor valor diagnóstico.

La segunda crítica de mayor importancia fue la dimensionalidad de la calidad de servicio. Los autores del SERVQUAL defendían que la calidad se puede definir en base a las cinco dimensiones anteriormente explicadas, y que esta dimensionalidad era universal en todos los servicios. Numerosos trabajos contradicen estas afirmaciones (Carman, 1990; Cronin y Taylor, 1992; Spencer y Crosby, 1997) y en la actualidad existe un gran apoyo en entender que la dimensionalidad de la calidad de servicio no es estable y que depende del servicio y del cliente analizado.

Todo este desarrollo teórico aporta un modelo comprensivo y de aplicación para el trabajo de la calidad en empresas o instituciones prestadoras de servicios. Se observa con esto que existe un enorme esfuerzo y preocupación, tanto académico como profesional, por trabajar sobre la calidad en los servicios, que en consecuencia, está repercutiendo cada vez más en el sector deportivo.

3.3.- Modelo tridimensional de Brady y Cronin.

La calidad de servicio, es un tópico en la literatura del marketing. La mayoría de estudios han usado el modelo SERVQUAL (Parasuraman, et al. 1988) el cual no está completamente demostrado que sea aplicable al área de deporte, ocio y recreación (Alexandris, Zhariadis, Tsorbatzoudis y Grouios, 2004; Kim y Kim, 1995; Kouthouris y Alexanndris, 2005; Williams, 1998).

Tal y como comentábamos anteriormente, varios estudios han identificado dificultades potenciales a la hora de usar el modelo de

servicio de calidad SERVQUAL (Asubonteng, Mc Cleary y Swan, 1996; Buttle, 1996; Carman, 1990; Cronin y Taylor, 1992; Llosa, Chandon y Orsingher, 1998; Van Dyke, Kappelman y Prybutok, 1997). Estas dificultades hacen referencia por un lado al uso de los llamados *diferentes resultados o marcadores* que son una pobre elección a la hora de evaluar los constructos psicológicos y por otro lado a la ambigüedad de la definición que emplean las *expectativas del cliente* quedando éstas muy pobremente definidas. Esto hace tambalear la estabilidad de la escala SERVQUAL, así como su dimensionalidad como instrumento hace que la validez y fiabilidad de sus ítems y dimensiones estén siendo cuestionados.

Como resultado a estos criticismos, han surgido numerosas preguntas intentando consolidar el uso de esta escala como una medida genérica del servicio de calidad, y mientras tanto, la industria de los servicios busca medidas específicas para desarrollar el estudio de la calidad del servicio con aspectos específicos para servicios en particular.

Como alternativa, se propuso el modelo Brady y Cronin (2001) en el que se desarrolla una solución tridimensional en la cual la calidad de servicio se mide a través de tres dimensiones: calidad de la interacción, calidad del entorno y calidad del resultado.

Cuando hablamos de calidad de interacción, ésta se refiere a la experiencia del cliente como resultado de la interacción con el elemento humano de la organización, pues la importancia de este rol de los empleados en primera línea es bien evidente en la industria de servicios. (Brady y Cronin, 2001; Gremler y Gwinnner, 2000; Zeithaml y Bitner, 2003). Por otro lado, calidad del servicio

del entorno se refiere a los elementos físicos o tangibles de la organización, y finalmente, la calidad de resultado se refiere a la confirmación de expectativas del usuario después de haber usado el servicio (Brady y Cronin, 2001).

Brady y Cronin (2001), además proponen que cada una de estas tres dimensiones contenga otras tres sub-dimensiones, como son:

La Calidad de la Interacción, consiste en las actitudes de los empleados, el comportamiento entre empleado y cliente y la formación de los profesionales que ofrecen el servicio.

La Calidad del Entorno, consiste en el diseño de las instalaciones, las condiciones ambientales, y los factores sociales.

Finalmente, *la Calidad del Resultado* se desarrolla en las subdimensiones de tiempo de espera, elementos tangibles y valencia o valor de las cosas entendido como utilidad.

Este modelo ha sido aplicado en numerosos contextos deportivos como un club de salud, ocio y deporte de Grecia, un resort-residencial de esquí y sobre todo en el sector de los servicios, (restaurantes, hoteles, cafeterías) etc. Todos estos, hacen que el presente modelo se ajuste a las propuestas de medición que se pretenden llevar a cabo en este estudio centrado en instalaciones deportivas.

Además, el presente modelo propuesto por Brady y Cronin (2001), que se puede apreciar en la figura 3.3, pretende confirmar la calidad de servicio con la inclusión de las percepciones de calidad, la satisfacción del cliente, incluyendo el compromiso psicológico y las comunicaciones boca a boca.

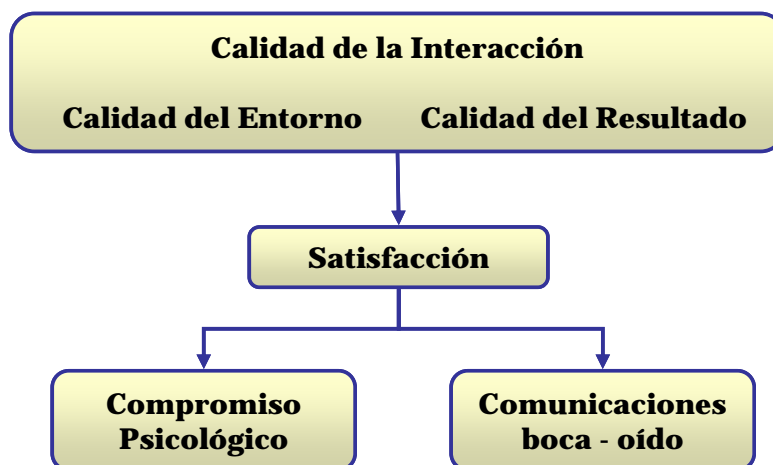


Figura 3.3. Modelo propuesto entre la calidad de servicio, la satisfacción, compromiso psicológico y comunicaciones boca a boca.

Fuente: Brady y Cronin, 2001.

Para describir el presente modelo, cabe decir que se compone de tres dimensiones de las cuales surgen otras tres subdimensiones que llegan a formar la siguiente escala:

La Calidad de la Interacción: Se divide y evalúa las subdimensiones de actitud, comportamiento y formación de los empleados. Actitud, al comprobar si los empleados son educados, si respetan las necesidades de los miembros y si los empleados ayudan a que éstos se sientan confortablemente. Comportamiento, si los empleados responden rápido las peticiones de los empleados, si los empleados ofrecen una atención individualizada y si trabajan con entusiasmo. Y por último, formación, como experiencia y habilidad profesional, si los empleados tienen conocimientos sobre sus competencias, si son creíbles y fiables.

La Calidad del entorno físico: Los ítems cubren las subdimensiones de diseño, que las instalaciones sean y resulten atractivas, que estén equipadas a la última, que sean espaciosas. Condiciones ambientales, si la instalación está limpia y el equipamiento en buenas condiciones. Y por último los aspectos sociales, es decir, si hay buena atmósfera y ambiente en la instalación y si otros clientes afectan al servicio de forma negativa.

La Calidad del resultado: Esta dimensión mide las consecuencias de la participación. El grado de participación en las actividades, qué les hacen sentir estas, que consecuencias les sugiere y si les acaban resultando útiles y prácticas.

En la figura 3.4 podemos observar como quedaría estructurado el modelo jerárquico de calidad de servicio de Brady Cronin, (2001).

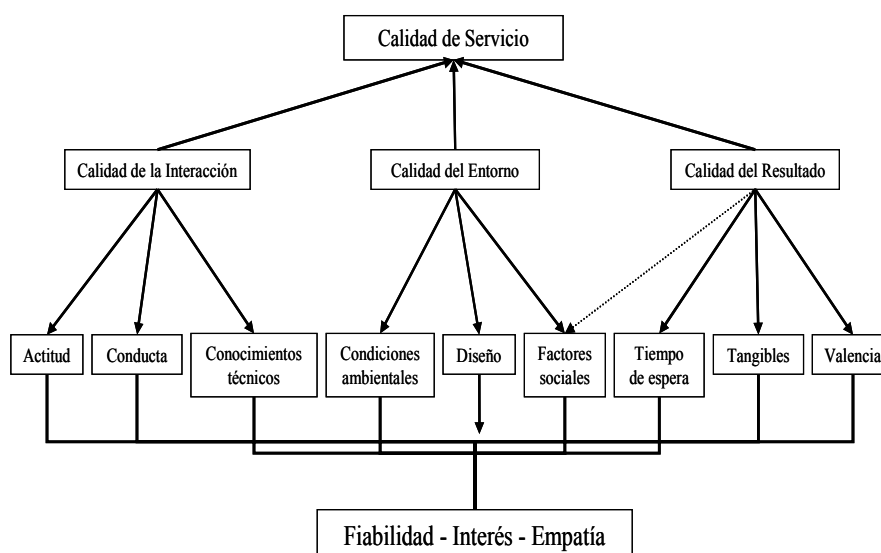


Figura 3.4. Modelo jerárquico de calidad de servicio.

Fuente: Brady y Cronin, 2001.

Como complemento se considerarían otros constructos a establecer en relación con las anteriores, estas son la satisfacción, el compromiso psicológico y las comunicaciones boca a boca, pero dependiendo del estudio y lo que se pretenda medir así como el tipo de servicio, podrán ser incluidas en el cuestionario o no considerarse. Su descripción queda estructurada de la siguiente manera.

Satisfacción: es medida y valorada según seis ítems propuestos por Oliver (1997), satisfacción total o completa, éxito atribuido, retroceso, fallo atribuido y efecto negativo. Se comprueba si la elección del cliente de hacer uso de la instalación es considerada como un éxito, si por el contrario se arrepiente y piensa que debería haber elegido otro, si se siente contento de haberse hecho miembro y si es consciente de haber hecho la elección correcta y por lo tanto se siente satisfecho de forma parcial o total.

Compromiso psicológico: medido por cuatro ítems, desarrollada y testada por constructos de validez y fiabilidad compuestos por Scanlan, Simons, Carpenter, Schmidt y Keeler (1993). Describe cómo se siente el usuario siendo socio o haciendo uso de este servicio, que le supone formar parte de él, y que estaría dispuesto a hacer por serlo o tener acceso a estos servicios.

Y finalmente, *las comunicaciones boca a boca*, medidas a través de tres ítems que analiza lo que el cliente está dispuesto a decir del servicio usado, si lo recomendaría, si se haría socio o miembro del club, etc.

3.4.- La calidad en la gestión del deporte.

Como se ha comentado en la introducción del capítulo, existen tres líneas de investigación sobre la calidad y la satisfacción en la gestión del deporte (figura 3.5). El presente trabajo se ha desarrollado desde la perspectiva del marketing. Esta perspectiva ha aportado estudios centrados en el consumidor de deporte, tanto sobre calidad de servicio percibida como sobre la satisfacción. En todos estos trabajos el consumidor de deporte es el objeto de análisis y las propuestas que surgen de estos trabajos se centran en como mejorar la percepción de calidad y la sensación de satisfacción.

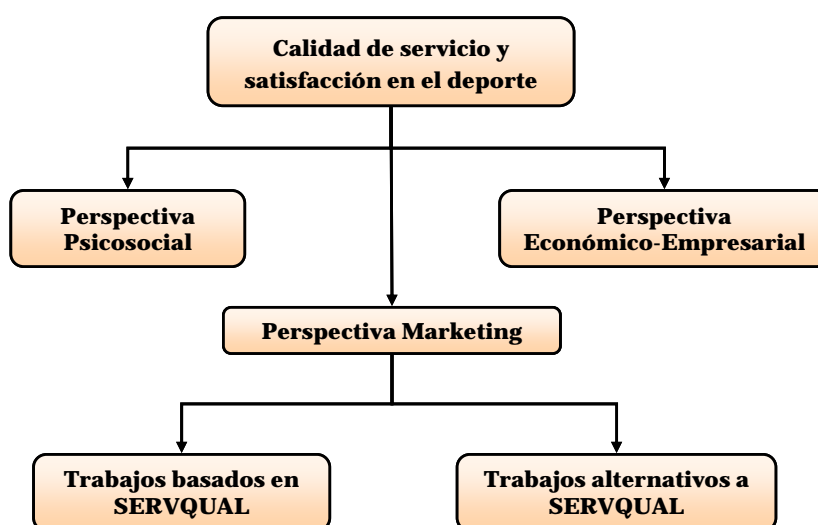


Figura 3.5.- Líneas de investigación sobre calidad y satisfacción en el deporte.

Fuente: Calabuig (2005).

La mayor parte de la investigación sobre calidad de servicio percibida se ha desarrollado refiriéndose al instrumento SERVQUAL, de Parasuraman, et al. (1988), ya sea para aplicarlo y confirmar su viabilidad, como para criticarlo. El caso de los servicios deportivos es distinto, pues la aplicación de dicha escala ha sido más bien escasa y según nuestro conocimiento son más las investigaciones realizadas utilizando instrumentos de medida diferentes al propuesto por estos autores. Así pues, podríamos diferenciar dos tipos de investigaciones sobre la calidad de servicio en entidades deportivas. Por un lado las que utilizan la escala SERVQUAL, ya sea para aplicarla y observar su validez o para adaptarla a las características del servicio, y por otro lado, las investigaciones que han desarrollado sus propios instrumentos de medida específicos para el servicio estudiado.

En el primer caso se encuentra el trabajo de Cristóbal y Gómez (1999). Estos investigadores, han presentado un estudio en el que aplicando el método Delphi, han evaluado la viabilidad de la aplicación de la nombrada escala para las entidades deportivas. El método Delphi ha sido desarrollado según los autores, por expertos en gestión deportiva. Consiste en un *“proceso de predicciones basado en un grupo de expertos que en cada una de las etapas del proceso conocen una síntesis de las opiniones emitidas por el resto de participantes”* (p.300). Cada grupo, en cada etapa del proceso, recibe un cuestionario incorporando las valoraciones y sugerencias formuladas por los miembros del grupo. El proceso continua hasta que las principales diferencias quedan limadas y logra alcanzarse un acuerdo. El objetivo final de este método es lograr una

distribución de las respuestas lo menos dispersa posible, tratando que los expertos confronten, en cada fase, sus respuestas con las de la mayoría. Con este método, han reformulado las 22 declaraciones generalistas de la escala SERVQUAL, adecuándola al sector deportivo.

Otro estudio donde se ha aplicado la escala SERVQUAL íntegra en servicios deportivos, es el realizado por Wright, Duray y Goodale (1992). La aplicación exacta de esta herramienta resultó ser demasiado genérica para recabar información específica sobre el servicio investigado. Es por ello que los autores han optado por hacer algunas modificaciones a la escala y adaptarla al servicio deportivo.

Por otra parte, Costa, Tsitskari, Tzetzis y Goudas (2004) aplican las diez dimensiones de calidad propuestas por Parasuraman, et al. (1985) para evaluar un campus de atletismo. Evalúan a los niños y a los padres encontrando que en el caso de los padres las dimensiones de calidad se reducen a cuatro y en la muestra de alumnos se queda en cinco dimensiones.

Como se había comentado anteriormente, la mayoría de investigaciones sobre calidad en este sector se ha realizado con instrumentos diferenciados y adaptados a cada tipo de organización. Es el caso de MacKay y Crompton (1988), los cuales en el mismo año que era presentado el SERVQUAL, presentaban un modelo conceptual para evaluar la calidad de servicios recreativos o de ocio. El tipo de servicios que estudian estos autores no es exclusivamente deportivo, hacen referencia a los centros de ocio donde se ofertan programas de deporte y otras actividades

como pintura, dibujo o teatro. Los autores comparten el principio de que la calidad percibida es el resultado de la comparación entre las expectativas y el resultado percibido. Afirman que la dificultad principal para medir la calidad de servicio estriba en las propias características de los servicios: intangibilidad, heterogeneidad y la inseparabilidad de la producción y su consumo. También aportan las diferencias que hay en las expectativas de los consumidores si se refieren a un servicio público o uno privado. Con todo esto, los autores han operacionalizado las características de los servicios y han incluido las diferencias que hay en la formulación de expectativas por parte de los consumidores dependiendo de si el servicio es público o privado para presentar un modelo con el que evaluar la calidad percibida de servicios de recreación.

Los mismos autores, Crompton y MacKay (1989), presentan un trabajo para determinar cuales son las dimensiones más valoradas en los servicios de recreo de carácter público. En el estudio, hipotetizaron que no todas las dimensiones de servicio tendrían la misma importancia en los distintos programas analizados. La hipótesis se confirmó y de las cinco dimensiones determinadas a priori (tangibilidad, fiabilidad, reactividad, empatía y confianza), la de confianza fue la más valorada en tres de los cuatro programas analizados y empatía la menos soportada. Los programas analizados fueron: clase de pintura, excursiones, clase de fitness y hockey hielo. Concluyen afirmando que no todas las dimensiones son igualmente valoradas por los usuarios para diferentes servicios. En otro estudio (Crompton, MacKay y Fesenmaier, 1991), se concluye que después del análisis factorial se confirmaron cuatro

(seguridad, confianza, receptividad y tangibles) de las cinco dimensiones hipotetizadas.

Otra aproximación que se ha hecho al tema aportando un marco conceptual ha sido la desarrollada por Howat, Crilley, Milne y Absher (1993). Estos autores también realizan una propuesta de medición y control de la calidad de servicio en centros deportivos. Posteriormente ponen en práctica los instrumentos de medida en Australia y Nueva Zelanda y detectan que existen diferencias estadísticamente significativas para cada país en las expectativas que determinan los atributos de calidad de los servicios. En otro estudio Absher, Howat, Crilley y Milne (1996), consideran que la escala diseñada es útil para que los propios gestores puedan medir y controlar la calidad de los servicios que ofrecen.

Según la bibliografía revisada, se puede observar como el estudio de la dimensionalidad de los servicios deportivos, ha sido uno de los principales temas de investigación. Se ha buscado con mayor interés la investigación aplicada a la gestión que la investigación básica sobre el tema de la calidad. Esta puede ser una de las razones, a parte de las metodológicas, que han llevado a los investigadores a diseñar sus propias herramientas para recogida de datos, antes que comparar o mejorar las existentes.

En este sentido, se encuentran muchos de los trabajos antes citados y otros como el de Hudson y Shephard (1998), en el que presentan una práctica de análisis de calidad de servicio percibida. Partiendo de una investigación cualitativa, diseñan esta técnica para determinar exclusivamente los atributos de calidad de servicio de una estación de esquí. Concluyen diciendo que esta técnica (IPA,

Importance Performance Analysis) puede ser usada para determinar los atributos de calidad de otras estaciones de esquí.

Zieschang y Bezold (1996) proponen una técnica de análisis secuencial de incidentes para analizar la calidad de servicio en entidades deportivas de carácter lucrativo y no lucrativo. Utiliza el recorrido que realiza un cliente cuando entra a una instalación deportiva y sigue todos los puntos en los que mantiene contacto con algún elemento nuevo del servicio, estableciendo un registro de incidencias en esos puntos de contacto. Este autor defiende que esta técnica es apropiada para el estudio de la calidad de servicio cuando no está siendo sistemáticamente analizada con otras técnicas.

También en un servicio deportivo público, como es el servicio de deportes de la Universitat de València, se han realizado estudios sobre la calidad percibida por los usuarios. En estos trabajos se aportan resultados sobre como utilizar las medidas de satisfacción para mejorar la gestión de instalaciones deportivas (Calabuig y Saura, 1999). Estos autores concluyen que, en el caso de esta universidad, los dos factores más influyentes en la satisfacción son la gestión de las instalaciones y del personal. Otros autores (Mundina et al., 1999), realizan un análisis visual sobre los aspectos de calidad del servicio de deportes de la Universidad desde el punto de vista de los 'momentos de la verdad', incidiendo en las situaciones en que los usuarios entran en contacto con algún recurso del servicio.

Desde el punto de vista de los momentos de la verdad se ha desarrollado una herramienta para analizar la satisfacción de los

clientes de un centro deportivo privado (Luna-Arocas, Mundina y Carrión, 1998). El desarrollo de la herramienta recoge todos los momentos en que el cliente entra en contacto con el servicio, desde el primer momento hasta la salida. También se incluyen preguntas sobre motivaciones para poder aplicar técnicas de segmentación.

Es importante resaltar un trabajo que ha dado como resultado una herramienta de medida de la calidad percibida de los servicios deportivos en Korea, el QUESC (Kim y Kim, 1995). Los autores justifican su decisión de desarrollar una nueva escala de medida, en la falta de precisión del SERVQUAL (Parasuraman, et al. 1988) para determinar las dimensiones del servicio, pues según afirman, con dicho instrumento las dimensiones dependen de la categoría de servicio investigado. Las dimensiones obtenidas por el QUESC se centran en el ambiente, actitud de los empleados, fiabilidad, información, programación, consideración personal, precio, exclusividad, privacidad, conveniencia, estimulación y oportunidad social. Según los autores, de las doce dimensiones halladas, solo siete muestran correspondencia con la escala de Parasuraman et al. (1988).

Alexandris et al. (2004) estudian la relación existente entre la calidad de servicio, la satisfacción del consumidor y el compromiso psicológico en un club de salud. Estos autores aplican el modelo de Brady y Cronin (2001) a la industria del fitness. Como principales conclusiones se puede citar que el entorno físico y la calidad del resultado son las dos dimensiones de calidad que tienen una influencia significativa sobre la satisfacción. Además, la

satisfacción tiene a su vez una mayor influencia sobre las comunicaciones boca a oído que sobre el compromiso psicológico.

Por otra parte, Afthinos, Theodorakis y Nassis (2005) aplican el cuestionario QUESC en su versión de expectativas para determinar como estas pueden segmentar o diferenciar a los usuarios de instalaciones en función de variables sociodemográficas o variables como el tipo de instalación y los motivos de asistencia. Estos investigadores han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre los hombres y mujeres y entre los usuarios de instalaciones públicas y privadas respecto a sus expectativas de calidad.

Los servicios Deportivos Municipales del Ayuntamiento de Paterna (Valencia), abordaron a lo largo del periodo 2000-2003, la implantación del Sistema de Gestión de Calidad Total (SGCT) bajo las directrices del Modelo Europeo de Excelencia Empresarial. Núñez (2005) estudió la forma de implantación y los resultados obtenidos, realizando un análisis del desarrollo y el impacto de una iniciativa de reforma funcional emprendida en el contexto de un servicio de la Administración Local. Tras el estudio llevado a cabo en los servicios deportivos de la población, Núñez (2005) concluyó que con carácter general, en determinados indicadores de rendimiento la organización mostró evidencias de mejora, en cambio, en cuanto a los indicadores de percepción del cliente interno y externo mostró índices de estabilidad tras los dos años de trabajo del sistema, por lo que sugieren una perspectiva más a largo plazo para evaluar de forma más apropiada el impacto producido por los cambios llevados a cabo.

En esta misma línea y debido al interés que suscitan, en relación a los servicios deportivos municipales encontramos aportaciones académicas que estudian el área de la gestión del deporte, concretamente la satisfacción de los usuarios y la calidad de servicio (Dorado y Gallardo, 2004). Al no existir un consenso a la hora de analizar la calidad del servicio en este tipo de servicios, Martínez y Martínez (2009) proponen una técnica novedosa y creativa para analizar la calidad percibida mediante los mapas conceptuales de marca. Las ideas y los conceptos sobre la calidad de servicio, según los autores, surgen de manera espontánea en el consumidor estableciendo su propio concepto de calidad de servicio. Tras el estudio, Martínez y Martínez (2009) llegan al consenso que aspectos como la amplitud de horarios, la buena cualificación por parte de los monitores y el bajo coste del servicio, son las variables que más tienen en cuenta los usuarios de los servicios deportivos municipales.

Muestra de que los estudios de calidad en los servicios deportivos municipales son de interés, Dorado (2007) determina siete factores de calidad en servicios deportivos municipales como son el coste, el personal, las instalaciones, el funcionamiento general, calidad y quejas. El elemento mejor valorado es el personal y el peor las instalaciones deportivas.

En relación a la calidad de servicio percibida en los servicios deportivos, destacamos un estudio desarrollado a partir de investigaciones preliminares que aporta una herramienta de medida de la calidad de servicio y de la satisfacción de los alumnos de unas escuelas de vela públicas (Calabuig, 2005). Del análisis de

los resultados destaca como la calidad es percibida de forma diferente en función de diversas variables sociodemográficas. Este autor también aporta las dimensiones de calidad que definen el servicio como son: 1) la comida, 2) el tiempo libre, 3) las clases, 4) la limpieza, 5) el material náutico, 6) comida complementaria, 7) horarios, 8) conserjería, 9) estado del entorno, y 10) la teoría.

En la misma línea y mostrando un interés por la investigación sobre calidad en el ámbito de la gestión del deporte, Bodet (2006), analiza la satisfacción de los usuarios de los servicios de diversos clubs de fitness en Francia. Con una muestra de conveniencia encuentra que hay cuatro grandes elementos que influyen en la satisfacción de los usuarios. El primero de ellos lo denomina clave, al segundo básico, al tercero secundario y al cuarto lo cita como los elementos añadidos.

En esta misma línea de análisis de la calidad entorno a la gestión en el deporte, Mañas, Jiménez, Muyor, Martínez-Tur y Moliner (2008), estudian la capacidad que tienen las dimensiones de calidad de servicio en cuanto a los tangibles a la hora de predecir la satisfacción de los clientes. Para ello realizaron un estudio de campo con la participación de 556 usuarios de un centro deportivo de Almería, lo que suponía el 97,5% de los clientes que habitualmente acudían a la instalación. Los resultados indicaron que las dimensiones de tangibles (recepción, vestuarios y espacios deportivos) de la calidad de servicio lograban predecir una cantidad de varianza adicional y significativa de la satisfacción del usuario, más allá de los efectos de la calidad de la interacción social.

La calidad de los servicios deportivos y la satisfacción de los usuarios, sigue siendo un área de gran desarrollo en el ámbito de la gestión deportiva, muestra de ello la percibimos en la inquietud por seguir analizando la calidad de servicio con el fin de conseguir una mejora continua y Calabuig, Quintanilla y Mundina (2008) manifiestan dicho interés en el estudio realizado en las escuelas públicas de actividades náuticas. La escala de calidad percibida estaba determinada mediante diez dimensiones de calidad, entre las cuales, las clases, el material náutico y el tiempo libre fueron las mejor valoradas y por el contrario, la comida complementaria y el entorno náutico fueron las peor valoradas. Los autores encontraron diferencias estadísticamente significativas en la valoración en función del género, la edad, la instalación y el nivel de implicación del usuario.

Esa inquietud por ofrecer una mejora en los servicios deportivos debe de tener una evaluación continua mediante estudios de calidad, por ello se suceden diferentes aportaciones novedosas en relación a la medición de la calidad de servicio percibida por los usuarios de servicios deportivos (Martínez y Martínez, 2009). La creación de un nuevo software que ayude en la gestión deportiva utilizando las nuevas tecnologías de la información al servicio de la mejora y la actualización de la gestión deportiva, es una preocupación de Gallardo, García-Tascón y Burillo (2008). La gestión de la instalación, la gestión de los recursos humanos y de los clientes puede mejorarse con la utilización de las nuevas tecnologías.

En esta misma línea y con la intención de que los gestores puedan evaluar periódicamente la calidad de su servicio Rial, Varela, Rial y Real (2010), crean una escala denominada QSport-10, que únicamente consta de diez ítems, para medir la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de centros deportivos.

Con esta revisión bibliográfica sobre la calidad de servicio percibida en general y sobre los servicios deportivos en particular se puede observar como la investigación sobre calidad se ha centrado en gran parte a determinar la dimensionalidad de este concepto.

Debido a la dificultad de establecer las dimensiones de la calidad que sean válidas para todos los servicios, muchas investigaciones se realizan desarrollando instrumentos de medida propios y adaptados al servicio estudiado, pues con ello se obtienen más beneficios sobre todo a nivel de gestión de un modo operativo. Las dimensiones de calidad de servicio que puedan ser reproducidas en todos los servicios es una línea de investigación que se está desarrollando, aunque es palpable y algunos estudios lo demuestran (Brown, Churchill y Peter, 1993; Carman, 1990), que será muy difícil conseguir el objetivo. Las diferentes categorías de servicios tienen características específicas que en otras categorías no se repiten o están minimizadas. Esto dificulta en gran medida el establecer una dimensionalidad de calidad de servicio generalista.

Uno de los ámbitos importantes relacionados con los servicios deportivos son los eventos, por ello y debido a su importancia, hemos creído conveniente crear un apartado para poder realizar un análisis detallado de los trabajos más destacados que aparecen en

la literatura en relación al estudio de la calidad y la satisfacción en los eventos deportivos.

3.5.- La calidad en los eventos deportivos.

La problemática entorno a la utilización de un método de análisis u otro se repite en la evaluación de la calidad de servicio en los eventos deportivos. En el estudio de la calidad percibida y la satisfacción de espectadores de eventos deportivos se producen casos similares a los planteados anteriormente, pues hay autores que han adaptado la herramienta SERVQUAL a los eventos objeto de estudio y otros autores que han optado por diseñar sus propias herramientas de evaluación adaptándolas al servicio con pretensión de analizar.

Autores como O'Neill, Getz y Carlsen (1999), evalúan la calidad de servicio de un evento deportivo utilizando una escala desarrollada a partir de las cinco dimensiones propuestas por el modelo SERVQUAL aunque las reducen proponiendo tres factores: elementos tangibles, el personal y otros servicios.

Theodorakis, Kambitsis, Laios y Koutelios (2001) analizan la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los espectadores de deporte profesional. Los datos se obtienen a partir de un cuestionario sobre calidad de servicio propuesto por los autores, el SPORTSERV. Este instrumento se desarrolla a partir del SERVQUAL y comparte las cinco dimensiones propuestas por Parasuraman, et al. (1988). Los resultados indican que en el evento

de baloncesto estudiado, las dos dimensiones que adquieren mayor importancia son las de accesibilidad y elementos tangibles. En su conjunto, las cinco variables predicen el 40% de la varianza, y son las dimensiones de fiabilidad y elementos tangibles las que tienen una fuerte influencia sobre la predicción de la satisfacción.

Hightower, Brady y Baker (2002) analizan la influencia del ambiente del servicio sobre las intenciones futuras. Kelley y Turley (2001) desarrollan una escala de medida de la calidad percibida específica para un evento deportivo. A través de un análisis factorial afirman que los factores que determinan los atributos de calidad del evento son nueve (empleados, precio, accesos, servicios complementarios, confort, experiencias con el juego, showtime, conveniencia y fumar) y los compara con diferentes variables sociodemográficas.

Rodríguez, Agudo, García y Herrero (2003) realizan un trabajo en el cual adaptan la escala de Parasuraman, et al. (1998) a los eventos futbolísticos. Estos autores proponen una reducción del SERVQUAL original de 22 ítems a uno adaptado de 13 ítems. El trabajo se desarrolló en un estadio de la primera división de fútbol española, perteneciente al Real Racing Club de Santander y se identificaron cuatro factores de calidad percibida, a los que denominaron “Servicios”, “Personalidad”, “Instalaciones” y “Nivel de la plantilla”.

Dale, van Iwaarden, van der Wiele y Williams (2005), realizan un estudio donde miden la calidad percibida de los espectadores de un club de rugby. Encuentran una serie de factores que inciden en la asistencia y captación de nuevos y/o antiguos aficionados.

Otra aportación importante, por su novedad, es la realizada por Mundina, Quintanilla, Sanpedro, Calabuig y Crespo (2005) en los Juegos Mediterráneos de Almería. Estos autores analizan la calidad de servicio percibida por los deportistas de estos juegos a través de una adaptación de la escala SERVQUAL en la versión de percepciones. Los principales resultados encontrados indican que las dimensiones de calidad mejor valoradas fueron la seguridad y la empatía. El análisis factorial exploratorio realizado por estos autores propuso cuatro dimensiones, una menos de las indicadas por los autores de SERVQUAL. Los dos factores que se agruparon conformando uno único fueron, fiabilidad y capacidad de respuesta.

Con el propósito de conseguir mayor asistencia de público a los partidos de las categorías inferiores de hockey, Zhang, Lam, Connauhton, Bennett y Smith (2005), realizan un estudio en el cual crean una escala que mide la satisfacción de los espectadores en las categorías inferiores de hockey. El procedimiento de creación de la escala se desarrolló en tres fases. En primer lugar realizaron la formulación de una escala preliminar y su posterior prueba de validez, a continuación realizaron un prueba inicial de la herramienta y su análisis mediante el análisis factorial exploratorio y, finalmente, el análisis factorial confirmativo. Tras el análisis realizado de la escala, los autores proponen cuatro factores que definen la satisfacción de los espectadores de hockey, éstos son: servicio de entradas, la competición, los servicios del estadio y la accesibilidad.

Tras la organización y la posterior realización de un evento deportivo, la asistencia de espectadores que den sentido a la consecución del mismo es una gran preocupación, pero aún lo es más, la fidelización posterior de dichos espectadores, es decir, analizar sus intenciones futuras con el fin de dar una continuidad de asistencia, evento tras evento. Esta preocupación que también aborda el presente trabajo, es compartida por Yusof y See (2008). Los autores consiguen relacionar cuáles son las influencias que pueden incidir sobre la satisfacción de los espectadores de la liga profesional de fútbol de Malasia. Proponen dos factores claramente diferenciados, por un lado, los factores del estadio, que ellos denominan “sportscape” y por el otro, la calidad del equipo. El estudio de Yusof y See (2008), revela que tanto “sportscape” total, como la calidad total del equipo, son factores que predicen la satisfacción de los espectadores e influyen en su asistencia a posteriores partidos. Los resultados del estudio sugirieron que para los espectadores de la liga de fútbol profesional de Malasia, aspectos como la accesibilidad, la comodidad de su asiento, la animación, el personal que les atiende y el coste de la entrada son tan importantes como el contar con grandes estrellas en el equipo (Yusof y See, 2008).

En la misma línea de estudio y relación entre la satisfacción y la lealtad, Kao, Huang y Yang (2007), argumentan que la mayoría de la población de Taiwán prefiere seguir los eventos deportivos por televisión. Debido a esta causa, deciden analizar cuáles son los elementos que despiertan el afecto o las sensaciones, que provocan al espectador seguir asistiendo al estadio a ver los partidos de la

liga profesional de baloncesto en Taiwán, siendo éste el deporte estrella de la nación. Analizan la influencia de los elementos experimentales, tales como la sorpresa, la participación e inmersión en intenciones experimentales de la satisfacción y de la lealtad. Este estudio recogió una muestra de 452 sujetos durante los partidos de baloncesto de la liga regular. Kao et al. (2007), concluyen que los tres elementos experimentales, la sorpresa, la participación y la inmersión tiene una relación directa sobre las intenciones y la lealtad, que se manifiestan en la experiencia emocional, la actitud experimental y la satisfacción experimental respectivamente.

El desarrollo de la industria del deporte es una política que cada vez cobra mayor importancia en muchos países. La formación y el desarrollo de la industria del deporte profesional es provechoso para el crecimiento de otras industrias y por lo tanto, provechoso para la prosperidad y el crecimiento económico. Este crecimiento está relacionado con el desarrollo de cada país, por lo que el análisis de la calidad y la satisfacción, está siendo de vital importancia con la intención de mejorar los servicios de los eventos deportivos y así fidelizar a los consumidores de tales eventos.

El poco consenso encontrado en la literatura entorno al uso de escalas estandarizadas para valorar las percepciones de los espectadores, llevan a definir la utilización de un método de consulta de expertos, como es el Delphi, para la elaboración de una escala de medida de la calidad percibida de los espectadores de eventos deportivos. Este método tal y como hemos comentado anteriormente también fue utilizado por Cristóbal y Gómez (1999).

Para ello Calabuig y Crespo (2009), escogieron una metodología mixta que combinaba el método Delphi, la encuesta y la intervención del grupo investigador, esto les produjo una interesante relación entre la información recogida y la economía de tiempo. Durante el proceso, sometieron un cuestionario a la opinión de un panel de expertos en gestión deportiva y una muestra de espectadores, los cuales determinaron que los factores clave para la calidad de los eventos deportivos son los tangibles, la accesibilidad, el personal, los servicios complementarios y las relaciones entre espectadores. A partir del citado trabajo, lograron elaborar una escala de medida de la calidad percibida para los espectadores de eventos deportivos, la cual ha sido puesta en práctica en diferentes eventos y bautizada con el nombre de EVENTQUAL.

En la misma línea de investigación de análisis de la calidad percibida, Pérez, Crespo y Calabuig (2008a) pusieron a prueba el cuestionario EVENTQUAL, con adaptaciones menores. En esta ocasión el modelo de cuestionario fue utilizado en un evento deportivo puntual con el fin de analizar la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores de la 7ª Reunión internacional de atletismo (RIA) ciudad de Valencia. La escala demostró buenos índices de fiabilidad, pues superaba el balance de 0,8 propuesto por diversos autores Nunnally (1987) y Peterson (1994). De dicha escala de calidad se desprendieron cuatro dimensiones, accesibilidad, tangibles, personal y servicios complementarios. Los autores no encontraron diferencias estadísticamente significativas

en función de la edad, el género y la practica deportiva, pero sí en función del grado de asistencia a eventos deportivos.

En definitiva, estos son algunos de los trabajos de investigación que se han desarrollado en el ámbito de la calidad de servicio en entidades deportivas. En cualquier caso, resulta evidente que es necesaria más investigación en el ámbito de la gestión deportiva, concretamente en eventos deportivos para disponer de información que pueda mejorar el éxito en las decisiones que se deban tomar.

Es por ello que este trabajo pretende aportar algunas evidencias más sobre como poder analizar la calidad del servicio que se ofrece en los grandes eventos deportivos. El análisis de la calidad percibida de los espectadores se ha llevado a cabo mediante la escala tridimensional de Brady y Cronin (2001) y el análisis de la calidad percibida de los deportistas mediante la escala de calidad percibida Servqual de Parasuraman, et al. (1988) tal y como comentaremos con detalle más adelante.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA.

4.- METODOLOGÍA.

Una metodología apropiada es determinante a la hora de aportar rigor, fiabilidad y validez a los resultados de la investigación. Durante el presente capítulo analizamos la metodología utilizada en el estudio de la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores y los deportistas asistentes al 44º Cpto. de España de atletismo en pista cubierta, y al 12º Cpto. del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia, realizados ambos en el velódromo Luís Puig de Paterna (Valencia).

4.1.- Muestra.

El trabajo de campo, referido a la administración y recogida de cuestionarios tanto para deportistas como espectadores, se desarrolló el 23 y 24 de febrero de 2008 durante el Campeonato de España de atletismo en pista cubierta y el 7, 8 y 9 de marzo de 2008 durante el Campeonato del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta, ambos celebrados en el velódromo Luís Puig de Paterna (Valencia).

La muestra en el caso de los deportistas del Campeonato de España se compone de 72 sujetos. Hubo un total de 477 inscripciones de las cuales 231 corresponden a hombres y 246 a mujeres (Web. RFEA 08). En relación a los espectadores se cuenta con una muestra de 450 sujetos de los 3500 aproximadamente asistentes al evento. En el caso de los deportistas del Campeonato del Mundo de atletismo se recogió una muestra de 99 sujetos de las 652

inscripciones de las cuales 376 corresponden a hombres y 276 a mujeres (Web. RFEA 08). En el caso de los espectadores se cuenta con una muestra de 666 sujetos de los 7400 aproximadamente asistentes al evento deportivo.

En la tabla 4.1, podemos observar tanto la participación como la asistencia de deportistas y espectadores que se inscribieron o asistieron a ambos eventos respectivamente, dichos datos fueron facilitados por la organización y se pueden encontrar en la página Web de la Real Federación Española de Atletismo. A si mismo, se muestra tanto los cuestionarios recogidos en ambas competiciones como finalmente aquellos que consideramos válidos para el objeto de estudio.

Tabla 4.1.- Deportistas y espectadores asistentes al Cpto. España y Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta.

	Cpto. de España			Cpto. del Mundo		
	Asistencia	NT	N	Asistencia	NT	N
Deportistas	477	97	72	652	125	99
Espectadores	3500	492	450	7500	698	666

NT: Número total de cuestionarios recogidos
N: Cuestionarios válidos.

El cuestionario para los espectadores se administró en las gradas de la instalación deportiva durante los últimos momentos de la competición y una vez finalizada la misma. Los datos de los espectadores que asistieron a ambos eventos, tal y como hemos comentado anteriormente, fueron ofrecidos por la organización.

El cuestionario para los deportistas se administró en diferentes momentos y lugares, pues su localización no estaba tan focalizada como la de los espectadores que cada día se daban cita en la instalación donde se desarrollaba el evento. Los deportistas, por un lado fueron encuestados en la instalación tras haber finalizado su participación en la competición, por otro lado, en los autobuses que la organización ofrecía como servicio de transporte para regresar a su lugar de alojamiento, y finalmente en el back-stage del podium de la entrega de medallas, pues un número considerable de cuestionarios fueron rellenados por deportistas medallistas en ambas competiciones.

Para conocer las características de la muestra se ha analizado la distribución de los espectadores según diferentes variables como fueron: el sexo, la edad, la práctica deportiva, la formación académica y si había asistido previamente a diferentes eventos deportivos con anterioridad a la competición objeto de estudio, fueran o no de atletismo.

Para conocer las características de la muestra de los deportistas se ha analizado su distribución según diferentes variables como fueron: la edad, el sexo, la prueba en la que participaban los deportistas, la nacionalidad (sólo en el caso del Campeonato del Mundo), su participación con anterioridad en competiciones internacionales (sólo en el caso del Campeonato de España) y el momento de su participación en la competición cuando rellenaban el cuestionario (sólo en el caso del Campeonato del Mundo).

4.1.1.- Características de la muestra de los espectadores.

La distribución de la muestra respecto a la edad, el sexo, la práctica deportiva de los espectadores, su formación académica y su grado de asistencia a los eventos deportivos, son analizados durante el presente apartado.

4.1.1.1.- Edad de los espectadores.

La edad de los espectadores de ambas competiciones se segmentó en tres grupos, el primero comprendía las edades de 18 a 23 años, el segundo grupo de 24 a 35 años y finalmente el grupo de los espectadores mayores de 35 años.

Tabla 4.2.- Edad de los espectadores del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo de atletismo.

EDAD	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
De 18 a 23 años	84	18,7	182	27,3
De 24 a 35 años	176	39,1	274	41,1
Mayores de 35 años	190	42,2	210	31,5
Total	450	100,0	666	100,0

En la tabla 4.2 podemos observar como durante el Cpto. de España son mayoría los espectadores con una edad superior a los 35 años. Concretamente, el 42,20% del total de espectadores encuestados son mayores de dicha edad, a diferencia del Cpto. del Mundo donde el grupo más representativo está compuesto por los espectadores de entre 24 a 35 años. El dato que es coincidente en ambas

competiciones representa al grupo menos numeroso que en este caso es el más joven, con un total de 18,70% y 27,30% respectivamente.

4.1.1.2.- Sexo de los espectadores.

Si analizamos el sexo de la muestra de los espectadores de ambas competiciones podemos concluir diciendo que del total de los 450 cuestionarios válidos durante el Cpto. de España, 270 fueron realizados por hombres que suponen el 60%. Las mujeres realizaron un total de 180, que supone el 40% de la muestra. Mientras que durante el Cpto. del Mundo la muestra analizada en función del sexo es prácticamente idéntica a la anterior competición, pues de los 666 cuestionarios válidos, 398 fueron realizados por hombres lo que supone el 59'8%, mientras que 268 fueron realizados por mujeres lo que supone el 40'2%, datos reflejados en la tabla 4.3.

Tabla 4.3.- Distribución porcentual del sexo de los espectadores.

SEXO	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Hombre	270	60,0	398	59,8
Mujer	180	40,0	268	40,2
Total	450	100,0	666	100,0

4.1.1.3.- Formación académica de los espectadores.

La variable que hace referencia a la formación académica de los espectadores surge de las preguntas planteadas a posteriori por el

grupo investigador tras la investigación realizada durante la Reunión Internacional de atletismo Ciudad de Valencia un año anterior a la competición objeto de estudio. En dicho trabajo analizamos la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores de esa competición, y se pensó que para futuros trabajos deberíamos añadir una nueva variable en la que analizáramos el perfil académico del espectador que asiste a eventos deportivos de atletismo. Por lo tanto, para el presente estudio quisimos conocer el nivel académico de los espectadores de asistirían a ambas competiciones de atletismo, pues pensamos que el espectador que asiste a este tipo de eventos podría contar con un perfil académico determinado.

Se añadió una nueva variable donde preguntábamos al espectador si carecía de estudios, si contaba con estudios primarios, secundarios o había cursado estudios universitarios. Los datos que representamos en la tabla 4.4 hacen referencia al Cpto. de España y al Cpto. del Mundo.

Tabla 4.4.- Formación académica de los espectadores.

FORMACIÓN ACADÉMICA	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Sin Estudios	2	0,4	2	0,3
Estd. Primarios	33	7,3	41	6,2
Estd. Secundarios	148	32,9	221	33,2
Estd. Universitarios	267	59,3	402	60,4
Total	450	100,0	666	100,0

Es importante destacar, tal y como podemos observar en dicha tabla, que en ambas competiciones el 60% de los espectadores admite tener estudios universitarios, el 33% estudios secundarios, y una mínima representación de la muestra admite no haber cursado estudios o tener simplemente estudios primarios.

4.1.1.4.- Práctica deportiva de los espectadores.

Una nueva característica de la muestra pretende analizar el nivel de práctica deportiva que realizan los espectadores de ambas competiciones. Preguntamos a los espectadores sobre el número de veces que practicaban deporte a la semana o si por el contrario no practicaban deporte. Establecemos como criterio de actividad deportiva practicar deporte al menos dos veces a la semana. Tanto durante el Cpto. de España, como durante el Cpto. del Mundo, la mayoría de los espectadores admiten practicar deporte cuatro veces o más por semana. En ambas competiciones existen pequeñas diferencias que podemos observar en la tabla 4.5.

Tabla 4.5.- Práctica deportiva de los espectadores.

PRÁCTICA DEPORTIVA	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No practica	78	17,3	65	9,8
1 vez por semana	34	7,6	56	8,4
2 veces por semana	76	16,9	126	18,9
3 veces por semana	110	24,4	146	21,9
4 o + veces por semana	152	33,8	273	41,0
Total	450	100,0	666	100,0

4.1.1.5.- Asistencia a eventos deportivos.

Finalmente, la última característica de la muestra de espectadores estudiada hace referencia al grado de asistencia a eventos deportivos, es decir, queríamos conocer la experiencia con la que contaba el espectador que asistía a estos dos eventos en concreto. Para analizar esta característica hemos preguntado por la asistencia a eventos deportivos de otra índole y de atletismo. En un primer análisis se puede observar como durante el 44º Cpto. de España el 2,40% de los espectadores era la primera vez que asistía a un evento deportivo y el 97,60% ya había asistido a otros eventos deportivos con anterioridad.

Datos muy parecidos observamos en el análisis realizado durante el 12º Mundial de Atletismo, el 4,70% de los espectadores era la primera vez que asistía a un evento deportivo, y el 95,30 ya había asistido con anterioridad a otros eventos deportivos.

Tabla 4.6.- Asistencia a eventos deportivos como espectador.

ASISTENCIA EVENTOS	Cpto. España		Cpto. Mundo	
	n	%	n	%
Es la primera vez que asisto a un evento deportivo.	11	2,4	31	4,7
He asistido SOLO a eventos deportivos de ATLETISMO	36	8,0	37	5,6
He asistido a otros eventos deportivos pero NO de ATLETISMO.	47	10,4	131	19,7
He asistido ANTES a OTROS eventos deportivos y de ATLETISMO.	356	79,1	467	70,1
Total	450	100,0	666	100,0

Concretando más, durante el Cpto. del Mundo, el 5,60% de los espectadores habían asistido únicamente a eventos de atletismo, en cambio el 19'70% de los espectadores habían asistido a otro tipo de eventos deportivos pero no eran de atletismo, y finalmente, el 70'10% afirma que ha asistido a todo tipo de eventos deportivos. Estos datos se pueden observar en la tabla 4.6.

4.1.2.- Características de la muestra de los deportistas.

Para conocer las características de la muestra se ha analizado la distribución de los deportistas según diferentes variables como fueron, la edad, el sexo, la nacionalidad (sólo en el caso del Cpto. del Mundo), la prueba en la que participaban, su participación con anterioridad en competiciones internacionales (sólo en el caso del Cpto. de España) y el momento de participación en la competición cuando rellenaban el cuestionario (sólo en el caso del Cpto. del Mundo).

4.1.2.1.- Edad de los deportistas.

La edad de los deportistas de la muestra de ambas competiciones celebradas en el Velódromo Luís Puig de Paterna (Valencia), se segmentó en tres grupos al igual que los espectadores, pero evidentemente los rangos de edad utilizados para los espectadores no podían coincidir con los de los deportistas, por lo tanto, el primer grupo de edad englobaba a los deportistas hasta 21 años, el segundo grupo comprendía las edades de entre 22 y 25 años, y finalmente el tercer grupo a los deportistas mayores de 26 años.

En la tabla 4.7 podemos observar como en la muestra de los deportistas del Cpto. de España tiene una mayor representación el grupo de edad superior a los 26 años. Concretamente, el 44,4% del total de deportistas encuestados son mayores de dicha edad. En la muestra del Cpto. del Mundo, ocurre algo muy parecido pero la diferencia no es tan destacada como en la competición anterior, el grupo más representativo está compuesto por los deportistas mayores de 26 años pero con valores muy similares al grupo que representa la edad de entre 22 a 25 años.

La edad mínima en la muestra del Cpto. de España fue de 17 años y el deportista de mayor edad, contaba con 44 años, la muestra obtuvo una media de edad de 25 ($\pm 4,66$) años. La edad mínima de la muestra durante Cpto. del Mundo, fue de 17 años y el deportista de mayor edad tenía 35 años, la muestra de dicha competición obtuvo una media de 25,36 ($\pm 3,67$) años.

Tabla 4.7.- Edad de los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo IAAF de Atletismo.

EDAD	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Hasta 21 años	17	23,6	12	12,1
Entre 22 y 25 años	23	31,9	42	42,4
Mayores de 26 años	32	44,4	45	45,5
Total	72	100,0	99	100,0

4.1.2.2.- Sexo de los deportistas.

Si analizamos el sexo de los deportistas en la muestra de ambas competiciones podemos concluir que del total de los 72

cuestionarios válidos durante el Cpto. de España, 40 fueron realizados por hombres que suponen el 55,6%, y las mujeres realizaron un total de 32, que supone el 44,4% de la muestra. Durante el Cpto. del Mundo la muestra analizada en función del sexo de los deportistas reflejó los datos que podemos observar en la tabla 4.8. De los 99 cuestionarios válidos, 40 fueron realizados por hombres lo que supone el 40'4%, mientras que 59 fueron realizados por mujeres lo que supone el 59'6%.

Tabla 4.8.- Distribución porcentual del sexo de los deportistas.

SEXO	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Hombre	40	55,6	40	40,4
Mujer	32	44,4	59	59,6
Total	72	100,0	99	100,0

4.1.2.3.- Nacionalidad de los deportistas.

A pesar de que durante la celebración del Cpto. de España de atletismo en pista cubierta estaba abierta la participación a deportistas de otras nacionalidades, en dicha competición los 72 cuestionarios de la muestra obtenida que se analizaron coincidieron íntegramente con deportistas de nacionalidad española. Por el contrario, durante el Cpto. del Mundo quisimos conocer la nacionalidad de los deportistas encuestados, ya que según datos de la IAAF (Web. RFEA 08), el Mundial de Valencia 2008 estableció un nuevo record de países participantes, en total 159, veinte más de los que participaron en Budapest en la edición anterior.

La distribución de dicha muestra podemos observarla en la tabla 4.9, donde se aprecia la nacionalidad y el número de deportistas encuestados de dicho país.

Tabla 4.9.- Nacionalidad de los deportistas Cpto. del Mundo.

Nacionalidad	Cpto. Mundo		Nacionalidad	Cpto. Mundo	
	N	%		N	%
Bahamas	2	2,0	Suecia	3	3,0
Alemania	4	4,0	Portugal	6	6,1
EEUU	16	16,2	Sudán	1	1,0
Cuba	2	2,0	Bélgica	2	2,0
Polonia	3	3,0	Gran Bretaña	6	6,1
Rusia	11	11,1	Jamaica	1	1,0
República Nauru	1	1,0	Islas Vírgenes	1	1,0
Guayana	1	1,0	Nigeria	2	2,0
Marruecos	3	3,0	Saint Kytts	1	1,0
Australia	3	3,0	Brasil	1	1,0
Mali	1	1,0	Etiopía	2	2,0
España	2	2,0	Venezuela	1	1,0
Canadá	1	1,0	Grecia	1	1,0
República Checa	4	4,0	Eslovenia	1	1,0
Burundi	1	1,0	Qatar	1	1,0
Kenya	4	4,0	Costa Rica	1	1,0
Nueva Zelanda	3	3,0	Bermudas	1	1,0
Sudáfrica	1	1,0	Fiji	1	1,0
Seychelles	1	1,0	Ucrania	2	2,0
Total	99	100,0			

De este modo y con el fin de tener una visión más global de la participación de los deportistas durante la competición de carácter internacional, hemos agrupado a los 99 deportistas encuestados

durante el Cpto. del Mundo IAAF de Atletismo de Valencia por continentes, quedando la representación que se puede observar en la tabla 4.10.

Tabla 4.10.- Deportistas por continentes del Cpto. del Mundo.

Continentes	Cpto. del Mundo	
	Países	Deportistas
África	10	17
América	12	29
Asia	2	13
Europa	10	32
Oceanía	4	8
Total	38	99

4.1.2.4.- Prueba de los deportistas.

Otra de las variables analizadas y de interés para el estudio fue la prueba en la que participaban los deportistas en función de cada competición. Competición al aire libre o en pista cubierta. En un campeonato nacional o en un mundial las pruebas difieren. En este caso, analizados los 72 cuestionarios de la muestra de deportistas del Cpto. de España y los 99 cuestionarios válidos de la muestra del Cpto. del Mundo, podemos observar en la tabla 4.11 la relación de participantes en cada prueba.

Tal y como comentábamos anteriormente, en función de cada competición se realizan unas pruebas u otras, en el caso del Cpto. de España no se realiza la prueba de velocidad de 4 x 400 y en el caso del Mundial la prueba que se elimina de la competición es la de 200 metros, es por ese motivo que no obtuvimos muestra de

deportistas en esas pruebas como se observa en la tabla 4.11. En todas las demás modalidades ya sean carreras o concursos obtuvimos representación aunque fuera mínima de deportistas.

Tabla 4.11.- Relación de deportistas y pruebas de participación en el Cpto. de España y en el Cpto. del Mundo.

PRUEBAS	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
60 m.	4	5,6	12	12,1
60 m. v.	10	13,9	11	11,1
200 m.	4	5,6		
400 m.	7	9,7	12	12,1
800 m.	11	15,3	8	8,1
1500 m.	2	2,8	4	4,0
3000 m.	3	4,2	12	12,1
S. Altura	5	6,9	3	3,0
S. Pértiga	2	2,8	7	7,1
S. Longitud	3	4,2	8	8,1
Triple Salto	3	4,2	6	6,1
L. de Peso	7	9,7	8	8,1
Heptathlon	6	8,3	0	0
Pentathlon	5	6,9	4	4,0
4 x 400 m.			4	4,0
Total	72	100,0	99	100,0

4.1.2.5.- Participación en competiciones internacionales.

Durante el Cpto. de España quisimos conocer de la muestra si los deportistas que participaban en dicha competición y por lo tanto expuestos a ser encuestados habían sido internacionales en alguna

ocasión, pues consideramos importante el hecho de que contaran con experiencia en otras competiciones internacionales a la hora de valorar el evento objeto de estudio.

Como se puede observar en la tabla 4.12, la gran mayoría de los deportistas españoles en alguna ocasión habían participado en una competición internacional con anterioridad al 44º Cpto. de España de atletismo en pista cubierta de Valencia.

Tabla 4.12.- Participación en competiciones internacionales.

Competiciones Internacionales	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
He participado	65	90,3		
No he participado	7	9,7		
Total	72	100,0		

4.1.2.6.- Momento de participación del deportista.

El momento clave del deportista es su participación en la competición, por lo que una de las variables de análisis hace referencia a ese momento. Los planes de entrenamiento del deportista y su preparación durante una o varias temporadas están planificados entorno a la competición de mayor importancia, de mayor envergadura, en este caso la competición a la que nos referimos es el objeto de nuestro estudio. Esta variable fue incluida y por lo tanto analizada únicamente en la muestra obtenida durante el Cpto. del Mundo IAAF de atletismo.

La gran mayoría de los deportistas encuestados, concretamente el 81,8 % habían finalizado su participación en la competición cuando rellenaban el cuestionario. En la tabla 4.13 podemos observar los datos que hacen referencia a esta variable.

Tal y como podremos observar posteriormente, los resultados obtenidos en relación a esta variable son significativos en la percepción de la calidad de los deportistas del campeonato del Mundo de Valencia.

Tabla 4.13.- Momento de participación del deportista.

Momento de participación	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Aun no ha participado			10	10,1
Ha competido y ha finalizado			81	81,8
Ha competido y no ha finalizado			8	8,1
Total			99	100,0

4.2.- Instrumentos.

Para la recogida de datos en los distintos eventos deportivos, utilizamos un cuestionario en dos versiones diferentes para las dos muestras sometidas a estudio, uno para deportistas y otro para espectadores. La herramienta constaba de diferentes áreas fundamentadas en los trabajos desarrollados en estudios e investigaciones anteriores y en la literatura existente.

Los dos cuestionarios estaban estructurados de un modo muy similar con áreas de evaluación iguales, aunque el contenido de las

mismas varió al tener que ser adaptado al tipo de sujetos a los que se dirige, por un lado a los espectadores y por otro a los deportistas.

En este apartado se muestra la estructura del instrumento utilizado y las propiedades psicométricas de las escalas que componen las distintas áreas de evaluación del mismo.

4.2.1.- Estructura del cuestionario.

El cuestionario consta de diferentes áreas de evaluación diseñadas en función de la literatura existente. El cuestionario utilizado para el estudio de los deportistas es diferente del utilizado para los espectadores en su parte fundamental. A pesar de ello, comparten la misma estructura y parte de las áreas de análisis tal y como comentábamos anteriormente.

A continuación se exponen las áreas del cuestionario de los espectadores y de los deportistas:

Área 1: Datos sociodemográficos para deportistas y espectadores.

Área 2: Calidad Percibida. Escala de calidad percibida SERVQUAL adaptada de Parasuraman et al. (1988) para los deportistas. Escala de calidad percibida de Brady y Cronin (2001) adaptada para los espectadores del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo de atletismo.

Área 3: Calidad de servicio global. Escala de calidad de servicio adaptada de Hightower et al. (2002).

Área 4: Satisfacción General. Escala de Satisfacción general adaptada de Hightower et al. (2002).

Área 5: Elementos de la competición. Ítems adaptados de Mundina et al. (2005) para los espectadores. Valor, escala adaptada de Hightower et al. (2002) para los deportistas.

Área 6: Intenciones futuras adaptada de Mundina et al. (2005).

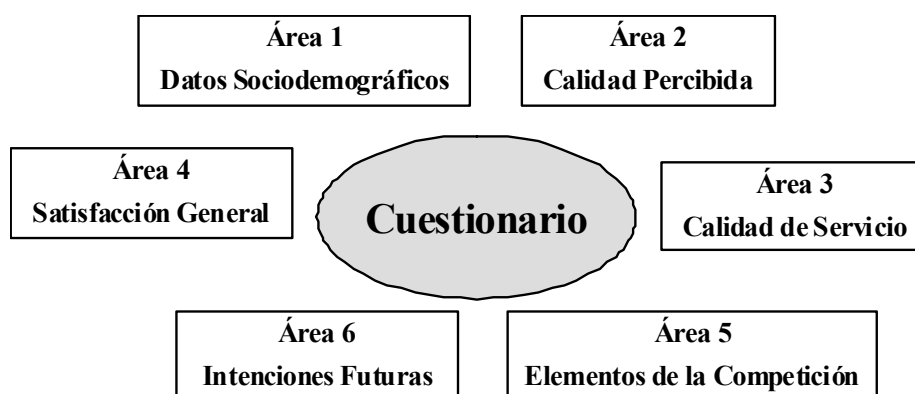


Figura 4.1.- Áreas del cuestionario de los espectadores.

La primera área del cuestionario recoge los datos sociodemográficos. En el caso de los deportistas se pregunta por la edad, el sexo, la prueba en la que participaba el atleta, la nacionalidad, y el momento de participación en la competición en el que se encontraba al rellenar el cuestionario. En el caso de los espectadores los datos sociodemográficos preguntaban por la edad, el sexo, la formación académica, la práctica deportiva y el grado de asistencia a eventos deportivos.

En la segunda área del cuestionario atendíamos la escala de calidad. Para el estudio de la calidad percibida se ha utilizado en el caso de los deportistas la escala de calidad de servicio percibida de Parasuraman et al. (1988), dicha escala es conocida con el nombre

de Servqual. La escala ha recibido ligeras modificaciones para adaptarla a la competición objeto de estudio.

Para el estudio de la calidad percibida en el caso de los espectadores se ha utilizado la escala tridimensional de calidad propuesta por los autores Brady y Cronin (2001), con adaptaciones.

La calidad de servicio global se ha medido a partir de una escala propuesta por Hightower et al. (2002). Ésta ha sufrido algunas modificaciones para adaptarla al tipo de servicio estudiado. Consta de cinco ítems y con una escala estilo Likert de 7 puntos donde contestar 1 significa estar totalmente en desacuerdo con la afirmación y 7 estar totalmente de acuerdo con la afirmación. La misma escala de calidad de servicio global se ha utilizado para deportistas y para espectadores.

El análisis de la satisfacción general tanto para deportistas como para espectadores se realizó mediante una escala de cinco ítems diseñada por Hightower et al. (2002). Dicha escala, al igual que las anteriores, ha sido traducida y adaptada tanto para el 44º Cpto. de España de atletismo como para el 12º Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia.

Únicamente en el cuestionario de los espectadores, el área que analiza los elementos de la competición cuenta con tres ítems que miden diferentes elementos de la competición como son la satisfacción con el resultado, con el arbitraje y con el rendimiento de los deportistas, ítems propuestos por Mundina et al. (2005).

En el cuestionario de los deportistas, la escala que mide el valor percibido por el servicio, es una escala compuesta por 3 ítems adaptada de la propuesta por Hightower et al. (2002).

Para analizar las intenciones futuras respecto a su asistencia a eventos deportivos se ha utilizado la escala creada por Mundina et al. (2005) con adaptaciones menores. Cabe destacar, que en el caso de los espectadores la escala sufrió la reducción de uno de sus ítems del cuestionario utilizado durante el Cpto. de España, concretamente el que hacía referencia a, “en general, no esperaría ningún problema al asistir a un evento deportivo”, tras llevar a cabo el análisis de datos previos y con el fin de mejorar dicha herramienta, se creyó oportuno reducir este ítem y no fue incluido en el cuestionario del Cpto. del Mundo.

En el cuestionario de los deportistas las intenciones futuras se han medido mediante tres ítems que están directamente relacionadas con la ciudad sede que acoge el evento.

Otra de las mejoras que se produjo en el cuestionario final que se utilizó en el Cpto. del Mundo se realizó con el fin de facilitarle al espectador un mayor entendimiento y rapidez a la hora de contestar. En el ítem número 41 del cuestionario del Cpto. del Mundo, se introdujo una escala del 1 al 10 donde el espectador únicamente debía marcar con una cruz la valoración general que hacía del evento. Durante el Cpto. de España el espectador estaba abierto a poner una nota y esto producía contestaciones que en ocasiones hacía que el cuestionario fuera descartado y no fuera considerado como válido.

Los cuestionarios de los deportistas fueron traducidos a tres idiomas por el método del back-translation por dos filólogos profesionales. Las lenguas utilizadas a tal efecto fueron: castellano, inglés, francés y ruso. Para el caso de los espectadores se utilizó el castellano.

4.2.1.1.- Estructura de la escala de calidad percibida para los espectadores.

El análisis factorial permite obtener a partir de un número (n) de variables (ítems o preguntas de un cuestionario) un número menor de variables ($n-k$) denominadas variables latentes o factores, que sintetizan la información permitiendo obtener análisis más complejos con los mismos datos y que facilitan describir la realidad.

La escala de calidad percibida para los espectadores de eventos deportivos mostró buenos índices de fiabilidad y de validez. Nuestro trabajo tiene como uno de sus objetivos el observar el comportamiento de esta escala en contextos distintos, en este caso los eventos deportivos analizados tuvieron una durabilidad de dos y tres días respectivamente refiriéndonos tanto al Cpto. de España como al Cpto. del Mundo de una única modalidad deportiva, en este caso atletismo.

Para ello hemos realizado distintos análisis de fiabilidad y de estructura factorial a través del método de componentes principales con rotación varimax.

Semanas antes en la misma instalación, previo al Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia, se realizó el Cpto. de

España, competición que sirvió tanto a la organización para poner a prueba su infraestructura y su preparación antes del evento de gran envergadura, como al grupo investigador para poner a prueba la herramienta que se pretendía utilizar para realizar el presente estudio.

En primer lugar comprobamos si la matriz de correlaciones de las variables del cuestionario del campeonato de España era una matriz apropiada para realizar un análisis factorial.

Para ello, calculamos dos estadísticos: el coeficiente de Kaiser-Meyer-Olkin que mostró un valor de KMO= ,903 y la prueba de esfericidad de Barlett (prueba de Barlett= 4951,596; sig.= ,000) que confirma que el análisis factorial es una técnica estadística que facilitará el análisis de las asociaciones lineales entre variables.

Tabla 4.14.- Coeficiente de Kaiser-Meyer-Olkin y prueba de esfericidad de Barlett para el Cpto. de España.

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,903
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	4951,496
	gl.	276
	Sig.	,000

Los datos obtenidos de la aplicación de la escala de calidad percibida de Brady y Cronin (2001), adaptada para el Cpto. de España de atletismo, han sido sometidos a un análisis de componentes principales con rotación varimax obteniendo 4 factores con una explicación de varianza del 58,96%.

La matriz factorial rotada nos agrupa las variables fuertemente correlacionadas entre sí, es decir, las variables que presentan saturaciones altas sobre un mismo factor y bajas sobre el resto. Dentro de cada grupo las variables se disponen orientadas de mayor a menor saturación y sólo se muestra las saturaciones más altas de cada variable.

En la tabla 4.15 se muestra el análisis factorial y los índices de fiabilidad de cada uno de los ítems de la escala de calidad percibida, debido a estos resultados optamos por no reducir ninguna sentencia y utilizar la misma escala para la competición posterior, el Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia.

Tabla 4.15.- Estructura factorial de la escala de calidad percibida para los espectadores del Cpto. de España de Atletismo.

ITEMS FACTORIAL	DIMENSIONES			
	Calidad Interacción (Personal)	Calidad del Resultado	Calidad Entorno (Tangibles)	Calidad Entorno (Ambiente)
Los empleados muestran disposición a ayudar a los espectadores.	,84			
Los empleados son agradables.	,82			
En general, diría que mi relación con los empleados del evento ha sido excelente.	,81			
Los empleados se preocupan por el buen desarrollo del evento.	,77			
Los empleados del evento realizan bien su trabajo.	,73			
Creo que los empleados están bien formados en su trabajo.	,69			

Metodología

Ver un espectáculo malo (no récord,.) / Ver un buen espectáculo.			,70	
Reprimir mis emociones / Expresar mis emociones.			,69	
Sentirme mal / Sentirme bien.			,65	
Ver perder a mis atletas preferidos / Ver ganar a mis atletas preferidos.			,64	
No olvidar las preocupaciones diarias / Olvidar mis preocupaciones diarias.			,64	
No disfrutar del atletismo / Disfrutar del atletismo.			,64	
Descargar tensiones / Acumular tensiones.			,62	
Pasar un mal rato / Pasar un buen rato.			,60	
La instalación reúne las condiciones para un buen desarrollo de la competición.			,79	
La instalación me ha impresionado.			,77	
En general, la instalación y el ambiente del evento son excelentes.			,75	
El diseño de la instalación permite seguir el desarrollo del evento.			,71	
Las condiciones ambientales son agradables (temperatura, luz, audición,..).			,56	
En general, los servicios complementarios (aseos, cafetería,...) son de calidad.			,47	
En este evento hay un ambiente agradable.			,49	,48
No he tenido ningún problema con el resto de espectadores.				,79
He podido expresar mis emociones sin problemas.				,77
Los espectadores tienen un comportamiento correcto.				,75
Autovalor	4,27	3,68	3,66	2,52
Porcentaje de varianza	17,79	15,36	15,28	10,52
Alfa de Cronbach	,90	,80	,82	,80

La competición previa (Campeonato de España) al evento objeto de estudio nos sirvió para poner a prueba la herramienta de medición y con ella cada una de las escalas de las que estaba compuesta, dicho cuestionario debía de evaluar la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores de un evento de mayor envergadura a nivel organizativo y con gran repercusión

internacional como fue el Mundial de atletismo en pista cubierta de Valencia.

Por lo tanto tras el análisis de fiabilidad y el análisis factorial comentado anteriormente y debido a los buenos resultados obtenidos, decidimos utilizar la escala tridimensional adaptada de Brady y Cronin (2001), para los espectadores del Cpto. del Mundo. Tras el evento y de la muestra obtenida durante la competición se volvieron a repetir los análisis calculando el coeficiente de Kaiser-Meyer-Olkin y la prueba de esfericidad de Barlett que confirma que el análisis factorial es una técnica estadística que facilitará el análisis de las asociaciones lineales entre variables, ambos resultados podemos observarlos en la tabla 4.16.

Tabla 4.16.- Coeficiente de Kaiser-Meyer-Olkin y prueba de esfericidad de Barlett para el Cpto. del Mundo.

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,921
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	7208,785
	gl.	276
	Sig.	,000

Los datos obtenidos de la aplicación de la escala de calidad de servicio durante el 12º Cpto. del Mundo de atletismo, han sido sometidos a un nuevo análisis de componentes principales con rotación varimax obteniendo los mismos 4 factores que la competición anterior con una explicación de varianza del 57,53%.

Con todo, la solución ofrecida podemos observarla en la tabla 4.17, donde se muestra la distribución de los ítem en los cuatro factores, la calidad de la interacción que hacía referencia al personal, la calidad del resultado y la calidad del entorno que a su vez, se subdividía en los tangibles y el ambiente.

Tabla 4.17.- Estructura factorial de la escala de calidad percibida para los espectadores del Cpto. del Mundo IAAF de atletismo.

ITEMS FACTORIAL	DIMENSIONES			
	Calidad Interacción (Personal)	Calidad del Resultado	Calidad Entorno (Tangibles)	Calidad Entorno (Ambiente)
Los empleados muestran disposición a ayudar a los espectadores.	,82			
Los empleados se preocupan por el buen desarrollo del evento.	,79			
Los empleados son agradables.	,79			
Creo que los empleados están bien formados en su trabajo.	,78			
Los empleados del evento realizan bien su trabajo.	,77			
En general, diría que mi relación con los empleados del evento ha sido excelente.	,76			
Pasar un mal rato / Pasar un buen rato.		,71		
Reprimir mis emociones / Expresar mis emociones.		,70		
Ver un espectáculo malo / Ver un buen espectáculo.		,70		
No disfrutar del atletismo / Disfrutar del atletismo.		,68		
No olvidar las preocupaciones diarias / Olvidar mis preocupaciones diarias.		,63		
Ver perder a mis atletas preferidos / Ver ganar a mis atletas preferidos.		,62		
Acumular tensión / Descargar tensiones.		,60		
Sentirme mal / Sentirme bien.		,54		

La instalación me ha impresionado.			,80	
La instalación reúne las condiciones para un buen desarrollo de la competición.			,75	
El diseño de la instalación permite seguir el desarrollo del evento.			,68	
En general, la instalación y el ambiente del evento son excelentes.			,62	
Las condiciones ambientales son agradables (temperatura, luz, audición,..).			,59	
En general, los servicios complementarios (aseos, cafeterías) son de calidad.			,56	
Los espectadores tienen un comportamiento correcto.				,75
No he tenido ningún problema con el resto de espectadores.				,72
He podido expresar mis emociones sin problemas.				,68
En este evento hay un ambiente agradable.			,47	,49
Autovalor	4,31	3,68	3,45	2,35
Porcentaje de varianza	17,99	15,33	14,38	9,82
Alfa de Cronbach	,91	,82	,81	,81

4.2.1.2.- Estructura de la escala de calidad percibida para los deportistas.

La escala de calidad percibida para deportistas de eventos deportivos fue adaptada del modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1988). En un principio estaba compuesta por un total de 24 ítems. Contaba con una escala modelo Likert de 7 puntos, donde contestar 1 significaba estar totalmente en desacuerdo con la afirmación y contestar 7 era estar totalmente de acuerdo con la afirmación. Al igual que hemos comentado anteriormente con el cuestionario de espectadores, la herramienta utilizada para medir la calidad percibida de los deportistas pudo ser puesta a prueba durante el Cpto. de España de atletismo competición menor y previa al evento objeto de estudio de mayor envergadura.

Los datos de la muestra obtenida durante el Cpto. de España de atletismo (72 deportistas) fueron sometidos al análisis de fiabilidad y tras los resultados obtenidos decidimos eliminar uno de los ítems, concretamente el número 24 “Durante el Cpto. de España no he tenido ningún problema con la acreditación” pues presentó un peso factorial bajo respecto al establecido a priori (0,50), su exclusión a su vez, produjo una mejora en el alfa de Cronbach (.962).

La distribución factorial de los ítems de la escala de calidad percibida para los deportistas del Cpto. de España de atletismo adaptada de Parasuraman et al. (1988), podemos observarla en la tabla 4.18.

En ella se describen cada uno de los cinco factores que desarrollaremos más adelante, como son: los tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

Tabla 4.18.- Estructura factorial de la escala de calidad percibida para los deportistas del Cpto. de España de atletismo.

TANGIBLES
1. El equipamiento de las instalaciones del Cpto. de España tiene apariencia de ser moderno.
2. Las instalaciones físicas del Cpto. de España son visualmente atractivas.
3. Los elementos materiales que utiliza el Cpto. de España son visualmente atractivos.
18. El transporte durante el Cpto. de España ha sido de calidad.
20. En general, el alojamiento durante el Cpto. de España ha favorecido mi descanso.
21. Los hoteles proporcionados por la organización son de buena calidad.
23. La alimentación durante mi estancia en Valencia ha sido de calidad.

FIABILIDAD
4. Cuando la organización del Cpto. promete hacer algo en un determinado tiempo, lo hace.
5. Cuando un deportista tiene un problema, la organización del Cpto. se interesa por solucionarlo.
6. La organización del Cpto. de España realiza bien el servicio a la primera.
7. La organización del Cpto. de España cumple con los horarios previstos.
8. La organización del Cpto. de España no comete errores.
19. En general, el transporte proporcionado por la organización ha sido puntual.

CAPACIDAD DE RESPUESTA
9. En el Cpto. de España los empleados ofrecen un servicio rápido.
10. En el Cpto. de España los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los deportistas.

SEGURIDAD
11. El comportamiento de los empleados del Cpto. de España transmite confianza al deportista.
12. Los deportistas se sienten seguros en su relación con la organización del Cpto. de España.
13. En el Cpto. de España los empleados son siempre amables con los deportistas.

EMPATÍA
14. La organización del Cpto. de España da a sus deportistas una atención individualizada.
15. El Cpto. de España tiene horarios convenientes para los deportistas.
16. La organización del Cpto. de España se preocupa por los mejores intereses de los deportistas.
17. Los empleados del Cpto. de España comprenden las necesidades de los deportistas.
22. En general, la organización del Cpto. me ha facilitado información turística sobre la ciudad.

Finalmente la escala de calidad percibida durante el Cpto. del Mundo de atletismo contó con un total de 23 ítems y mostró buenos índices de fiabilidad, con un alfa de Cronbach de ,939.

La distribución factorial de la escala de calidad SERVQUAL para los deportistas del Cpto. del Mundo quedó estructurada del mismo modo que la competición anterior en cinco dimensiones, dicha distribución podemos observarla en el anexo 3 (p. 397).

4.2.2.- Propiedades psicométricas de las escalas de medida utilizadas.

La medida recomendada para calcular la consistencia interna de un conjunto de ítems o su fiabilidad, es la proporcionada por el coeficiente alfa de Cronbach. En opinión de Churchill (1979) este coeficiente debería ser la primera medida a calcular para valorar la calidad de un instrumento y la aceptación de este coeficiente dependerá de los propósitos de la investigación. Para obtener el coeficiente de fiabilidad de las diferentes escalas se utilizó el programa estadístico SPSS v15 con licencia de la Universitat de València.

4.2.2.1.- Propiedades psicométricas de las escalas de medida para espectadores.

Para calcular el coeficiente alfa de Cronbach de las escalas de medida de los espectadores se han incluido los distintos ítems que conforman los constructos estudiados. En la tabla 4.19 se pueden observar los diferentes coeficientes alfa de Cronbach de cada escala utilizada. Todos los coeficientes menos los registrados en los ítems referidos a los elementos de la competición que rozan el nivel permitido para la investigación preliminar, se consideran buenos, pues en todos los casos superan el 0,8 propuesto por diversos

autores. Nunnally (1987) y Peterson (1994) recomiendan el 0,7 como el nivel mínimo para investigación preliminar, 0,8 para investigación básica y 0,9 en investigación aplicada.

Tabla 4.19.- Fiabilidad de las escalas utilizadas para la muestra de espectadores del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo.

ESCALAS	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	Alfa de Cronbach	Nº	Alfa de Cronbach	Nº
Calidad Percibida Total	,908	24	,906	24
Calidad del Servicio Global	,953	5	,932	5
Satisfacción General	,917	5	,898	5
Elementos de la Competición	,777	3	,740	3
Intenciones Futuras	,859	4	,877	3

La escala de calidad percibida adaptada de Brady y Cronin (2001), utilizada para el evento, obtiene un alfa de 0,908 y 0,906 para una muestra de 450 y 666 espectadores y 24 ítems, respectivamente en ambas competiciones, tanto en el Cpto. de España como en el Cpto. del Mundo denotando muy buenos índices de fiabilidad.

Tabla 4.20.- Fiabilidad de las dimensiones de calidad para la muestra de espectadores del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo.

DIMENSIONES	Cpto. de España			Cpto. del Mundo		
	Alfa de Cronbach	%	Nº	Alfa de Cronbach	%	Nº
Calidad de la Interacción (Personal)	,905		6	,912		6
Calidad del Entorno (Tangibles)	,835		6	,814		6
Calidad del Entorno (Ambiente)	,824		4	,815		4
Calidad del Resultado	,809		8	,820		8

Respecto a las dimensiones de calidad de servicio percibida que se han extraído de la muestra de espectadores, a través de un análisis factorial de componentes principales con rotación varimax, se puede decir, que todas ellas obtienen buenos índices de consistencia interna como se observa en la tabla 4.20.

La validez de las escalas queda contrastada por los trabajos que los investigadores han desarrollado y publicado en revistas de prestigio internacional.

Para analizar la calidad percibida de los espectadores en eventos deportivos se ha utilizado la escala de Brady y Cronin (2001), adaptada para el tipo de servicio.

El análisis de validez de la escala de calidad percibida 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 (Miquel, Bigné, Lévy, Cuenca, y Miquel 2000). En este caso relacionamos tal y como posteriormente comentamos la calidad percibida con la calidad de servicio global y con la satisfacción general. Estos constructos están fuertemente asociados entre sí como se puede contrastar en la literatura (Bitner,

1990; Carman, 1990; Cronin y Taylor, 1992; Parasuraman et al., 1988).

Respecto a la validez de contenido de la escala de calidad percibida adaptada de Brady y Cronin (2001), sus autores entendieron que la escala recogía todos los principales elementos a valorar en este tipo de servicios y que han sido publicados en revistas de prestigio internacional. En nuestro caso, se realizó una adaptación de dichas dimensiones a las peculiaridades del servicio ofrecido y fueron revisadas por el grupo investigador con el objetivo de verificar la corrección de la adaptación desarrollada.

Con la respuesta afirmativa de la investigación se administró el cuestionario a los usuarios descritos en el apartado de la muestra (espectadores de ambos eventos deportivos) y se procedió a realizar el análisis de fiabilidad ya mencionado y el análisis de validez y de constructo que a continuación desarrollamos. Así, con la revisión bibliográfica y la adaptación de la escala al contexto deportivo realizada entendemos que la validez de contenido queda garantizada.

Para determinar la validez de constructo hemos realizado un análisis de correlación entre los factores de calidad y la suma total de la escala de calidad percibida adaptada de Brady y Cronin (2001), con los ítems resumen de la calidad de servicio global y la satisfacción general. La calidad de servicio global y la satisfacción general se determinaron calculando unas nuevas variables. Para ello se calculó la media aritmética de cada una de las dos escalas.

El análisis de correlación entre las escalas de calidad del servicio global y la satisfacción general frente a la escala de calidad percibida total y las dimensiones que se desprendían de ella, se realizó tanto para la muestra de espectadores del Campeonato de España como para el Campeonato del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia.

Tabla 4.21.- Correlación entre la escala de Calidad Percibida Total y los factores con la Calidad de Servicio Global y la Satisfacción General de los espectadores en el Cpto. de España.

Escala y dimensiones de calidad	Cpto. de España	
	Calidad de servicio global	Satisfacción general
Calidad Percibida Total	,730(**)	,617(**)
Calidad de la Interacción (Personal)	,666(**)	,494(**)
Calidad del Entorno (Tangibles)	,620(**)	,530(**)
Calidad del Entorno (Ambiente)	,448(**)	,508(**)
Calidad del Resultado	,461(**)	,560(**)

** La correlación es significativa al nivel 0,01

Se obtuvo una correlación positiva y significativa de 0,730 y 0,617 ($p \leq 0,01$) entre la escala de calidad percibida total y calidad de servicio global y la satisfacción general respectivamente. Del mismo modo se obtuvieron correlaciones positivas y estadísticamente significativas entre todos los factores de calidad, la satisfacción general y la calidad de servicio global del Campeonato de España. Estos datos podemos observarlos en la tabla 4.21.

Tabla 4.22.- Correlación entre la escala de Calidad Percibida Total y los factores con la Calidad de Servicio Global y Satisfacción General de los espectadores en el Cpto. del Mundo.

Escala y dimensiones de calidad	Cpto. del Mundo IAAF	
	Calidad de servicio global	Satisfacción general
Calidad Percibida Total	,654(**)	,571(**)
Calidad de la Interacción (Personal)	,595(**)	,497(**)
Calidad del Entorno (Tangibles)	,562(**)	,448(**)
Calidad del Entorno (Ambiente)	,432(**)	,484(**)
Calidad del Resultado	,395(**)	,426(**)

** La correlación es significativa al nivel 0,01

Se obtuvo una correlación positiva y significativa de 0,654 y 0,571 ($p \leq 0,01$) entre la escala de calidad percibida 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 del Cpto. del Mundo, como se puede observar en la tabla 4.22.

4.2.2.2.- Propiedades psicométricas de las escalas de medida para deportistas.

Tal y como hemos comentado anteriormente en el apartado de los espectadores, para calcular el coeficiente alfa de Cronbach de las escalas de medida de los deportistas se han incluido los distintos ítems que conforman los constructos estudiados. En la tabla 4.23 se pueden observar los diferentes coeficientes alfa de Cronbach de cada escala utilizada en el cuestionario de los deportistas de ambas competiciones deportivas. Todos los coeficientes se consideran

buenos, pues en todos los casos superan el 0,8 tal y como comentamos anteriormente propuesto por diversos autores como Nunnally (1987) y Peterson (1994) que recomiendan el 0,7 como el nivel mínimo para investigación preliminar, 0,8 para investigación básica y 0,9 en investigación aplicada.

Tabla 4.23.- Fiabilidad de las escalas utilizadas para la muestra de deportistas del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo.

ESCALAS	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	<i>Alfa de Cronbach</i>	<u>Nº</u>	<i>Alfa de Cronbach</i>	<u>Nº</u>
SERVPERF	,962	23	,939	23
Calidad del Servicio Global	,950	5	,928	5
Satisfacción General	,955	5	,938	5
Valor	,907	3	,881	3
Intenciones Futuras	,875	3	,890	3

La escala de calidad SERVPERF adaptada de Parasuraman et al. (1988), utilizada para ambos eventos obtiene un alfa de 0,962 y 0,939 para una muestra de 72 y 99 deportistas y 23 ítems respectivamente en ambas competiciones, tanto en el 44º Cpto. de España como en el 12º Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia, denotando muy buenos índices de fiabilidad.

Respecto a las cinco dimensiones que se desprenden de la escala SERVPERF, se puede decir que todas ellas obtienen buenos índices de consistencia interna como se observa en la tabla 4.24. Los ítems que componen cada dimensión de calidad pueden ser consultados en el anexo 3.

Tabla 4.24.- Fiabilidad de las dimensiones de calidad para la muestra de deportistas del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo.

DIMENSIONES	Cpto. de España		Cpto. del Mundo	
	<i>Alfa de Cronbach</i>	Nº	<i>Alfa de Cronbach</i>	Nº
Tangibles	,903	7	,845	7
Fiabilidad	,898	6	,847	6
Capacidad de Respuesta	,896	2	,722	2
Seguridad	,875	3	,806	3
Empatía	,858	5	,761	5

Al igual que en el apartado anterior donde hablábamos de la validez de las escalas que conforman el cuestionario de los espectadores, en el caso del cuestionario de los deportistas la validez de las escalas queda contrastada por los trabajos que los investigadores han desarrollado y publicado en revistas de prestigio internacional.

Para analizar la calidad percibida de los deportistas en eventos deportivos se ha utilizado la escala de Parasuraman et al. (1988), el modelo SERVQUAL en su versión de percepciones excluyendo las expectativas, adaptando dicho modelo al tipo de servicio y usuario analizado, por lo que el modelo definitivo utilizado ha sido el SERVPERF.

En este caso, al igual que en el apartado anterior para determinar la validez de constructo hemos realizado un análisis de correlación entre los factores de calidad y la suma total de SERVPERF con los ítems resumen de la calidad de servicio global y la satisfacción general. La calidad de servicio global y la satisfacción general se

determinaron calculando unas nuevas variables. Para ello se calculó la media aritmética de cada una de las dos escalas.

El análisis de correlación entre la escala de calidad del servicio global y la satisfacción general frente a SERVPERF y las dimensiones que se desprendían de ella, se realizó tanto para la muestra de deportistas del Cpto. de España como del Cpto. del Mundo de atletismo.

Tabla 4.25.- Correlación entre SERVPERF y las dimensiones de calidad con la calidad de servicio global y satisfacción general de los deportistas del Cpto. de España.

Escala y dimensiones de calidad	Cpto. de España	
	Calidad de servicio global	Satisfacción general
SERVPERF	,823(**)	,625(**)
Tangibles	,802(**)	,624(**)
Fiabilidad	,688(**)	,437(**)
Capacidad de Respuesta	,650(**)	,611(**)
Seguridad	,738(**)	,625(**)
Empatía	,703(**)	,609(**)

** La correlación es significativa al nivel 0,01

Se obtuvo una correlación positiva y significativa de 0,823 y 0,625 ($p \leq 0,01$) entre la escala SERVPERF y la 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 del Cpto. de España, como se puede observar en la tabla 4.25.

Tabla 4.26.- Correlación entre SERVPERF y las dimensiones con la calidad de servicio global y satisfacción general de los deportistas del Cpto. del Mundo.

Escala y dimensiones de calidad	Cpto. del Mundo	
	Calidad de servicio global	Satisfacción general
SERVPERF	,784(**)	,613(**)
Tangibles	,702(**)	,675(**)
Fiabilidad	,650(**)	,415(**)
Capacidad de Respuesta	,661(**)	,479(**)
Seguridad	,679(**)	,513(**)
Empatía	,692(**)	,512(**)

** La correlación es significativa al nivel 0,01

Se obtuvo una correlación positiva y significativa de 0,784 y 0,613 ($p \leq 0,01$) entre la escala SERVPERF y la 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 del Cpto. del Mundo de atletismo como se puede observar en la tabla 4.26.

4.3.- Procedimiento

Una vez analizados los instrumentos de medida utilizados en la investigación, es conveniente relatar aunque sea brevemente como se desarrolló el trabajo de campo y cuales han sido los análisis estadísticos que se han realizado.

4.3.1.- Proceso de administración de los cuestionarios.

El cuestionario se administró tanto a los deportistas como a los espectadores mediante voluntarios formados específicamente para el evento. Estos voluntarios eran estudiantes de la Licenciatura de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, del doctorado en Educación Física, y del Master de Gestión del Deporte de la Universitat de València. A su vez, se contó con un grupo de colaboradores profesores y maestros especialistas del área de Educación Física que ejercen actualmente en diferentes entidades educativas de Valencia.

Los cuestionarios fueron administrados los días 23 y 24 de febrero de 2008 durante el 44º Campeonato de España de atletismo en pista cubierta, y los días 7, 8 y 9 de marzo durante el 12º Campeonato del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia. Se administraron durante los últimos momentos de la competición, tras la finalización de la misma y a la salida de la instalación en el caso de los espectadores. En el caso de los deportistas, por un lado fueron encuestados en la instalación tras haber finalizado su participación en la competición, por otro lado, en los autobuses que la organización ofrecía como servicio de transporte para regresar a su lugar de alojamiento y finalmente en el back-stage instalado junto al podium donde se realizaba la ceremonia de entrega de medallas.

Durante el trabajo de campo se recogieron para el Cpto. de España 492 cuestionarios de espectadores de los cuales 450 se

consideraron válidos. Se eliminaron 42 cuestionarios por estar incompletos, por mostrar datos inconsistentes o ser rellenados por espectadores menores de 18 años para los cuales consideramos que no era conveniente incluir en el análisis de los datos.

En el caso del Cpto. del Mundo se recogieron 698 cuestionarios de espectadores de los cuales 666 se consideraron válidos, 32 cuestionarios fueron eliminados por las mismas razones comentadas anteriormente.

En el caso de los deportistas se recogieron un total de 97 cuestionarios durante el Cpto. de España de los cuales 72 fueron considerados válidos para el estudio. En el caso de los deportistas del Cpto. del Mundo se recogieron un total de 125 cuestionarios de los que finalmente tras la depuración comentada anteriormente y siguiendo los mismos criterios, 99 fueron considerados válidos.

4.3.2.- Análisis de los datos.

Para el tratamiento de los datos se utilizó el paquete estadístico SPSS 15.0 para Windows, así como el programa Office Excel 2003. Se realizaron diferentes técnicas de análisis de datos que pasamos a detallar a continuación:

- Análisis descriptivo de variables. Cálculo de parámetros descriptivos; media, mínimo, máximo, desviación típica y varianza.
- Análisis de validez de los cuestionarios. Se ha empleado la prueba Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y el Test de Esfericidad de Bartlett.

- Análisis de fiabilidad. Se ha empleado el cálculo de estadístico Alfa de Cronbach como modelo de fiabilidad.
- Tablas de contingencia y pruebas e hipótesis para contrastar valores observados y esperados, a partir del estadístico Chi cuadrado (χ^2).
- Análisis factorial. Se aplican métodos de análisis de reducción de datos, en este caso se utiliza el método de análisis factorial con rotación Varimax, que permite el cálculo de factores con alto grado de correlación interna.
- Análisis de regresión lineal múltiple. Se utiliza para obtener relaciones entre variables en forma de modelos matemáticos. Se realizan además las pruebas de calidad del modelo y de los coeficientes, análisis y estudio de autocorrelación de residuos (Prueba Durbin-Watson), homocedasticidad y multicolinealidad.
- Para comparar los diferentes grupos se realizó un análisis de ANOVA, y en aquellos casos que se encontró alguna diferencia significativa se realizó un contraste a posteriori de Tukey.
- Prueba T para muestras independientes.
- Las pruebas de correlación Pearson se desarrollaron para determinar la validez de las escalas.
- Se han realizado análisis descriptivos de los datos (promedios y porcentajes) para determinar de un modo

genérico como se han valorado ambos eventos por las distintas muestras estudiadas.

4.3.3.- Cronología del trabajo.

La investigación se realizó en tres fases que pasamos a comentar brevemente a continuación. En la figura 4.27, se puede observar la cronología del trabajo.

Tabla 4.27.- Cronología del trabajo.

Tareas	Meses																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Revisión bibliográfica	■	■	■	■								■	■					■	■
Presentación de proyecto de estudio		■																	
Elaboración del cuestionario piloto (Q1)		■	■																
Puesta a prueba del cuestionario piloto (Q1)			■																
Introducción de datos (Q1)			■																
Elaboración del cuestionario final				■															
Organización del trabajo de campo				■															
Trabajo de campo				■															
Introducción y tratamiento de datos					■	■	■	■											
Análisis y redacción de resultados										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

La primera fase consistió en la recogida de información necesaria para establecer el marco teórico o conceptual a partir del cual se

desarrollaron los conceptos más específicos, los cuales conformaron las variables a incluir en el instrumento de medida. A continuación se desarrolló toda la preparación operativa del trabajo de campo a través de reuniones de grupo y de recogida de información del evento que se pretendía analizar. La tercera fase resultó el cuerpo fundamental de la investigación. Ésta incluye la conformación de la herramienta de medida (cuestionario) a partir de un estudio piloto previo durante una competición de menor envergadura como fue el campeonato de España de atletismo en pista cubierta, su puesta a prueba y que finalizó con el trabajo de campo definitivo, el análisis estadístico de los datos y redacción del informe de investigación en formato de tesis doctoral.

4.4.- Objetivos Generales.

1. Determinar la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores y los deportistas del 44º Campeonato de España de atletismo en pista cubierta.
2. Determinar la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores y los deportistas del 12º Campeonato del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta.

4.5.- Objetivos Específicos.

1. Conocer el perfil de los espectadores del 44º Campeonato de España y del 12º Campeonato del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia.

2. Identificar las dimensiones de calidad de los grandes eventos deportivos según los espectadores y los deportistas.
3. Analizar la relación existente entre la satisfacción y la intención de seguir asistiendo a otros eventos deportivos.
4. Conocer la influencia de la práctica deportiva individual sobre la satisfacción en el Campeonato del Mundo de atletismo de Valencia.
5. Determinar las posibles diferencias en la percepción de la calidad de los espectadores según sus características sociodemográficas.
6. Determinar la relación existente entre la calidad percibida y la satisfacción general con el servicio prestado.
7. Determinar las intenciones de los espectadores respecto a futuros eventos deportivos.
8. Conocer la percepción de Calidad y Satisfacción de los deportistas en función de las diferentes variables sociodemográficas.
9. Conocer la influencia que tiene el momento de la competición en que se encuentra el deportista en su percepción de la calidad.
10. Determinar las variables que predicen la satisfacción de los deportistas.
11. Determinar las variables que influyen sobre las intenciones futuras de los deportistas de volver y recomendar la ciudad sede.

Metodología

El principal interés de estos objetivos es cuantificar el grado de calidad percibida y la satisfacción de los espectadores y los deportistas de eventos deportivos e identificar los factores de calidad percibida. El averiguar estas dimensiones de calidad y su relación con la satisfacción, así como con otras variables, ayudará a esclarecer la dimensionalidad de la calidad percibida de grandes eventos deportivos y a mejorar su gestión desde el punto de vista del espectador.

CAPITULO V

RESULTADOS.

5.- RESULTADOS.

En el siguiente apartado se muestran los resultados obtenidos del análisis de los datos. Primeramente mostramos los resultados obtenidos de la muestra de los espectadores y posteriormente los resultados de los deportistas encuestados en ambas competiciones deportivas.

En un primer apartado exponemos la valoración general de ambas competiciones siguiendo el orden cronológico de consecución, en primer lugar para el Cpto. de España de atletismo en pista cubierta, y a continuación para el Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia. Analizamos los resultados en cada una de las áreas del cuestionario. Este análisis expone los resultados teniendo en cuenta a todos los sujetos encuestados. Seguidamente las diferentes áreas son estudiadas con más detalle mostrando los descriptivos y las frecuencias que se obtienen para cada una de ellas.

5.1.- Resultados de la muestra de espectadores.

En el siguiente apartado se muestran los resultados obtenidos del análisis de los datos de los 450 espectadores que componen la muestra del Cpto. de España y de los 666 espectadores que componen la muestra del Cpto. del Mundo.

Hay que tener presente a la hora de interpretar los resultados que en este capítulo se exponen, que la máxima puntuación posible en cada ítem es de 7 y la mínima puntuación es de 1.

5.1.1.- Valoración General del evento.

Para analizar la valoración de un modo general se describen los resultados de cada una de las áreas del cuestionario de forma global, en primer lugar del Cpto. de España y a continuación del Cpto. del Mundo. En un principio se muestra la media y la desviación típica (\pm) de todas ellas. Cabe recordar para una correcta interpretación de los resultados que la mínima puntuación posible de cada escala es 1 (estar totalmente en desacuerdo con la afirmación) y la máxima de 7 (estar totalmente de acuerdo con la afirmación), tal y como hemos mencionado anteriormente.

En el cuestionario hay únicamente una escala, concretamente la que analiza la calidad del resultado donde la puntuación varía, en este caso la mínima puntuación es 1 (estar totalmente en desacuerdo con la afirmación) y la máxima es 6 (estar totalmente de acuerdo con la afirmación).

Durante este apartado, también se hace referencia a las dimensiones de calidad de servicio resultantes del análisis factorial realizado sobre la escala de calidad percibida. Finalmente, se describen los resultados analizados en función de las diferentes variables, es decir, según la edad, el sexo, la práctica deportiva, la formación académica y el grado de asistencia a eventos deportivos.

5.1.1.1.- Calidad de servicio percibida.

La escala tridimensional de calidad percibida adaptada de Brady y Cronin (2001), es la primera de las áreas que componen el cuestionario y está compuesta por un total de 24 ítems. La media obtenida de forma general por dicha área analizados los 450 espectadores que componen la muestra del Cpto. de España de atletismo es de 5,59 (\pm ,81), frente a la media obtenida analizados los 666 cuestionarios que componen la muestra de los espectadores del Cpto. del Mundo que es de 5,68 (\pm ,77), ambos sobre una puntuación máxima de 7, por lo que ambos resultados se pueden considerar como buenos.

Tabla 5.1.- Calidad de la Interacción (Personal) Cpto. de España

Ítems	N	Media	DT
En general, diría que mi relación con los empleados del evento ha sido excelente.	450	5,33	1,41
Los empleados muestran disposición a ayudar a los espectadores.	450	5,40	1,32
Los empleados se preocupan por el buen desarrollo del evento.	450	5,55	1,17
Los empleados son agradables.	450	5,58	1,27
Creo que los empleados están bien formados en su trabajo.	450	5,20	1,21
Los empleados del evento realizan bien su trabajo.	450	5,42	1,13

De la escala de calidad percibida tras el análisis factorial se desprenden cuatro factores, el primero de ellos lo denominamos calidad de la interacción está compuesto por 6 ítems y hace referencia a la dimensión del personal, es decir, el factor humano

que la organización dispuso para el correcto desarrollo del evento. Sus puntuaciones las podemos observar en la tabla 5.1.

En primer lugar analizamos los resultados del Campeonato de España de atletismo. Tal y como podemos observar en la tabla 5.1, el ítem mejor valorado por los espectadores hacía referencia al trato agradable recibido por parte del personal del evento a la hora de interactuar con los espectadores, se deduce pues la amabilidad de los empleados en el desarrollo de sus funciones, y el ítem peor valorado se refería a la formación que los empleados tenían para llevar a cabo sus tareas. Si observamos la tabla 5.2 que hace referencia a la calidad de la interacción (personal) en la muestra del Cpto. del Mundo podemos observar los siguientes resultados.

Tabla 5.2.- Calidad de la Interacción (Personal) Cpto. del Mundo

Ítems	N	Media	DT
En general, diría que mi relación con los empleados del evento ha sido excelente.	666	5,44	1,20
Los empleados muestran disposición a ayudar a los espectadores.	666	5,81	1,18
Los empleados se preocupan por el buen desarrollo del evento.	666	5,75	1,14
Los empleados son agradables.	666	5,69	1,17
Creo que los empleados están bien formados en su trabajo.	666	5,36	1,23
Los empleados del evento realizan bien su trabajo.	666	5,71	1,09

El ítem que mejor valoran los espectadores hace referencia a la disposición que adoptan los empleados a la hora de ayudar a un espectador y su preocupación por resolver sus dudas, en cambio el

peor valorado y al igual que en el Cpto. de España, tiene relación con la formación que han adquirido dichos empleados para realizar sus funciones durante el Cpto. de Mundo IAAF. En ambas competiciones, en función de los resultados obtenidos podemos deducir el trato agradable percibido por los espectadores, a pesar de que la formación que denotaban haber adquirido los empleados para el desarrollo de su labor durante ambos eventos deportivos no haya sido valorada tan positivamente.

El segundo factor que se desprende de la escala de calidad percibida, lo denominamos la Calidad del Entorno que a su vez se subdivide en dos dimensiones, Tangibles y Ambiente. En primer lugar y en relación a los tangibles podemos observar en la tabla 5.3 que la escala se compone de un total de 6 ítems los cuales analizan de un modo físico la instalación.

Tabla 5.3.- Calidad del Entorno (Tangibles) del Cpto. de España

Ítems	N	Media	DT
En general, la instalación y el ambiente del evento son excelentes.	450	5,66	1,33
La instalación reúne las condiciones para un buen desarrollo de la competición.	450	5,75	1,32
La instalación me ha impresionado.	450	5,09	1,46
El diseño de la instalación permite seguir el desarrollo del evento.	450	5,71	1,28
En general, los servicios complementarios (aseos, cafeterías) son de calidad.	450	4,95	1,33
Las condiciones ambientales son agradables (temperatura, luz, audición,..).	450	5,34	1,38

Resultados

El ítem mejor valorado por los espectadores durante el Cpto. de España de atletismo hace referencia a las buenas condiciones que reúne la instalación para el buen desarrollo de la competición. Por el contrario el ítem que peor valoran está relacionado con los servicios complementarios, donde incluíamos los aseos y las cafeterías.

Durante el Cpto. del Mundo, los resultados obtenidos tras el análisis en relación a la calidad del entorno (tangibles) son muy parecidos a los de la competición anterior, pues tal y como podemos observar en la tabla 5.4, la mayor puntuación recae sobre el ítem que hace referencia a las condiciones de la instalación para el correcto desarrollo de la competición y de igual modo el ítem peor valorado está en relación con los servicios complementarios.

Tabla 5.4.- Calidad del Entorno (Tangibles) del Cpto. del Mundo

Ítems	N	Media	DT
En general, la instalación y el ambiente del evento son excelentes.	666	5,88	1,16
La instalación reúne las condiciones para un buen desarrollo de la competición.	666	5,88	1,21
La instalación me ha impresionado.	666	5,19	1,42
El diseño de la instalación permite seguir el desarrollo del evento.	665	5,50	1,34
En general, los servicios complementarios (aseos, cafeterías) son de calidad.	666	5,04	1,26
Las condiciones ambientales son agradables (temperatura, luz, audición,..).	666	5,34	1,42

Tal y como hemos comentado anteriormente, del factor que hace referencia a la calidad del entorno se desprendía una nueva

dimensión a parte de los tangibles a la que denominábamos ambiente, dicha escala está compuesta por un total de 4 ítems que analizan la condición social del desarrollo de la competición, es decir, el comportamiento correcto de los espectadores, las condiciones ambientales, la libre expresión de emociones, entre otras. Podemos observar en la tabla 5.5 y 5.6 que es la dimensión mejor valorada, los ítems que componen dicha dimensión obtienen las mayores puntuaciones por parte de los espectadores, por lo que se deduce que el ambiente vivido durante ambas competiciones tanto en el Cpto. de España como durante el Cpto. del Mundo fue realmente agradable.

Tabla 5.5.- Calidad del Entorno (Ambiente) del Cpto. de España

Ítems	N	Media	DT
En este evento hay un ambiente agradable.	450	5,89	1,07
Los espectadores tienen un comportamiento correcto.	450	6,12	1,03
He podido expresar mis emociones sin problemas.	450	6,07	1,16
No he tenido ningún problema con el resto de espectadores.	450	6,36	,96

En ambas tablas 5.5 y 5.6 podemos observar que el ítem mejor valorado tiene una interpretación dirigida a los problemas que el espectador pudiera tener con el resto de usuarios. Por el contrario, el ítem peor valorado pero con una alta puntuación, 5,89 ($\pm 1,07$) y 5,93 ($\pm 1,03$) sobre 7, para el Cpto. de España y el Mundial respectivamente, hace referencia al ambiente agradable que el espectador percibió durante ambos eventos. De estas valoraciones

podemos deducir el esfuerzo realizado por la organización para la consecución de tal fin.

Tabla 5.6.- Calidad del Entorno (Ambiente) del Cpto. del Mundo

Ítems	N	Media	DT
En este evento hay un ambiente agradable.	666	5,93	1,03
Los espectadores tienen un comportamiento correcto.	666	6,04	1,00
He podido expresar mis emociones sin problemas.	666	6,13	1,07
No he tenido ningún problema con el resto de espectadores.	666	6,26	1,08

Finalmente, de la escala de calidad percibida se desprende un cuarto factor denominado la Calidad del Resultado, está compuesto por un total de 8 ítems y relacionado con los estados del espectador.

Tabla 5.7.- Calidad del Resultado del Cpto. de España

Ítems	N	Media	DT
Sentirme mal / Sentirme bien.	450	5,35	,77
Acumular tensión / Descargar tensiones.	450	4,62	1,17
No olvidar las preocupaciones diarias / Olvidar mis preocupaciones diarias.	450	5,07	1,01
Pasar un mal rato / Pasar un buen rato.	450	5,45	,94
Ver un espectáculo malo / Ver un buen espectáculo.	450	5,32	,81
No disfrutar del atletismo / Disfrutar del atletismo.	450	5,61	,74
Ver perder a mis atletas preferidos / Ver ganar a mis atletas preferidos.	450	4,95	1,17
Reprimir mis emociones / Expresar mis emociones.	450	5,01	1,03

En la tabla 5.7 podemos observar los resultados obtenidos durante el Cpto. España de atletismo, y en la tabla 5.8 observamos las puntuaciones obtenidas durante el Cpto. del Mundo. Como curiosidad ambas tablas muestran resultados muy parecidos, incluso coinciden los ítems mejor y peor valorados por los espectadores de ambas competiciones deportivas. El ítem mejor valorado en relación a la opinión de los espectadores no indica la intención de acudir al evento para disfrutar del atletismo, y por el contrario, valoran de manera negativa el acumular tensión durante la consecución del evento.

Tabla 5.8.- Calidad del Resultado del Cpto. del Mundo

Ítems	N	Media	DT
Sentirme mal / Sentirme bien.	666	5,44	,76
Acumular tensión / Descargar tensiones.	666	4,82	1,10
No olvidar las preocupaciones diarias / Olvidar mis preocupaciones diarias.	666	5,16	,98
Pasar un mal rato / Pasar un buen rato.	666	5,52	,91
Ver un espectáculo malo / Ver un buen espectáculo.	666	5,39	,85
No disfrutar del atletismo / Disfrutar del atletismo.	666	5,58	,85
Ver perder a mis atletas preferidos / Ver ganar a mis atletas preferidos.	666	4,89	1,05
Reprimir mis emociones / Expresar mis emociones.	666	5,14	,97

Del análisis realizado de la escala de calidad percibida se deducen los cuatro factores que hemos citado anteriormente, todos ellos obtienen medias elevadas en ambas competiciones. Estos datos podemos observarlos en la tabla 5.9, donde se muestra la media obtenida en cada dimensión para ambas competiciones.

En el primer factor al que denominamos calidad de la interacción (personal), los espectadores evalúan al personal que la organización precisa para el desarrollo del evento, en el Cpto. de España dicha dimensión obtuvo una media de 5,41 ($\pm 1,03$) y en el Cpto. del Mundo la dimensión que analizaba al personal obtuvo una media de 5,62 ($\pm ,97$).

El segundo factor, la calidad del entorno (tangibles y ambiente) analizaba en primer lugar los tangibles, es decir, el aspecto físico de la instalación para el correcto desarrollo de la competición, los servicios complementarios, la visión y la audición, entre otros. En el Cpto. de España obtuvo una media de 5,42 ($\pm 1,00$) y en el Cpto. del Mundo IAAF, obtuvo una media de 5,47 ($\pm ,94$).

El tercer factor, la calidad del entorno analizaba el ambiente, es decir, la interacción de los espectadores entre ellos, las condiciones ambientales para el desarrollo de la competición y el comportamiento adecuado del público, entre otras. En ambas competiciones se obtuvieron las puntuaciones más elevadas de la escala, en el Cpto. de España dicha dimensión obtuvo una media de 6,11 ($\pm ,85$) y en el Cpto. del Mundo, obtuvo una media de 6,08 ($\pm ,84$). Tal y como se aprecia en la tabla 5.9, esta dimensión ha obtenido la media más elevada en ambas competiciones deportivas.

Finalmente, el cuarto y último factor que se desprende de la escala de calidad percibida es la calidad del resultado. En ambas competiciones y tal como podemos observar en la tabla 5.9 obtiene las puntuaciones más bajas, pero hay que tener en cuenta para una correcta interpretación de los resultados tal y como hemos comentando al inicio de este apartado, que la escala que analizaba

la calidad del resultado, la mínima puntuación era el 1 y la máxima era el 6, a diferencia de las escalas anteriores donde la mínima puntuación era 1 (totalmente en desacuerdo con la afirmación) y la máxima 7 (totalmente de acuerdo con la afirmación), por lo que las puntuaciones obtenidas son muy positivas.

Tabla 5.9.- Valoración de las dimensiones de calidad de los espectadores del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo.

DIMENSIONES	Cpto. de España			Cpto. del Mundo		
	Media	DT	N	Media	DT	N
Calidad de la Interacción (Personal)	5,41	1,03	450	5,62	,97	666
Calidad del Entorno (Tangibles)	5,42	1,00	450	5,47	,94	666
Calidad del Entorno (Ambiente)	6,11	,85	450	6,08	,84	666
Calidad del Resultado*	5,17*	,63	450	5,24*	,62	666

* Valoración entre 1 y 6.

5.1.1.2.- Calidad del servicio global.

La siguiente escala que componía el cuestionario se denomina la calidad del servicio global, contaba con un total de 5 ítems y su finalidad era validar y tener un dato más de referencia en relación a la calidad percibida. La calidad de servicio global en el Cpto. de España obtiene una media un poco más baja que la escala de calidad percibida, pero puede considerarse como aceptable (5,04; \pm 1,29). Por el contrario la calidad de servicio global del Cpto. del Mundo obtuvo una media por debajo de la calidad de servicio pero la podemos considerar como buena (5,40; \pm 1,03). Podemos observar ambas escalas en las tablas 5.10 y 5.11 del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo respectivamente.

Tabla 5.10.- Calidad de servicio global de los espectadores del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
En general, he recibido un servicio de alta calidad en el Cpto. de España Valencia 2008.	450	5,11	1,34
Generalmente, el servicio ofrecido en el Cpto. de España Valencia 2008 es excelente.	450	5,05	1,39
Hablando en general, el servicio ofrecido en el Cpto. de España Valencia 2008 es superior.	450	4,91	1,42
En general, el servicio ofrecido en el Cpto. de España V. 2008 es sobresaliente.	450	4,96	1,49
Creo que el trabajo realizado por los empleados del Cpto. de España es excelente.	450	5,20	1,41

Tabla 5.11.- Calidad de servicio global de los espectadores del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
En general, he recibido un servicio de alta calidad en el Cpto. del Mundo.	666	5,42	1,12
Generalmente, el servicio ofrecido en el Cpto. del Mundo es excelente.	666	5,45	1,10
Hablando en general, el servicio ofrecido en el Cpto. del Mundo es superior.	666	5,31	1,19
En general, el servicio ofrecido en el Cpto. del Mundo es sobresaliente.	666	5,33	1,22
Creo que el trabajo realizado por los empleados del Cpto. del Mundo es excelente.	666	5,53	1,18

5.1.1.3.- Satisfacción general.

La siguiente escala que compone el cuestionario se ocupa de la satisfacción general, dicha escala al igual que la anterior de calidad de servicio global contaba con un total 5 ítems y analizaba el nivel de satisfacción del espectador que presenció ambos eventos

deportivos. La media obtenida durante el Cpto. de España es ligeramente inferior 5,56 (\pm ,99) a la obtenida durante el Cpto. del Mundo 5,88 (\pm ,84), ambas consideradas como buenas pues están valoradas sobre una puntuación máxima de 7. Podemos observar en las tablas 5.12 y 5.13 para el Cpto. de España y el Mundial de atletismo respectivamente, las medias obtenidas por cada ítem.

Tabla 5.12.- Satisfacción general de los espectadores del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
Estoy contento con las experiencias que he tenido en el Cpto. de España Valencia 2008.	450	5,45	1,09
Estoy satisfecho con mis experiencias en el Cpto. de España Valencia 2008.	450	5,44	1,13
Verdaderamente he disfrutado asistiendo al Cpto. de España Valencia 2008.	450	5,75	1,09
Estoy emocionado con las experiencias que he tenido en el Cpto. de España.	450	5,27	1,27
Asistir al Campeonato de España Valencia 2008 ha sido agradable.	450	5,90	1,11

Tabla 5.13.- Satisfacción general de los espectadores del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
Estoy contento con las experiencias que he tenido en el Cpto. del Mundo.	666	5,79	,98
Estoy satisfecho con mis experiencias en el Cpto. del Mundo.	666	5,85	,97
Verdaderamente he disfrutado asistiendo al Cpto. del Mundo.	666	6,00	,95
Estoy emocionado con las experiencias que he tenido en el Cpto. del Mundo.	666	5,64	1,15
Asistir al Cpto. del Mundo Valencia 08 ha sido agradable.	666	6,15	,95

Como se puede observar en la tabla 5.12, en la escala de satisfacción general del Cpto. de España el ítem “asistir al Cpto. de España Valencia 2008 ha sido agradable” ha obtenido la máxima puntuación de la escala, 5,90 ($\pm 1,11$). Lo mismo ocurre con éste ítem en la escala de satisfacción general de la competición de mayor envergadura y objeto de estudio, como podemos observar en la tabla 5.13. Obtiene una puntuación media de 6,15 ($\pm ,95$), sobre una máxima puntuación de 7.

5.1.1.4.- Elementos de la competición.

Los elementos de la competición son tres ítems introducidos por ser condicionantes que pueden afectar en la respuesta del resto de áreas. Estos ítems se introdujeron únicamente en el cuestionario de los espectadores.

En sendas competiciones deportivas obtienen medias muy parecidas, consideradas como buenas tanto en el Cpto. de España 5,57 ($\pm ,98$), como en el Cpto. del Mundo 5,79 ($\pm ,86$).

Tabla 5.14.- Elementos de la competición de los espectadores del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
Estoy muy satisfecho con el nivel ofrecido por los deportistas.	450	5,58	1,14
Me siento satisfecho con el resultado de la competición.	450	5,51	1,19
El arbitraje de los jueces ha sido justo.	450	5,63	1,20

Tal y como podemos observar en la tabla 5.15, los espectadores del Campeonato del Mundo valoran mejor que los espectadores del Cpto. de España tanto el nivel ofrecido por los deportistas, como la

actuación de los jueces 5,90 (\pm 1,15) y el resultado de la competición.

Tabla 5.15.- Elementos de la competición de los espectadores del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
Estoy muy satisfecho con el nivel ofrecido por los deportistas.	666	5,74	1,03
Me siento satisfecho con el resultado de la competición.	666	5,73	,99
El arbitraje de los jueces ha sido justo.	666	5,90	1,15

5.1.1.5.- Intenciones futuras.

La escala que completa el cuestionario es la que valora las intenciones futuras de los espectadores tanto del Campeonato del España, como del Campeonato del Mundo, obteniendo en ambas competiciones deportivas la puntuación media más alta de todas las escalas del cuestionario con un total de 6,27 (\pm 0,87) y 6,41 (\pm 0,77) respectivamente en ambas competiciones.

Tanto en la tabla 5.16, como en la tabla 5.17 podemos observar que el ítem mejor valorado hace referencia a la disposición de los espectadores a volver a asistir a eventos deportivos, de ello podemos deducir que los espectadores que presenciaron el Cpto. de España y el Cpto. del Mundo de atletismo son posibles futuros consumidores de próximos eventos deportivos.

Cabe recordar que tras el análisis de datos realizado con la muestra del Cpto. de España, pensamos convenientemente reducir uno de los ítems de la escala de intenciones futuras para el Mundial de atletismo (ver p.168).

Tabla 5.16.- Intenciones futuras de los espectadores del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
Estoy dispuesto a continuar asistiendo a eventos deportivos.	450	6,31	1,02
Recomendaré la asistencia a eventos deportivos a otras personas.	450	6,26	1,00
En general, no esperaré ningún problema al asistir a un evento deportivo.	450	6,14	1,11
Si tengo la oportunidad de asistir a un evento deportivo repetiré la experiencia.	450	6,37	1,00

Tabla 5.17.- Intenciones futuras de los espectadores del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
Estaría dispuesto a continuar asistiendo a eventos deportivos	666	6,42	,869
Recomendaré la asistencia a eventos deportivos a mis amigos y parientes.	666	6,34	,926
Si tuviera la oportunidad de asistir a un evento deportivo repetiría la experiencia.	666	6,50	,805

Con el fin de contar con una puntuación alternativa para valorar la calidad del evento, se introdujo en el cuestionario un mono-ítem donde el espectador debía valorar la competición puntuándola entre 1 al 10, este mono-ítem, tal y como hemos comentado anteriormente fue corregido en cuanto a su formato para facilitar al espectador del Cpto. del Mundo su contestación. La puntuación general que obtuvo el Cpto. de España en relación a la opinión de los espectadores fue de 7,80 ($\pm 1,10$), mientras que la nota que obtuvo el Cpto. del Mundo de atletismo, fue de 8,38 ($\pm ,99$). Ambas puntuaciones consideradas como buenas y muy buenas respectivamente.

A modo de resumen, se muestran en la tabla 5.18, los resultados generales de las medias obtenidas sobre cada área evaluada en ambas competiciones deportivas. Se puede observar como las medias obtenidas en todas y cada una de las áreas son ligeramente superiores durante el campeonato del Mundo, en comparación al campeonato de España en opinión de los espectadores.

Tabla 5.18.- Valoración general de los espectadores.

VALORACIÓN GENERAL	Cpto. de España			Cpto. del Mundo		
	Media	DT	N	Media	DT	N
Calidad Percibida.	5,59	,81	450	5,68	,77	666
Calidad de Servicio Global.	5,04	1,29	450	5,40	1,03	666
Satisfacción General.	5,56	,99	450	5,88	,84	666
Elementos de la Competición.	5,57	,98	450	5,79	,86	666
Intenciones Futuras.	6,27	,87	450	6,41	,77	666
Nota global del evento.	7,80	1,1	450	8,38	,99	666

5.1.2- Valoración del evento en función de las distintas variables de los espectadores.

Realizamos un estudio de valoración de los espectadores en función de las diferentes variables concluyentes de los datos sociodemográficos, es decir, la edad, el sexo, la práctica deportiva, la formación académica y la asistencia a eventos deportivos por parte de los espectadores. Como en apartados anteriores en primer lugar mostraremos los datos resultantes del análisis de la muestra

del Cpto. de España, y a continuación los datos del Cpto. del Mundo de atletismo.

En un primer término analizamos la valoración de la muestra de los espectadores de cada una de las escalas que conforman el cuestionario y seguidamente se realiza el mismo análisis de las dimensiones que conforman la escala de calidad percibida en función de cada una de las variables extraídas de los datos sociodemográficos.

5.1.2.1.- Valoración del evento según la edad de los espectadores.

Analizamos la valoración de las escalas que conforman el cuestionario diferenciando tramos de edad. Como comentamos anteriormente en el perfil sociodemográfico de la muestra, hemos separado las edades en 3 grupos para una mejor interpretación de los resultados. El primer grupo comprende las edades entre los 18 y los 23 años, el siguiente se corresponde con los espectadores de 24 a 35 años y finalmente el grupo de mayores de 35 años.

En la tabla 5.19 en relación al Cpto. de España se puede observar la relación de puntuaciones medias de cada una de las escalas según los grupos de edad de los espectadores. En ella comprobamos que las puntuaciones ligeramente más elevadas son las establecidas por el grupo de mayores de 35 años. Los tres grupos coinciden en puntuar de forma más baja la calidad del servicio global, quedando una media entre 4,82 ($\pm 1,37$) del grupo de 18 a 23 años y 5,30 ($\pm 1,19$) del grupo de mayores de 35 años. La escala que recibe las puntuaciones más elevadas en relación al grupo de edad de los

espectadores del Cpto. de España corresponde con las intenciones futuras.

Ante estas características, y tras haber realizado el análisis de diferencia de medias mediante una ANOVA de un factor, los resultados obtenidos en relación a la edad de los espectadores que asistieron al Cpto. de España de Atletismo en pista cubierta de Valencia son estadísticamente significativos, como se puede apreciar en la tabla 5.19.

Tabla 5.19.- Valoración de las escalas de los espectadores del Cpto. de España según la edad.

ESCALAS	Campeonato de España							
			De 18 a 23 años		De 24 a 35 años		Mayores de 35 años	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	3,82	,02*	5,62	,78	5,46	,77	5,70	,85
Calidad del Servicio Global	6,69	,00*	4,82	1,37	4,87	1,32	5,30	1,19
Satisfacción General	3,40	,03*	5,60	,97	5,41	1,04	5,67	,93
Elementos de la Competición	1,65	,19	5,52	1,03	5,49	,91	5,67	1,01
Intenciones Futuras	2,60	,07	6,20	,81	6,18	,95	6,27	,87

Encontramos diferencias estadísticamente significativas entre el grupo de edad de 24 a 35 años y los mayores de 35 años en la escala de calidad percibida total, la calidad del servicio global y la satisfacción general. Únicamente en la escala de calidad de servicio global volvemos a encontrar diferencias significativas entre el grupo de los de menor edad (18 a 23 años) y los mayores de 35 años. La escala de intenciones futuras es la mejor valorada por

Resultados

todos los grupos de edad. Tanto ésta como los elementos de la competición, no presentan datos estadísticamente significativos.

Tabla 5.20.- Análisis diferencial de las escalas según la edad de los espectadores del Cpto. de España.

Escalas	1 vs 2	1 vs 3	2 vs 3
Calidad Percibida Total			*
Calidad del Servicio Global		*	*
Satisfacción General			*
Elementos de la Competición			
Intenciones Futuras			
*p ≤ .05			

En función de la edad, los espectadores del Cpto. del Mundo valoraron mejor todas y cada una de las escalas que componían el cuestionario de calidad en comparación con la competición anterior. La escala que recibe las puntuaciones más elevadas vuelve a ser las intenciones futuras igual que en la competición anterior, por lo que presuponemos que los espectadores de ambas competiciones son futuros consumidores de eventos deportivos.

Los espectadores de entre 18 y 23 años del Campeonato del Mundo de atletismo valoran mejor que los demás grupos de edad la escala de calidad del servicio global con una puntuación de 5,44; ($\pm 1,07$). Al igual que ocurre con la escala de satisfacción general con una puntuación elevada de 6,04 ($\pm ,87$) sobre 7, del mismo modo que los elementos de la competición. Estos resultados podemos observarlos en la tabla 5.21.

La escala de intenciones futuras, tal y como comentábamos anteriormente obtienen las puntuaciones más elevadas de los tres grupos de edad, pero son los espectadores de 24 a 35 años los que dan a dicha escala la mayor puntuación (6,44; \pm ,68), cabe recordar que la máxima puntuación era 7. El grupo de mayores de 35 años puntúa de un modo más elevado que el resto de grupos de edad la escala de calidad percibida. Estos datos podemos observarlos en la tabla 5.21.

Tabla 5.21.- Valoración de las escalas de los espectadores del Cpto. del Mundo según la edad.

ESCALAS	Campeonato del Mundo							
			De 18 a 23 años		De 24 a 35 años		Mayores de 35 años	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	,42	,65	5,69	,72	5,65	,77	5,71	,81
Calidad del Servicio Global	,30	,73	5,44	1,07	5,37	1,00	5,42	1,03
Satisfacción General	5,12	,00*	6,04	,87	5,85	,81	5,78	,86
Elementos de la Competición	,99	,36	5,84	,88	5,80	,85	5,72	,85
Intenciones Futuras	,25	,77	6,39	,93	6,44	,68	6,41	,74

Del análisis diferencial de las escalas que componen el cuestionario del Cpto. del Mundo de atletismo encontramos resultados estadísticamente significativos en la escala de satisfacción general entre el grupo de menor (18 a 23 años) y de mayor edad (mayores de 35 años).

Tabla 5.22.- Análisis diferencial de las escalas según la edad de los espectadores del Cpto. del Mundo.

Escalas	1 vs 2	1 vs 3	2 vs 3
Calidad Percibida Total			
Calidad del Servicio Global			
Satisfacción General		*	
Elementos de la Competición			
Intenciones Futuras			
*p ≤ .05			

Al igual que realizamos una valoración diferencial de las escalas de la herramienta utilizada para medir la calidad, también analizamos diferencialmente las cuatro dimensiones que se desprendían de la escala de calidad percibida.

Tabla 5.23.- Valoración de las dimensiones de calidad de los espectadores del Cpto. de España según la edad.

DIMENSIONES	Campeonato de España							
			De 18 a 23 años		De 24 a 35 años		Mayores de 35 años	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Calidad de Interacción (Personal)	3,40	,03*	5,41	1,00	5,26	1,09	5,55	,98
Calidad del Entorno (Tangibles)	3,34	,03*	5,48	1,03	5,26	1,99	5,53	,97
Calidad del Entorno (Ambiente)	,89	,41	6,11	,84	6,04	,82	6,16	,89
Calidad del Resultado	7,78	,00*	5,05	,69	5,08	,65	5,31	,57

En la tabla 5.23 podemos observar la relación de puntuaciones medias de las dimensiones de la escala de calidad según los grupos de edad de los espectadores del Cpto. de España de atletismo. El

grupo de mayores de 35 años puntúa mejor cada una de las dimensiones. La dimensión que obtiene la puntuación más alta es la calidad del entorno en este caso el ambiente (6,16; \pm ,89) sobre 7. Como comentábamos anteriormente analiza la condición social del desarrollo de la competición, es decir, el comportamiento correcto de los espectadores, las condiciones ambientales, la libre expresión de emociones, entre otros.

Tras el análisis de la prueba post hoc, comprobamos que existen resultados estadísticamente significativos en función de los grupos de edad. En la tabla 5.24, podemos observar que la dimensión de la calidad del entorno (ambiente), obtiene las mejores puntuaciones medias en relación a la edad de los espectadores, a pesar de ello no presenta diferencias significativas expresando de este modo unanimidad en realizar una valoración muy positiva de la calidad del entorno.

Tabla 5.24.- Análisis diferencial de las dimensiones de calidad según la edad de los espectadores del Cpto. de España.

Dimensiones	1 vs 2	1 vs 3	2 vs 3
Calidad de la Interacción (Personal)			*
Calidad del Entorno (Tangibles)			*
Calidad del Entorno (Ambiente)			
Calidad del Resultado		*	*

*p \leq .05

Entre el grupo de edad de 24 a 35 años y los mayores de 35 años se obtienen diferencias estadísticamente significativas en las dimensiones de calidad de la interacción (personal), la calidad del entorno (los tangibles) y la calidad del resultado. Volvemos a

Resultados

encontrar diferencias estadísticamente significativas entre el grupo de 18 a 23 años y los mayores de 35 años en la dimensión de la calidad del resultado.

Al igual que en la competición anterior, durante el Cpto. del Mundo es el grupo de mayores de 35 años el que valora de manera más positiva cada una de las dimensiones de calidad, y vuelve a ser la calidad del entorno (ambiente), la que obtiene la puntuación más elevada con un 6,11 (\pm ,88) sobre 7. La puntuación más baja en este caso recae sobre la calidad del resultado, pero cabe recordar que en dicha dimensión la máxima puntuación es de 6. Estos datos podemos observarlos en la tabla 5.25.

Tabla 5.25.- Valoración de las dimensiones de calidad de los espectadores del Cpto. del Mundo según la edad.

Campeonato del Mundo IAAF								
DIMENSIONES			De 18 a 23 años		De 24 a 35 años		Mayores de 35 años	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Calidad de Interacción (Personal)	,37	,68	5,65	,92	5,58	1,00	5,65	,98
Calidad del Entorno (Tangibles)	,42	,65	5,46	,91	5,43	,92	5,51	,98
Calidad del Entorno (Ambiente)	,15	,85	6,09	,86	6,06	,79	6,11	,88
Calidad del Resultado	1,51	,22	5,17	,72	5,25	,62	5,28	,52

Tras realizar la prueba post hoc y comprobar el análisis diferencial de las dimensiones de calidad no se encontraron resultados estadísticamente significativos en función de la edad de los

espectadores del Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia.

5.1.2.2.- Valoración del evento según el sexo de los espectadores.

En este apartado, en primer término se analizan las diferencias existentes entre los hombres y las mujeres respecto a las puntuaciones medias de cada una de las escalas que componen el cuestionario, y a continuación las puntuaciones obtenidas de cada una de las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida.

Para acometer el análisis se realiza una prueba T para muestras independientes. Como hemos comentado anteriormente primero analizaremos los resultados obtenidos durante el Cpto. de España y seguidamente el Cpto. del Mundo de atletismo.

En la tabla 5.26, podemos observar las puntuaciones medias obtenidas de la muestra de los espectadores de cada una de las escalas del cuestionario del Cpto. de España. Es la escala de intenciones futuras la que obtienen la puntuación más elevada (6,15; \pm ,94 y 6,43; \pm ,72) tanto para hombres como para mujeres respectivamente.

Las mujeres puntúan mejor todas y cada una de las escalas que componen el cuestionario durante el Cpto. de España de atletismo, cabe decir que los resultados obtenidos en función del sexo de los espectadores al comparar las escalas del cuestionario son estadísticamente significativos tanto en los elementos de la competición como en la escala de intenciones futuras. Podemos

Resultados

afirmar que las mujeres tienen más intención de volver a presenciar un evento deportivo que los hombres.

Tabla 5.26.- Valoración de las escalas de los espectadores del Cpto. de España según el sexo.

ESCALAS	Campeonato de España					
	Hombre				Mujer	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	1,89	,16	5,50	,85	5,74	,72
Calidad del Servicio Global	,50	,47	5,00	1,29	5,10	1,30
Satisfacción General	,14	,70	5,40	1,00	5,79	,93
Elementos de la Competición	4,25	,04*	5,39	1,00	5,85	,87
Intenciones Futuras	4,24	,04*	6,15	,94	6,43	,72

*p ≤ .05

Los datos de la muestra obtenida durante el Cpto. del Mundo en función del sexo de los espectadores son muy similares a la competición anterior. Vuelven a ser las mujeres las que valoran mejor que los hombres cada una de las escalas que conforman el cuestionario. En la tabla 5.27, podemos observar que vuelve a ser la escala de intenciones futuras la que obtiene la puntuación más elevada.

Los resultados obtenidos en función del sexo de los espectadores durante el Cpto. del Mundo, son estadísticamente significativos en la escala de calidad de servicio global.

Observando las puntuaciones obtenidas en la escala de calidad de servicio global podemos afirmar que las mujeres tienen una percepción de la calidad del servicio global del Cpto. del Mundo mayor que los hombres, pues puntúan mejor dicha escala.

Tabla 5.27.- Valoración de las escalas de los espectadores del Cpto. del Mundo según el sexo.

ESCALAS	Campeonato del Mundo					
			Hombre		Mujer	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	,00	,92	5,62	,79	5,76	,74
Calidad del Servicio Global	4,58	,03*	5,38	1,00	5,45	1,07
Satisfacción General	,02	,87	5,83	,86	5,96	,82
Elementos de la Competición	,32	,57	5,69	,86	5,92	,84
Intenciones Futuras	,00	,96	6,38	,78	6,46	,77

*p ≤ .05

Analizamos las cuatro dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida en función de sexo de los espectadores del Cpto. de España. En la tabla 5.28, podemos observar como son las mujeres las que perciben mayor calidad con el servicio recibido. El factor que obtiene la puntuación más baja es la calidad del resultado, valorada con una puntuación de 5,11; ± ,62, por parte de los hombres.

Tabla 5.28.- Valoración de las dimensiones de calidad de los espectadores del Cpto. de España según el sexo.

DIMENSIONES	Campeonato de España					
			Hombre		Mujer	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad de Interacción (Personal)	1,44	,23	5,30	1,06	5,58	,98
Calidad del Entorno (Tangibles)	,00	,97	5,39	1,01	5,46	,98
Calidad del Entorno (Ambiente)	6,81	,00*	5,97	,92	6,31	,70
Calidad del Resultado	,14	,70	5,11	,62	5,25	,64

*p ≤ .05

Resultados

La puntuación más elevada recae sobre la dimensión de la calidad del entorno, concretamente el ambiente ($6,31 \pm ,70$) por parte de las mujeres como hemos comentado anteriormente. Podemos afirmar que las mujeres tienen una percepción mayor de la calidad del entorno (ambiente) que los hombres, pues tras comparar dicha dimensión encontramos resultados estadísticamente significativos en función del sexo de los espectadores del Cpto. de España de atletismo.

En la muestra obtenida tras el análisis diferencial de las dimensiones de calidad durante el Cpto. del Mundo, los espectadores hombres valoran peor que las mujeres los factores que se desprenden de la escala de calidad percibida. Estos resultados se asemejan a la competición anterior. La dimensión de la calidad del entorno (el ambiente) es la mejor valorada tanto por parte de los hombres como de las mujeres, obteniendo la puntuación más elevada de todas las dimensiones ($6,16 \pm ,79$), estos resultados podemos observarlos en la tabla 5.29.

Tabla 5.29.- Valoración de las dimensiones de calidad de los espectadores del Cpto. del Mundo según el sexo.

DIMENSIONES	Campeonato del Mundo IAAF					
			Hombre		Mujer	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad de Interacción (Personal)	,62	,43	5,54	1,00	5,75	,92
Calidad del Entorno (Tangibles)	,58	,44	5,44	,96	5,51	,91
Calidad del Entorno (Ambiente)	,01	,90	6,03	,86	6,16	,79
Calidad del Resultado	1,09	,29	5,21	,60	5,28	,66

No obstante y a pesar de estos datos, los resultados obtenidos durante el Cpto. del Mundo al valorar las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida no son estadísticamente significativos en función del sexo de los espectadores.

5.1.2.3.- Valoración del evento según la práctica deportiva de los espectadores.

Preguntamos a los espectadores tanto del Cpto. de España de atletismo como del Cpto. del Mundo si practicaban deporte de forma regular. En función de su respuesta, analizamos las diferencias entre aquellos que respondieron que practicaban deporte al menos dos o más veces por semana (considerando que es una práctica habitual), y aquellos espectadores que por el contrario no practicaban deporte habitualmente.

La variable de la práctica deportiva fue analizada pues creímos que aquellos espectadores que practicaban deporte de forma habitual, al menos dos veces por semana, contarían con mayor experiencia y cultura deportiva, y por lo tanto podrían llegar a ser más críticos con el evento.

Los datos obtenidos de la muestra del Cpto. de España indican que los espectadores que no practican deporte habitualmente puntúan mejor cada una de las escalas del cuestionario y las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida, pero no obstante y a pesar de los resultados, no se encuentran resultados estadísticamente significativos en función de la practica deportiva

Resultados

de los espectadores del Cpto. de España de atletismo en pista cubierta.

Al realizar la prueba T para muestras independientes con los datos obtenidos de la muestra de espectadores del Cpto. del Mundo encontramos datos estadísticamente significativos en la valoración de la escala de satisfacción general, podemos observar estos datos en la tabla 5.30. Los espectadores que afirman no practicar deporte de forma habitual puntúan peor todas las escalas del cuestionario menos la calidad percibida total.

Podemos afirmar que los espectadores que practican deporte de forma habitual al menos dos veces por semana, se sienten más satisfechos a nivel general con evento deportivo que aquellos que no practican deporte habitualmente.

Tabla 5.30.- Valoración de las escalas según la practica deportiva de los espectadores del Cpto. del Mundo.

ESCALAS	Campeonato del Mundo					
	Practica Deporte				No Practica Deporte	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida Total	,01	,89	5,67	,77	5,74	,78
Calidad del Servicio Global	,40	,52	5,41	1,03	5,39	1,03
Satisfacción General	4,32	,03*	5,89	,83	5,79	,93
Elementos de la Competición	,00	,96	5,80	,85	5,67	,94
Intenciones Futuras	,30	,57	6,42	,78	6,37	,74

*p ≤ .05

Los factores que se desprenden de la escala de calidad durante el Cpto. del Mundo, obtuvieron puntuaciones muy similares tanto por

parte de los espectadores que afirmaban practicar deporte de forma habitual como por aquellos que no practicaban deporte.

La dimensión mejor valorada por ambos grupos fue la calidad del entorno, concretamente el ambiente, ($6,08 \pm ,84$), en este caso y tras realizar la prueba T para muestras independientes, los resultados obtenidos en función de la práctica deportiva analizando las dimensiones de calidad del Cpto. del Mundo no son estadísticamente significativos.

5.1.2.4.- Valoración del evento según la formación académica de los espectadores.

La formación académica de los asistentes tanto al Cpto. de España como al Mundial de atletismo era un dato interesante de medir con el fin de conocer el perfil académico de los espectadores que asistieron a ambos eventos deportivos.

En la tabla 4.4 del capítulo anterior, podemos observar la muestra obtenida en función de la formación académica de los espectadores de ambas competiciones, el 60% de la muestra afirmaba tener estudios universitarios, el 33% afirmaba tener estudios secundarios y únicamente el 7% estaba repartido en el resto de la muestra, tanto aquellos que tenían estudios primarios como los que afirmaban no tener estudios.

Tras realizar una prueba T para muestras independientes entre los espectadores que afirmaban tener estudios y aquellos que no tenían estudios, no encontramos resultados estadísticamente significativos en función de esta variable. Por lo tanto, la formación académica de los espectadores del Cpto. de España y del Mundial,

con relación a las escalas del cuestionario y las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida, no sería una variable a tener en cuenta en la percepción de la calidad. Tal vez los resultados estén influenciados por la poca muestra obtenida por parte uno de los grupos.

5.1.2.5.- Valoración del evento según la asistencia a eventos deportivos de los espectadores.

Nos interesaba conocer especialmente si los espectadores de ambas competiciones de atletismo era la primera vez que asistían a un evento deportivo, o por el contrario, con anterioridad habían asistido a otros eventos fueran o no de atletismo. Con estos datos se pretende averiguar si la experiencia del espectador influye en la valoración de la calidad del evento.

El resultado después del análisis desvelaba que a la hora de puntuar las escalas que forman el cuestionario del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo, los espectadores que afirman asistir por primera vez a un evento deportivo puntúan mejor la escala de calidad percibida total, la calidad del servicio global, la satisfacción general y los elementos de la competición. Pero por el contrario, los espectadores que afirman haber asistido con anterioridad a un evento deportivo, en ambas competiciones puntúan mejor la escala de intenciones futuras. No obstante y a pesar de estos datos, en relación a las escalas del cuestionario de ambas competiciones deportivas no se encontraron resultados estadísticamente significativos en función de la asistencia a eventos deportivos.

Estos datos podemos observarlos en la tabla 5.31 y 5.32, del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo de atletismo respectivamente.

Tabla 5.31.- Valoración de las escalas según la asistencia a eventos deportivos de los espectadores del Cpto. de España.

ESCALAS	Campeonato de España					
			Asiste a un evento dvo. por primera vez		Ha asistido a otros eventos dvos.	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	,15	,69	6,16	,52	5,58	,81
Calidad del Servicio Global	,15	,69	5,50	1,18	5,03	1,30
Satisfacción General	,42	,51	5,87	,72	5,55	,99
Elementos de la Competición	,08	,77	5,90	,89	5,56	,98
Intenciones Futuras	,69	,40	5,70	1,12	6,28	,86

Tabla 5.32.- Valoración de las escalas según la asistencia a eventos deportivos de los espectadores del Cpto. del Mundo.

ESCALAS	Campeonato del Mundo					
			Asiste a un evento dvo. por primera vez		Ha asistido a otros eventos dvos.	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	,15	,69	5,89	,69	5,67	,77
Calidad del Servicio Global	,15	,69	5,56	,97	5,40	1,03
Satisfacción General	,42	,51	6,09	,73	5,87	,85
Elementos de la Competición	,08	,77	6,02	,83	5,77	,86
Intenciones Futuras	,69	,40	6,35	,86	6,42	,77

Los resultados obtenidos tras la prueba T realizada según la asistencia de los espectadores a eventos deportivos en relación a las dimensiones de calidad durante el Cpto. del Mundo, no muestran

Resultados

datos estadísticamente significativos. Por el contrario, durante el Cpto. de España si que encontramos resultados significativos en función de la variable de asistencia previa a eventos deportivos. Estos resultados podemos observarlos en la tabla 5.33. Los espectadores que asisten por primera vez a un evento deportivo valoran mejor las dimensiones de calidad de la interacción y calidad del entorno que los espectadores que afirman que han asistido con anterioridad a otros eventos deportivos.

La dimensión de la calidad del resultado está mejor puntuada por los espectadores con experiencia. Podemos afirmar tras el análisis de los datos que los espectadores que asisten por primera vez a un evento deportivo perciben mejor la calidad del entorno, concretamente los tangibles que los espectadores con experiencia.

Tabla 5.33.- Valoración de las dimensiones de calidad según la asistencia a eventos deportivos de los espectadores del Cpto. de España.

DIMENSIONES	Campeonato de España					
			Asiste a un evento dvo. por primera vez		Ha asistido a otros eventos dvos.	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad de Interacción (Personal)	,27	,59	5,83	1,10	5,40	1,03
Calidad del Entorno (Tangibles)	5,96	,01*	5,40	,47	5,96	1,00
Calidad del Entorno (Ambiente)	1,17	,27	6,56	,58	6,10	,86
Calidad del Resultado	,00	,95	5,03	,62	5,17	,63

*p ≤ .05

5.1.3.- Análisis de regresión de los espectadores.

En este apartado en el que concluimos los resultados de los espectadores, realizamos un análisis de regresión lineal múltiple con la intención de poder analizar si la relación entre las variables de interés son significativas, y si por lo tanto podemos predecir una variable dependiente a partir de un conjunto de variables independientes en relación a los espectadores de ambos eventos deportivos de atletismo.

5.1.3.1.- Predicción de la satisfacción de los espectadores en función de los factores de calidad.

Un aspecto importante es determinar el poder de predicción de los factores de calidad, pues pensamos que en la organización y la gestión de eventos deportivos es un dato relevante el conocer las características del servicio que pueden predecir la satisfacción de los usuarios (Dorado y Gallardo, 2004; Tsuji, Bennett y Zhang 2007). En el caso que nos ocupa en este apartado de la investigación, tomaremos en el modelo de predicción como variable dependiente la satisfacción general de los espectadores del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo de atletismo, y como variables independientes las cuatro dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida. Estas dimensiones de calidad son: la calidad de la interacción (personal), la calidad del entorno (tangibles), la calidad del entorno (ambiente) y finalmente la calidad del resultado.

Resultados

La validez del análisis del modelo regresión se realiza mediante la prueba ANOVA que se puede observar en la tabla 5.34, mostrando que las variables independientes (los cuatro factores de calidad) que componen el modelo propuesto explican de forma significativa la variable dependiente (satisfacción general) de los espectadores del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo. Este estadístico debe ser el primer criterio para validar dicho modelo de regresión.

Tabla 5.34.- ANOVA del modelo de regresión múltiple para los espectadores de atletismo.

Campeonato de España						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	211,905	4	52,976	104,869	,000 ^a
	Residual	212,674	421	,505		
	Total	424,578	425			

Campeonato del Mundo						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	181,655	4	45,414	100,801	,000 ^a
	Residual	297,350	660	,451		
	Total	479,005	664			

a. Variables Predictoras: (Constante), Calidad del Resultado, Calidad de la Interacción (Personal), Calidad del Entorno (Ambiente) Calidad del Entorno (Tangibles).

b. Variable dependiente: Satisfacción General.

Con el fin de conocer que las variables independientes seleccionadas son buenas estimadores de la variable dependiente utilizamos el estadístico del coeficiente de determinación (R^2) y la prueba de Durbin-Watson. Mediante dichos estadísticos

expresamos la relación que existe entre los factores de calidad y la satisfacción general de los espectadores de ambos eventos deportivos. Podemos observar en la tabla 5.35, que el ajuste del modelo es aceptable, con un R^2 igual a 0,499 para el Cpto. de España, y un resultado algo más pobre para el Cpto. del Mundo con R^2 igual a 0,379.

Tabla 5.35.- Coeficiente de correlación del modelo y prueba de Durbin-Watson en el caso de los espectadores de atletismo.

Campeonato de España					
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,706 ^a	,499	,494	,71075	1,937

Campeonato del Mundo					
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,616 ^a	,379	,375	,67122	1,969

a. Variables Predictoras: (Constante), Calidad del Resultado, Calidad de la Interacción (Personal), Calidad del Entorno (Ambiente) Calidad del Entorno (Tangibles).
b. Variable dependiente: Satisfacción General.

El resumen del modelo de análisis de regresión lineal múltiple de los factores de calidad podemos observarlo en la tabla 5.36, los coeficientes obtenidos por cada uno de los factores nos indican un nivel de significación $< 0,05$.

De este análisis se deduce que durante el Cpto. de España de atletismo la variable que más información aporta para explicar la satisfacción de los usuarios es la calidad del resultado. Por el contrario, en el caso del Cpto. del Mundo, la variable que más

Resultados

influye sobre la satisfacción de los usuarios durante el evento es la calidad de la interacción, con datos muy similares a la calidad del resultado.

Tabla 5.36.- Coeficientes de regresión de los factores de calidad para los espectadores de atletismo con variable dependiente de satisfacción general.

Campeonato de España						
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	
	B	Error típ.	Beta			
1	Calidad de la Interacción	,176	,041	,182	4,313	,000
	Calidad del Entorno (Tangibles)	,232	,045	,232	5,205	,000
	Calidad del Entorno (Ambiente)	,171	,051	,149	3,385	,001
	Calidad del Resultado	,581	,059	,373	9,855	,000

a. Variable dependiente: Satisfacción General

Campeonato del Mundo						
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	
	B	Error típ.	Beta			
1	Calidad de la Interacción	,229	,034	,263	6,804	,000
	Calidad del Entorno (Tangibles)	,132	,035	,147	3,813	,000
	Calidad del Entorno (Ambiente)	,164	,042	,163	3,956	,000
	Calidad del Resultado	,329	,045	,243	7,257	,000

Los análisis estadísticos desarrollados determinan las propiedades generales del modelo y nos generan los criterios suficientes para realizar las pruebas de calidad necesarias. A pesar de ello, es importante tener en cuenta el estudio de los residuos que nos

permite detectar posibles desajustes que nos indiquen que debemos realizar algún cambio.

Uno de los estadísticos de análisis de estos residuos es la homocedasticidad, dicho estadístico ha sido uno de los supuestos verificados durante ambas competiciones pues nos indica visualmente mediante una gráfica la distribución de los residuales sobre la línea de 45 grados. En función de su distribución valida el supuesto de normalidad de estos.

Estos resultados podemos observarlos en la figura 5.1, para el Cpto. de España y figura 5.2, para el Cpto. del Mundo.

Figura 5.1.- Gráfico normal de regresión, residuo tipificado con variable dependiente de satisfacción general del Cpto. de España.

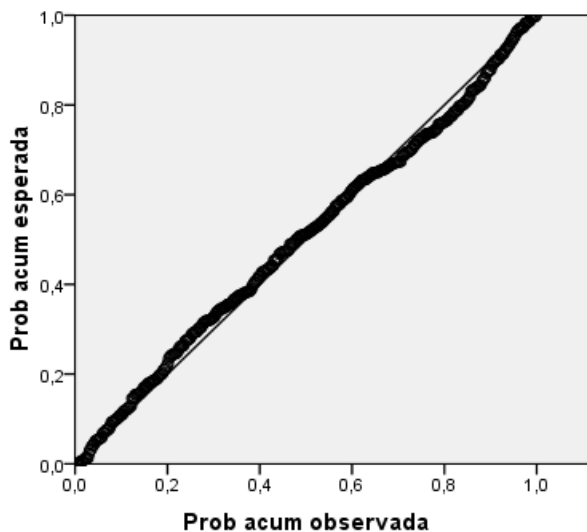
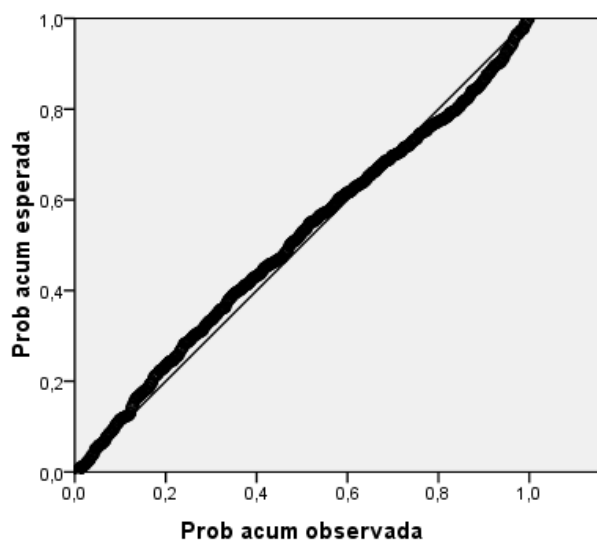


Figura 5.2.- Gráfico normal de regresión residuo tipificado con variable dependiente de satisfacción general del Cpto. del Mundo.



En ambas figuras se muestra que los residuos se distribuyen cerca de la línea de 45 grados que comentábamos anteriormente, por lo que se valida el supuesto de normalidad de éstos.

5.1.3.2.- Predicción de las intenciones futuras de los espectadores en función de los factores de calidad y la satisfacción.

Al igual que en el apartado anterior analizábamos la influencia de los factores de calidad sobre la satisfacción de los usuarios, en este apartado, analizamos qué influencia tienen tanto la satisfacción general como los cuatro factores de calidad sobre las intenciones futuras de los espectadores del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo de atletismo.

Con el fin de dar validez al modelo de regresión tal y como hemos hecho anteriormente se realiza la prueba ANOVA. Como podemos observar en la tabla 5.37, las variables independientes la satisfacción general y las dimensiones de calidad que componen el modelo propuesto, explican de forma significativa la variable dependiente, que en este caso son las intenciones futuras de los espectadores.

Tabla 5.37.- Resumen de la ANOVA del modelo de regresión múltiple para los espectadores respecto a sus intenciones futuras.

Campeonato de España						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	101,489	5	20,298	37,776	,000 ^a
	Residual	225,673	420	,537		
	Total	327,162	425			
Campeonato del Mundo						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	123,837	5	24,767	58,711	,000 ^a
	Residual	278,001	659	,422		
	Total	401,838	664			
a. Variables Predictoras: Satisfacción General, Calidad de la Interacción (Personal), Calidad del Entorno (Ambiente) Calidad del Entorno (Tangibles). Calidad del Resultado.						
b. Variable dependiente: Intenciones Futuras.						

Tal y como hemos comentado anteriormente, para saber que las variables independientes seleccionadas son buenas estimadores de la variable dependiente, utilizamos el estadístico del coeficiente de determinación (R^2) y la prueba de Durbin-Watson. Mediante

Resultados

dichos estadísticos expresamos la relación que existe entre las intenciones futuras frente a los factores de calidad y la satisfacción general de los espectadores de ambos eventos deportivos. Los datos que obtenemos con este estadístico son R^2 igual a 0,310, con Durbin-Watson 1'964 para el Cpto. de España, y un resultado muy parecido para el Cpto. del Mundo con R^2 igual a 0,308, con Durbin-Watson 1'894.

Tabla 5.38.- Coeficientes de regresión de los factores de calidad y la satisfacción general para los espectadores con las intenciones futuras como variable dependiente.

Campeonato de España						
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	
	B	Error típ.	Beta			
1	Calidad de la Interacción	,007	,043	,008	,154	,878
	Calidad del Entorno (Tangibles)	-,111	,047	-,127	-2,344	,020*
	Calidad del Entorno (Ambiente)	,213	,053	,212	4,023	,000*
	Calidad del Resultado	,246	,067	,180	3,644	,000*
	Satisfacción General	,315	,050	,359	6,265	,000*

a. Variable dependiente: Intenciones Futuras

Campeonato del Mundo						
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	
	B	Error típ.	Beta			
1	Calidad de la Interacción	-,014	,034	-,018	-,428	,669
	Calidad del Entorno (Tangibles)	-,085	,034	-,103	-2,510	,012*
	Calidad del Entorno (Ambiente)	,142	,041	,154	3,498	,001*
	Calidad del Resultado	,095	,046	,077	2,079	,038*
	Satisfacción General	,443	,038	,483	11,753	,000*

En la tabla 5.38, podemos observar el resumen del modelo de análisis de regresión lineal múltiple de la satisfacción general y los factores de calidad en relación a la variable dependiente intenciones futuras. Los coeficientes obtenidos en los factores de la calidad del entorno y la calidad del resultado junto con la satisfacción general nos indican que tienen un nivel de significación $< 0,05$. Si observamos dichos datos, debemos tener en cuenta que el coeficiente obtenido por el factor de la calidad de la interacción (personal), tanto en el Cpto. de España de atletismo, como en el Cpto. del Mundo, no es significativo al nivel de $p < 0,05$.

Se deduce que del análisis de regresión múltiple de la muestra del Cpto. de España de atletismo y del Cpto. del Mundo, la variable que más información aporta para explicar las intenciones futuras de los usuarios en ambos casos es la satisfacción general. La calidad de la interacción (personal) no es un factor que predice las intenciones futuras de los espectadores de ambos eventos.

5.2.- Resultados de la muestra de deportistas.

En el siguiente apartado se muestran los resultados obtenidos del análisis de los datos tanto de los 72 deportistas que componen la muestra del Cpto. de España, como de los 99 deportistas que componen la muestra del Cpto. del Mundo de atletismo.

5.2.1.- Valoración General del evento.

Realizamos una valoración general del evento en función de la muestra obtenida por parte de los deportistas tanto del Cpto. de España como del Cpto. del Mundo de atletismo. Los contenidos están estructurados siguiendo el mismo esquema que el apartado anterior.

Para analizar la valoración de un modo general se describen los resultados de cada una de las áreas del cuestionario de forma global, hablamos siempre de los eventos en función de su consecución cronológica, en primer término del Cpto. de España y a continuación del Cpto. del Mundo.

En primer lugar se muestra la media y la desviación típica (\pm) de todas las áreas. Cabe recordar para una correcta interpretación de los resultados que la mínima puntuación posible es 1 y la máxima de 7.

Hacemos referencia y valoramos las dimensiones de calidad de servicio resultantes del análisis de la escala de calidad percibida. Finalmente, se describen los resultados analizados en función de las diferentes variables que en el caso de los deportistas fueron, la edad, el sexo, su participación con anterioridad en competiciones internacionales (sólo en el caso del Cpto. de España) y el momento de participación en la competición cuando rellenaban el cuestionario, es decir, si habían finalizado su participación en la competición o todavía estaban en proceso de participación (sólo en el caso del Cpto. del Mundo).

5.2.1.1.- Calidad de servicio percibida.

La escala de calidad percibida SERVPERF adaptada de Parasuraman et al. (1988) es la primera de las áreas que componen el cuestionario de los deportistas y estaba compuesta por un total de 24 ítems que tras la depuración realizada con el fin de producir una mejora en la interpretación de los datos, quedó reducida a 23 ítems.

La media obtenida de forma general por dicha área analizada la muestra de los 72 deportistas del Cpto. de España de atletismo es de 4,94 ($\pm 1,15$). La media obtenida analizada la muestra de los 99 cuestionarios de los deportistas del Cpto. del Mundo es de 5,49 ($\pm 1,01$), ambos sobre una puntuación máxima de 7 por lo que los resultados se pueden considerar como buenos.

De la escala de calidad percibida se desprenden los cinco factores propuestos por los autores Parasuraman et al. (1988) tras la depuración final de la escala SERVPERF. Estas dimensiones son: la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y finalmente la empatía.

La primera de las dimensiones la denominamos tangibilidad o los tangibles, está compuesto por 7 ítems y hace referencia a la evidencia física del servicio, apariencia del personal, facilidades físicas, herramientas o equipamiento usado para suministrar el servicio. Las puntuaciones obtenidas por cada ítem de la dimensión de tangibilidad de la muestra del Cpto. de España las podemos observar en la tabla 5.39.

Tabla 5.39.- Tangibilidad (Tangibles) del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
-El equipamiento de las instalaciones del Cpto. de España tiene la apariencia de ser moderno.	72	5,48	1,59
-Las instalaciones físicas del Cpto. de España son visualmente atractivas.	72	5,43	1,50
-Los elementos materiales que utiliza el Cpto. de España son visualmente atractivos.	72	5,22	1,50
-El transporte durante el Cpto. de España ha sido de calidad.	72	4,78	1,65
-En general, el alojamiento durante el Cpto. de España ha favorecido mi descanso.	72	5,29	1,52
-Los hoteles proporcionados por la organización son de buena calidad.	72	5,38	1,51
-La alimentación durante mi estancia en Valencia ha sido de calidad.	72	5,20	1,66

Si analizamos en orden cronológico de consecución de cada competición, en la tabla 5.39, podemos observar los resultados del Campeonato de España de atletismo. El ítem mejor valorado por los deportistas en la dimensión de los tangibles hacía referencia al equipamiento que la organización había adquirido para el desarrollo del evento, según los deportistas dicho equipamiento tenía apariencia de ser moderno. El ítem peor valorado se refería al transporte que la organización ponía en disposición de los deportistas para su traslado.

Si observamos la tabla 5.40, ésta hace referencia a los tangibles en la muestra del Cpto. del Mundo, en ella podemos observar los resultados obtenidos en base a esta dimensión.

Tabla 5.40.- Tangibilidad (Tangibles) del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
-El equipamiento de las instalaciones del Mundial de Valencia tiene la apariencia de ser moderno.	99	5,97	1,27
-Las instalaciones físicas del Mundial de Valencia son visualmente atractivas.	99	5,93	1,21
-Los elementos materiales que utiliza el Mundial de Valencia son visualmente atractivos.	99	5,82	1,29
-El transporte durante el Mundial de Valencia ha sido de calidad.	99	5,03	2,04
-En general, el alojamiento durante el Mundial de Valencia ha favorecido mi descanso.	99	5,74	1,48
-Los hoteles proporcionados por la organización son de buena calidad.	99	6,03	1,41
-La alimentación durante mi estancia en Valencia ha sido de calidad.	99	4,85	1,95

Si observamos la dimensión de los tangibles del Cpto. del Mundo IAAF, el ítem que mejor valoran los deportistas hace referencia al alojamiento, a los hoteles proporcionados por la organización durante la estancia que estos permanecieron en la ciudad sede del evento. Por el contrario y a diferencia del Cpto. de España, el ítem que peor valoran esta relacionado con la calidad de la alimentación que tuvieron a su alcance durante su estancia.

El segundo factor que se desprende de la escala de calidad percibida, lo denominamos fiabilidad, esta dimensión implica seriedad y capacidad para ser consecuente con el cumplimiento del servicio, pretendiendo que el prestatario cumpla las promesas y ejecute bien el servicio desde su inicio. Esto incluye anunciar con exactitud, cumplir correctamente consignas y ejecutar el servicio en el tiempo establecido. El cumplimiento de los horarios es un

aspecto fundamental para el buen desarrollo de una competición de atletismo.

En la tabla 5.41, se muestra las medias obtenidas de cada ítem del factor de fiabilidad del Cpto. de España, podemos observar que esta dimensión está compuesta por un total de 6 ítems, cabe recordar que analiza la realización del servicio prometido de forma precisa.

El ítem mejor valorado por los deportistas durante el Cpto. de España de atletismo está relacionado con el interés que mostraba la organización por resolver aquellos problemas que durante la competición pudieran surgirles a los deportistas. A diferencia de este criterio, el ítem que peor puntuación obtiene y que por lo tanto peor valoran, está relacionado con los errores que en su caso podría cometer la organización del Cpto. de España.

Tabla 5.41.- Fiabilidad del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
-Cuando la organización del Cpto. promete hacer algo en un determinado tiempo, lo hace.	72	4,71	1,65
-Cuando un deportista tiene un problema, la organización del Cpto. se interesa en solucionarlo.	72	5,03	1,58
-La organización del Cpto. de España realiza bien el servicio a la primera.	72	4,77	1,45
-La organización del Cpto. de España cumple con los horarios previstos.	72	5,02	1,52
-La organización del Cpto. de España no comete errores.	72	4,17	1,57
En general, el transporte proporcionado por la organización ha sido puntual.	72	4,92	1,58

Si observamos la tabla 5.42, que analiza la dimensión de fiabilidad del Cpto. del Mundo podemos observar que al igual que en la competición anterior el ítem que peor valoran los deportistas hace referencia a que la organización del Mundial en este caso no comete errores. Por el contrario, el ítem que mejor valoran los deportistas y muy a tener en cuenta en las competiciones de atletismo pues es de vital importancia que esto se cumpla, esta relacionado con que la organización ha cumplido con la mayor puntualidad posible los horarios previstos durante la competición.

Tabla 5.42.- Fiabilidad del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
-Cuando la organización del Mundial promete hacer algo en un determinado tiempo, lo hace.	99	5,38	1,50
-Cuando un deportista tiene un problema, la organización del Mundial de Valencia se interesa en solucionarlo.	99	5,38	1,49
-La organización del Mundial de Valencia realiza bien el servicio a la primera.	99	5,41	1,61
-La organización del Mundial de Valencia cumple con los horarios previstos.	99	5,81	1,38
-La organización del Mundial no comete errores.	99	4,48	1,66
-En general, el transporte proporcionado por la organización del Mundial de Valencia ha sido puntual.	99	4,99	1,86

La tercera dimensión que se desprende de la escala de calidad percibida la denominamos capacidad de respuesta. En este caso son dos ítems que responden a la disposición que denota la organización para ayudar a los clientes y proporcionar por lo tanto un servicio rápido.

Resultados

Esta dimensión está directamente relacionada con la reactividad, es decir, el deseo de servir, la disposición de los empleados por dar servicio, por atender a los espectadores del evento.

Tanto en la tabla 5.43, como en la tabla 5.44, del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo respectivamente, podemos observar las medias obtenidas por los ítems de esta escala. Las puntuaciones son consideradas como buenas, pues cabe recordar que la máxima puntuación es 7.

Tabla 5.43. - Capacidad de Respuesta del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
-En el Cpto. de España, los empleados ofrecen un servicio rápido.	72	5,41	1,31
-En el Cpto., los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los deportistas.	72	5,50	1,44

Tabla 5.44. - Capacidad de Respuesta del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
-En el Mundial de Valencia, los empleados ofrecen un servicio rápido.	99	5,37	1,58
-En el Mundial de Valencia, los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los deportistas.	99	5,78	1,39

La cuarta dimensión resultante de la escala de calidad percibida la denominamos seguridad, dicho factor está compuesto por 3 ítems y está relacionado directamente con la ausencia de peligro, riesgo o duda, implica seguridad física, financiera y confidencialidad. A su vez, y tal y como podemos comprobar en la tabla 5.45 que hace referencia al Cpto. de España, esta dimensión representa la

capacidad de los empleados para transmitir confianza y seguridad, así como cortesía y conocimientos suficientes.

El ítem que mejor valoran los deportistas de esta competición es la amabilidad con la que son tratados por parte de la organización. El ítem peor valorado en esta dimensión pero con una puntuación considerada como buena 5,25 (\pm 1,52) sobre 7, hace referencia al sentimiento de seguridad experimentado por los deportistas en cuanto a la relación con la organización de la competición.

Tabla 5.45.- Seguridad del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
-El comportamiento de los empleados del Cpto. de España transmite confianza al deportista.	72	5,44	1,36
-Los deportistas se sienten seguros en su relación con la organización del Cpto. de España.	72	5,25	1,52
-En el Cpto. de España, los empleados son siempre amables con los deportistas.	72	5,65	1,46

La opinión de los deportistas del Cpto. de España de atletismo en relación al factor de seguridad es compartida de igual modo por los deportistas del Cpto. del Mundo IAAF.

Si observamos los resultados de la tabla 5.46 tanto el ítem mejor valorado como el peor valorado coinciden. La diferencia únicamente radica en que la opinión de los deportistas del Cpto. del Mundo es ligeramente superior a los deportistas de la competición de menor envergadura.

Tabla 5.46.- Seguridad Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
-El comportamiento de los empleados del Mundial de Valencia transmite confianza al deportista.	99	5,55	1,42
-Los deportistas se sienten seguros en su relación con la organización del Mundial de Valencia 08.	99	5,45	1,32
-En el Mundial de Valencia, los empleados son siempre amables con los deportistas.	99	5,79	1,40

Finalmente el quinto y último factor que se desprende de la escala de calidad percibida lo denominamos empatía, es decir, la atención personalizada que se les da a los clientes que demandan un servicio, esta dimensión estaba compuesta por un total de 5 ítems y los resultados obtenidos durante el Cpto. de España podemos observarlos en la tabla 5.47.

Tabla 5.47.- Empatía Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
-La organización del Cpto. de España da a sus deportistas una atención individualizada.	72	4,95	1,37
-El Cpto. de España tiene horarios convenientes para los deportistas.	72	4,35	2,01
-La organización del Cpto. de España se preocupa por los mejores intereses de sus deportistas.	72	4,61	1,67
-Los empleados del Cpto. de España comprenden las necesidades de los deportistas.	72	4,88	1,55
-En general, la organización del Cpto. me ha facilitado información turística sobre la ciudad.	72	3,95	1,86

El ítem que mejor puntúan hace referencia a la atención individualizada que la organización presta a los deportistas. El ítem de peor puntuación obtiene con 3,95 (\pm 1,86), está relacionado con

la información que la organización ha facilitado a los deportistas sobre la oferta turística que ofrece la ciudad. La dimensión de empatía en la muestra del Cpto. de España, obtiene las medias más bajas de todas las escalas, los autores Crompton y MacKay (1989) tratan la valoración de la dimensión de empatía en sus estudios.

La dimensión de empatía esta relacionada con la cortesía, referida a la corrección, respeto, consideración y compañerismo en el contacto personal. Incluye consideración hacia los bienes de los clientes y apariencia limpia y esmerada del personal en contacto con el público. La comunicación es un aspecto importante a tener en cuenta y pretende mantener informados a los clientes con un lenguaje entendible. La organización debe de ajustar el lenguaje a los diferentes clientes. Esto supone la explicación del servicio por sí mismo, la indicación de cuánto costará el servicio, la explicación del intercambio entre servicio y coste, y asegurar al cliente que todo problema está resuelto.

Los resultados obtenidos en la dimensión de empatía del Cpto. del Mundo podemos observarlos en la tabla 5.48, al igual que en la dimensión de empatía de la competición anterior los resultados obtenidos son los más bajos de todas las dimensiones. El ítem mejor valorado está relacionado con los horarios que la organización tiene previsto para los deportistas durante la competición. Al igual que en la competición anterior el ítem peor valorado vuelve a relacionarse con la información que la organización ha facilitado a los deportistas sobre la oferta turística que la ciudad sede ofrece.

Tabla 5.48.- Empatía Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
-La organización del Mundial da a sus deportistas una atención individualizada.	99	5,15	1,56
-El Mundial de Valencia tiene horarios convenientes para los deportistas.	99	5,44	1,38
-La organización del Mundial de Valencia se preocupa por los mejores intereses de sus deportistas.	99	5,18	1,44
-Los empleados del Mundial de Valencia comprenden las necesidades de los deportistas.	99	5,05	1,61
-En general, la organización del Mundial de Valencia me ha facilitado información turística sobre la ciudad.	99	4,98	1,99

Del análisis realizado de la escala de calidad percibida se deducen los cinco factores que hemos citado anteriormente, todos ellos obtienen medias elevadas en ambas competiciones, estos datos podemos observarlos en la tabla 5.49, donde se muestra la media y la desviación típica obtenida de cada dimensión tanto en el del 44º Cpto. de España de atletismo como en el 12º Cpto. del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia.

El primer factor al que denominamos tangibilidad, analizaba los tangibles, es decir, el aspecto físico y el equipamiento material de la instalación para el correcto desarrollo de la competición, el transporte ofrecido por la organización, el alojamiento y la alimentación, entre otros. En el Cpto. de España obtuvo una media de 5,25 ($\pm 1,24$) y en el Cpto. del Mundo, obtuvo una media de 5,62 ($\pm 1,11$), es la dimensión que obtiene la mejor puntuación de toda la escala de calidad percibida de los deportistas.

La segunda dimensión analizaba la fiabilidad, es decir, si la organización cumplía con sus promesas, si solucionaba los

problemas que surgían a los deportistas, si realizaba bien su trabajo y no cometía errores o si el transporte era puntual, entre otros. En el Cpto. de España obtuvo una media de 4,77 ($\pm 1,27$) y en el Cpto. del Mundo, obtuvo una media de 5,24 ($\pm 1,20$).

El tercer factor resultante de la escala de calidad percibida es la capacidad de respuesta, en este caso, se preguntaba a los deportistas por la rapidez y la disponibilidad que mostraban los empleados de la organización. En el Cpto. de España, la capacidad de respuesta fue la dimensión mejor valorada de toda la escala de calidad percibida, obtuvo una media de 5,45 ($\pm 1,31$) y en el Cpto. del Mundo, obtuvo una media de 5,57($\pm 1,31$).

La cuarta dimensión era la seguridad, los deportistas debían evaluar mediante tres ítems si los empleados de la organización eran amables y si su comportamiento con los deportistas les transmitía confianza y seguridad. En el Cpto. de España obtuvo una media de 5,44 ($\pm 1,29$) y en el Cpto. del Mundo obtuvo una media de 5,59 ($\pm 1,17$).

La empatía es la quinta y última dimensión, en este caso los deportistas evaluaban la atención individualizada ofrecida por la organización, si se preocupaban por sus intereses y comprendían sus necesidades, entre otros. En ambas competiciones esta dimensión es la que obtiene la puntuación más baja de la escala de calidad percibida. En el Cpto. de España obtuvo una media de 4,54 ($\pm 1,36$) y en el Cpto. del Mundo, obtuvo una media de 5,16 ($\pm 1,15$).

En la tabla 5.49, podemos observar las medias obtenidas por cada dimensión en ambas competiciones.

Tabla 5.49.- Valoración de las dimensiones de calidad de los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo.

DIMENSIONES	Cpto. de España			Cpto. del Mundo		
	Media	DT	N	Media	DT	N
Tangibilidad (Tangibles)	5,25	1,24	72	5,62	1,11	99
Fiabilidad	4,77	1,27	72	5,24	1,20	99
Capacidad de Respuesta	5,45	1,31	72	5,57	1,31	99
Seguridad	5,44	1,29	72	5,59	1,17	99
Empatía	4,54	1,36	72	5,16	1,15	99

5.2.1.2.- Calidad de servicio global.

La siguiente escala que compone el cuestionario de los deportistas es la calidad del servicio global. La escala cuenta con un total de cinco ítems y tiene como finalidad validar y tener un dato más de referencia en relación a la calidad percibida. Además es interesante conocer cual ha sido la percepción general de los deportistas respecto a la calidad de servicio que han recibido.

Tabla 5.50.- Calidad de servicio global de los deportistas del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
-En general, he recibido un servicio de alta calidad en el Cpto. de España Valencia 08.	72	5,52	1,39
-Generalmente, el servicio ofrecido en el Cpto. de España Valencia 08 es excelente.	72	5,28	1,36
-Hablando en general, el servicio ofrecido en el Cpto. de España es superior.	72	5,08	1,31
-En general, el servicio ofrecido en el Cpto. de España es sobresaliente.	72	5,00	1,54
-Creo que el trabajo realizado por los empleados del Cpto. de España es excelente.	72	5,37	1,53

La calidad de servicio global en el Cpto. de España obtiene la puntuación media más alta que la escala de calidad percibida, (5,25; \pm 1,30) lo mismo ocurre en el caso de la calidad de servicio global del Cpto. del Mundo, esta escala obtuvo una puntuación media también superior que la calidad de servicio percibida considerada como buena (5,52; \pm 1,19). Podemos observar los descriptivos de ambas escalas en las tablas 5.50, y 5.51, del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo respectivamente.

De la escala de calidad del servicio global del Cpto. de España, el ítem en relación a la alta calidad del servicio ofrecido es el que obtiene la mayor puntuación 5,28 (\pm 1,36).

Tabla 5.51.- Calidad de servicio global de los deportistas del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
-En general, he recibido un servicio de alta calidad en el Cpto. del Mundo.	99	5,75	1,21
-Generalmente, el servicio ofrecido en el Cpto. del Mundo es excelente.	99	5,53	1,45
-Hablando en general, el servicio ofrecido en el Cpto. del Mundo es superior.	99	5,38	1,39
-En general, el servicio ofrecido en el Cpto. del Mundo es sobresaliente.	99	5,32	1,48
-Creo que el trabajo realizado por los empleados del Cpto. del Mundo es excelente.	99	5,64	1,19

Al preguntar a los deportistas del Cpto. del Mundo su opinión sobre la calidad del servicio global, podemos observar en la tabla 5.51, los descriptivos obtenidos de cada ítem. Los empleados son valorados muy positivamente con una puntuación media de 5,64 (\pm

1,19) sobre 7, pero el ítem mejor valorado coincide al igual que en la competición anterior con el servicio de alta calidad que han recibido los deportistas durante el Mundial de atletismo.

5.2.1.3.- Satisfacción general.

Una de las variables importantes en un servicio deportivo dónde se experimentan emociones –como en el caso de los eventos- es la satisfacción. Éste constructo se fundamenta en un elemento emotivo mayor que la calidad y se le considera consecuencia de ésta. Para medir la satisfacción se utilizó una escala tipo Likert de cinco ítems en la cual los deportistas mostraban su total desacuerdo con la afirmación marcando (1) o total acuerdo con la afirmación marcando (7).

La media obtenida de la muestra de los deportistas durante el Campeonato de España de atletismo es inferior (5,58; \pm 1,53) a la obtenida durante el Cpto. del Mundo (5,91; \pm 1,22), ambas consideradas como buenas pues están valoradas sobre una puntuación máxima de 7.

En la tabla 5.52, podemos observar los descriptivos de la escala de satisfacción general del Cpto. de España y como el ítem “Verdaderamente he disfrutado asistiendo al Cpto. de España Valencia 08” obtiene la mayor puntuación de la escala con una puntuación de 5,97 (\pm 1,42) sobre 7.

Tabla 5.52.- Satisfacción general de los deportistas del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
-Estoy contento con las experiencias que he tenido en el Cpto. de España Valencia 08.	72	5,56	1,65
-Estoy satisfecho con mis experiencias en el Cpto. de España Valencia 08.	72	5,65	1,69
-Verdaderamente he disfrutado asistiendo al Cpto. de España Valencia 08.	72	5,97	1,42
-Estoy emocionado con las experiencias que he tenido en el Cpto. de España Valencia 08.	72	5,41	1,72
-Asistir al Cpto. de España ha sido delicioso.	72	5,31	1,82

La escala de satisfacción general en ambas competiciones ha obtenido puntuaciones muy elevadas. En la tabla 5.53, podemos observar como las medias obtenidas por cada ítem durante el Campeonato del Mundo son ligeramente superiores a las del Campeonato de España. El ítem mejor valorado coincide con el de la competición anterior.

Tabla 5.53.- Satisfacción general de los deportistas del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
-Estoy contento con las experiencias que he tenido en el Cpto. del Mundo Valencia 08.	99	5,87	1,39
-Estoy satisfecho con mis experiencias en el Cpto. del Mundo Valencia 08.	99	5,77	1,44
-Verdaderamente he disfrutado asistiendo al Cpto. del Mundo Valencia 08.	99	6,05	1,31
-Estoy emocionado con las experiencias que he tenido en el Cpto. del Mundo Valencia 08.	99	5,86	1,42
-Asistir al Cpto. del Mundo ha sido delicioso.	99	6,03	1,26

5.2.1.4.- Valor.

El valor del servicio es la importancia o los beneficios que se le otorgan al servicio recibido. La escala de valor durante el Cpto. de España obtuvo una media de 5,59 (\pm 1,25) mientras que en el Cpto. del Mundo de atletismo obtuvo una media ligeramente superior 5,79 (\pm 1,27).

El ítem mejor puntuado por los deportistas del Cpto. de España de atletismo “creo que el Cpto. de España tiene un buen valor”, obtiene la puntuación 5,75 (\pm 1,30), coincide con el ítem mejor valorado por los deportistas del Mundial de atletismo 6,06 (\pm 1,38), ambos resultados podemos observarlos en la tabla 5.54, y 5.55, del Cpto. de España y del Mundial de atletismo respectivamente.

Tabla 5.54.- Valor de los deportistas del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
-Creo que el Cpto. de España tiene un buen valor.	72	5,75	1,30
-Los servicios que he recibido durante el Cpto. de España me han aportado un valor excelente.	72	5,42	1,37
-He obtenido un gran valor al asistir al Cpto. de España.	72	5,63	1,42

Tabla 5.55.- Valor de los deportistas del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
-Creo que el Cpto. del Mundo tiene un buen valor.	99	6,06	1,38
-Los servicios que he recibido durante el Cpto. del Mundo me han aportado un valor excelente.	99	5,47	1,47
-He obtenido un gran valor al asistir al Mundial.	99	5,84	1,38

5.2.1.5.- Intenciones futuras.

Uno de los objetivos que persigue la ciudad sede que organiza un gran evento deportivo es obtener beneficios con el fin de poder sufragar las inversiones realizadas en las infraestructuras ejecutadas. Durante la celebración del evento se obtienen beneficios con la visita de espectadores y personalidades, con la notoriedad en los medios de comunicación y otras acciones de promoción (Casimiro et al., 2003). Respecto a los deportistas, es interesante conocer cual ha sido el impacto que ha tenido la ciudad en ellos. Para analizar este aspecto se ha utilizado una escala de tres ítems que valora las intenciones futuras de los deportistas respecto a la ciudad de Valencia.

Tabla 5.56.- Intenciones futuras de los deportistas del Cpto. de España.

Ítems	N	Media	DT
-Si tengo la posibilidad en un futuro intentaré volver a esta ciudad.	72	5,92	1,25
-Recomendaré esta ciudad a otras personas.	72	5,64	1,44
-No esperaríá ningún problema si en un futuro volviera a esta ciudad.	72	5,86	1,43

La escala que completa el cuestionario son las intenciones futuras y como hemos comentado anteriormente es una escala formada por 3 ítems. En la tabla 5.56 del Cpto. de España, observamos que los deportistas españoles intentarán volver a la ciudad de Valencia en un futuro si tienen la posibilidad, pues es el ítem que mejor valoran con una puntuación de 5,92 (\pm 1,25) sobre 7. El ítem que peor valoran de la escala está relacionado con la recomendación que los

Resultados

deportistas harían de la ciudad, a pesar de ello obtiene una puntuación de 5,64 ($\pm 1,44$) sobre 7.

Resultados muy diferentes observamos en la tabla 5.57, en ella se muestra el análisis de las intenciones futuras de los deportistas del Mundial de atletismo de Valencia. El ítem que peor valoran de la escala los deportistas internacionales, a pesar de ser considerada una buena puntuación (5,68; $\pm 1,59$), hace referencia a la posibilidad de intentar volver en un futuro como turista a la ciudad de Valencia. Los deportistas del Mundial consideran que no esperarían tener ningún problema si en un futuro volvieran a la ciudad de Valencia, este ítem es el mejor valorado de la escala con una puntuación de 5,92 ($\pm 1,28$) sobre 7.

Tabla 5.57.- Intenciones futuras de los deportistas del Cpto. del Mundo.

Ítems	N	Media	DT
-Si tengo la posibilidad en un futuro intentaré volver a esta ciudad.	99	5,68	1,59
-Recomendaré esta ciudad a otras personas.	99	5,85	1,46
-No esperaré ningún problema si en un futuro volviera a esta ciudad.	99	5,92	1,28

Finalmente, se introdujo en el cuestionario de los deportistas al igual que en el de los espectadores un mono-ítem con el fin de contar con una opinión alternativa diferente para valorar la calidad del evento. El deportista debía valorar a modo general la competición puntuándola entre 1 al 10, este mono-ítem, tal y como hemos comentado anteriormente en el apartado de los

espectadores, fue corregido en cuanto a su formato para facilitar al deportista del Cpto. del Mundo su contestación.

La puntuación general que obtuvo el Cpto. de España en relación a la opinión de los deportistas tras el análisis de la muestra de este mono-ítem fue de 7,40 ($\pm 1,49$), mientras que la nota que obtuvo el Cpto. del Mundo IAAF de Atletismo, fue de 7,77 ($\pm 1,85$). Ambas puntuaciones consideradas como buenas.

A modo de resumen, se muestra en la tabla 5.58 los resultados generales de las medias obtenidas sobre cada área evaluada en ambas competiciones deportivas. Al igual que ocurría anteriormente con la muestra de los espectadores, se puede observar como las medias obtenidas en todas y cada una de las áreas son ligeramente superiores durante el Campeonato del Mundo, en comparación al Campeonato de España de atletismo en opinión de los deportistas.

Tabla 5.58.- Valoración general de los deportistas.

Valoración General	Cpto. de España			Cpto. del Mundo		
	Media	DT	N	Media	DT	N
Calidad Percibida (Servperf)	4,94	1,15	72	5,41	1,01	99
Calidad de servicio global	5,25	1,30	72	5,52	1,19	99
Satisfacción general	5,58	1,53	72	5,91	1,22	99
Valor	5,59	1,25	72	5,79	1,27	99
Intenciones Futuras	5,80	1,23	72	5,81	1,31	99
Nota Global del Evento	7,40	1,49	72	7,77	1,85	99

5.2.2- Valoración del evento en función de distintas variables de los deportistas.

Realizamos un estudio de valoración de los deportistas, en función de las diferentes variables concluyentes de los datos sociodemográficos, es decir, la edad, el sexo, su participación con anterioridad en competiciones internacionales (sólo en el caso del Cpto. de España) y el momento de participación en la competición en el que estaban cuando rellenaban el cuestionario (sólo en el caso del Cpto. del Mundo).

En primer lugar haremos una valoración de las puntuaciones medias obtenidas en cada una de las escalas del cuestionario y seguidamente analizaremos las puntuaciones medias de cada una de las cinco dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida.

Exponemos los datos resultantes del análisis de la muestra de los deportistas del Cpto. de España de atletismo, y a continuación los datos del Cpto. del Mundo.

5.2.2.1.- Valoración del evento según la edad de los deportistas.

En el siguiente apartado, mediante la muestra de los deportistas de ambas competiciones realizamos el análisis de la valoración de las escalas que conforman el cuestionario diferenciando tramos de edad. Tal y como comentamos anteriormente en el perfil sociodemográfico de la muestra de los deportistas hemos separado la variable de la edad en tres grupos para una mejor interpretación de los resultados. El primer grupo comprende la edad de menores

de 21 años, el siguiente se corresponde con los deportistas de entre 22 a 25 años y finalmente el grupo de mayores de 26 años.

En la tabla 5.59 en relación al Cpto. de España, se puede observar la relación de puntuaciones medias de cada una de las escalas según los grupos de edad de los deportistas. En ella comprobamos que las puntuaciones más elevadas son las establecidas por el grupo de deportistas menores de 21 años. La escala de calidad percibida es la que obtiene la puntuación más baja por parte de los tres grupos de edad. Los mayores de 26 años son los que peor la puntúan con un 4,72 (\pm 1,33). Tanto los menores de 21 años como los mayores de 26 puntúan de manera más positiva la escala de las intenciones futuras del Cpto. de España. En el caso de los deportistas de 22 a 25 años, la escala que mejor valoran corresponde con la satisfacción general (5,75; \pm 1,57).

Tabla 5.59. - Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. de España según la edad.

ESCALAS	Campeonato de España							
			Menores de 21 años		De 22 a 25 años		Mayores de 26 años	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	,91	,40	5,23	,80	5,02	1,10	4,72	1,33
Calidad del Servicio Global	2,41	,09	5,84	1,02	5,04	1,40	5,07	1,31
Satisfacción General	1,79	,17	6,01	1,09	5,76	1,57	5,20	1,66
Valor	1,01	,37	5,96	1,07	5,56	1,37	5,42	1,25
Intenciones Futuras	2,82	,06	6,39	,66	5,50	1,36	5,70	1,29

Resultados

Tras haber realizado el análisis de diferencia de medias mediante una ANOVA de un factor, los resultados obtenidos en relación a la edad de los deportistas del Cpto. de España no son estadísticamente significativos, como se puede apreciar en la tabla 5.59.

Si analizamos los datos obtenidos de la muestra de deportistas del Cpto. del Mundo, en la tabla 5.60 podemos observar como en este caso el grupo de menores de 21 años es el que valora mejor todas y cada una de las escalas, pero las diferencias son mínimas comparadas con el grupo de entre 22 y 25 años. Los mayores de 26 años vuelven a ser los que peor valoran la escala de calidad percibida (5,12; \pm 1,10), y todas las demás escalas.

Tabla 5.60.- Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. del Mundo según la edad.

ESCALAS	Campeonato del Mundo							
			Menores de 21 años		De 22 a 25 años		Mayores de 26 años	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	3,51	,03*	5,68	,76	5,64	,90	5,12	1,10
Calidad Servicio Global	2,02	,13	5,75	,87	5,73	1,02	5,26	1,36
Satisfacción General	4,54	,01*	6,06	,89	6,28	,89	5,52	1,45
Valor	4,70	,01*	6,13	1,02	6,13	,97	5,37	1,45
Intenciones Futuras	,92	,91	5,91	,83	5,84	1,43	5,75	1,32

Al realizar el análisis diferencial de las escalas que componen el cuestionario del Cpto. del Mundo de atletismo, encontramos resultados estadísticamente significativos en la escala de calidad

percibida, en la escala de satisfacción general y en el valor entre el grupo de 22 a 25 años y los mayores de 26 años. Estos resultados pueden observarse en la tabla 5.61.

Tabla 5.61.- Análisis diferencial de las escalas según la edad de los deportistas del Cpto. del Mundo.

Escalas	1 vs 2	1 vs 3	2 vs 3
Calidad Percibida Total			*
Calidad del Servicio Global			
Satisfacción General			*
Valor			*
Intenciones Futuras			
*p ≤ .05			

Analizamos las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida en función de la edad de los deportistas del Cpto. de España. Vuelve a ser el grupo de menores de 21 años los que puntúan mejor cada una de las dimensiones de calidad. La empatía, como ocurre en los estudios de Crompton y MacKay (1989), es la dimensión peor valorada con una puntuación de 4,14; ($\pm 1,52$), por parte de la muestra de deportistas mayores de 26 años. La seguridad es la dimensión mejor puntuada por parte del grupo de menores de 21 años con un 5,88 ($\pm 1,06$), sobre 7.

A pesar de las características, y como podemos observar en la tabla 5.62, no se hallaron datos estadísticamente significativos en función de la edad de los deportistas del Cpto. de España de atletismo de Valencia.

Tabla 5.62.- Valoración de las dimensiones de calidad de los deportistas del Cpto. de España según la edad.

DIMENSIONES	Campeonato de España							
			Menores de 21 años		De 22 a 25 años		Mayores de 26 años	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Tangibles	,57	,56	5,56	,64	5,22	1,34	5,12	1,39
Fiabilidad	,51	,60	5,00	1,10	4,83	1,17	4,60	1,43
Capacidad Respuesta	,11	,89	5,60	1,21	5,41	1,20	5,42	1,45
Seguridad	1,25	,29	5,88	1,06	5,33	1,22	5,30	1,44
Empatía	2,26	,11	4,92	1,03	4,80	1,26	4,14	1,52

En relación a los datos obtenidos de la muestra de deportistas del Cpto. del Mundo, el grupo de deportistas menores de 21 años puntúa mejor las dimensiones de tangibles y fiabilidad.

Tabla 5.63.- Valoración de las dimensiones de calidad de los deportistas del Cpto. del Mundo según la edad.

DIMENSIONES	Campeonato del Mundo							
			Menores de 21 años		De 22 a 25 años		Mayores de 26 años	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Tangibles	2,18	,11	5,91	1,00	5,80	1,05	5,37	1,17
Fiabilidad	4,58	,01*	5,75	,77	5,50	1,13	4,86	1,26
Capacidad de Respuesta	4,57	,01*	5,79	1,21	5,96	1,12	5,15	1,40
Seguridad	3,84	,02*	5,66	,96	5,93	1,05	5,25	1,25
Empatía	,72	,48	5,26	,97	5,29	1,16	5,00	1,19

Las dimensiones de capacidad de respuesta, seguridad y empatía son las mejor valoradas por el grupo de deportistas de entre 22 y 25

años. El grupo que peor puntúa cada una de las dimensiones de calidad son los deportistas mayores de 26 años. La fiabilidad obtiene la puntuación más baja de todas las dimensiones (4,86; \pm 1,26), estos datos pueden observarse en la tabla 5.63.

Tras realizar una ANOVA de un factor en función de la edad de los deportistas del Cpto. del Mundo, encontramos resultados estadísticamente significativos entre el grupo de edad de 22 a 25 años y los mayores de 26 años en la valoración de las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad. La tabla 5.64, muestra el análisis diferencial de las dimensiones de calidad según la edad de los deportistas del Cpto. del Mundo de atletismo.

Tabla 5.64.- Análisis diferencial de las dimensiones de calidad según la edad de los deportistas del Cpto. del Mundo.

Escalas	1 vs 2	1 vs 3	2 vs 3
Tangibles			
Fiabilidad			*
Capacidad de Respuesta			*
Seguridad			*
Empatía			
*p \leq .05			

5.2.2.2.- Valoración del evento según el sexo de los deportistas.

En este apartado analizamos las diferencias existentes entre los hombres y las mujeres deportistas respecto a las puntuaciones medias de cada una de las escalas que componen el cuestionario y las puntuaciones obtenidas de cada una de las dimensiones que se

Resultados

desprenden de la escala de calidad percibida. Para realizar dicho análisis se realiza una prueba T para muestras independientes. Primero analizaremos los resultados obtenidos durante el Cpto. de España y seguidamente el Cpto. del Mundo de atletismo.

En la tabla 5.65, podemos observar las puntuaciones de cada una de las escalas del cuestionario del Cpto. de España en función del sexo de los deportistas. Las deportistas mujeres puntúan mejor todas y cada una de las escalas que componen el cuestionario. Tras el análisis diferencial, los resultados obtenidos en función del sexo de los espectadores son estadísticamente significativos en la escala de las intenciones futuras.

Podemos afirmar, que las deportistas mujeres del Cpto. de España de atletismo tienen mayores intenciones que los hombres de recomendar la visita a la ciudad de Valencia y de volver a ella como turistas.

Tabla 5.65. - Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. de España en función del sexo.

ESCALAS	Campeonato de España					
			Hombre		Mujer	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	,73	,39	4,60	1,23	5,31	,95
Calidad del Servicio Global	1,35	,24	5,02	1,41	5,53	1,12
Satisfacción General	1,01	,31	5,44	1,64	5,74	1,39
Valor	,86	,35	5,45	1,37	5,78	1,09
Intenciones Futuras	6,85	,01*	5,61	1,42	6,04	,91

*p ≤ .05

En relación a los resultados obtenidos de la muestra en función del sexo de los deportistas del Cpto. del Mundo se observa en la tabla 5.66, que los hombres valoran mejor la escala de calidad percibida que las mujeres con un 5,48; ($\pm 1,02$). En el resto de las escalas, en general, las puntuaciones medias obtenidas en cada una de ellas son mejores por parte de las deportistas mujeres sin apreciarse grandes diferencias entre ellas. Volvemos a encontrar datos estadísticamente significativos en relación al sexo de los deportistas del Cpto. del Mundo en la escala de intenciones futuras.

Tabla 5.66. - Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. del Mundo en función del sexo.

ESCALAS	Campeonato del Mundo					
			Hombre		Mujer	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	,14	,70	5,48	1,02	5,36	1,01
Calidad del Servicio Global	,00	,97	5,51	1,27	5,53	1,14
Satisfacción General	2,12	,14	5,83	1,50	5,96	1,01
Valor	2,71	,10	5,60	1,55	5,92	1,02
Intenciones Futuras	6,91	,01*	5,74	1,60	5,86	1,08
*p \leq .05						

Ante los resultados obtenidos, podemos afirmar al igual que en la competición anterior, que las deportistas mujeres del Cpto. del Mundo de atletismo tienen mayores intenciones que los deportistas hombres de volver a la ciudad de Valencia como turistas, recomendar la visita de la ciudad y no esperar ningún problema a la hora de volver a la ciudad sede del Mundial de atletismo.

Resultados

La escala de calidad percibida de los deportistas está compuesta por cinco dimensiones que analizamos en función del sexo de los deportistas de la muestra obtenida durante el Cpto. de España. En la tabla 5.67, podemos observar las puntuaciones medias de cada una de estas dimensiones.

Tabla 5.67.- Valoración de las dimensiones de los deportistas del Cpto. de España en función del sexo.

DIMENSIONES	Campeonato de España					
			Hombre		Mujer	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Tangibles	4,29	,04*	5,00	1,42	5,54	,93
Fiabilidad	2,28	,13	4,56	1,40	5,00	1,07
Capacidad de Respuesta	1,39	,24	5,30	1,44	5,64	1,13
Seguridad	2,51	,11	5,19	1,42	5,77	1,06
Empatía	,30	,58	4,18	1,26	4,98	1,36

*p ≤ .05

Las deportistas mujeres del Cpto. de España puntúan mejor cada una de las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida. La empatía que esta relacionada con la cortesía, referida a la corrección, respeto, consideración y compañerismo en el contacto personal, es la dimensión que obtiene la puntuación más baja tanto por parte de los hombres (4,18; ± 1,26) como por parte de las mujeres (4,98; ± 1,36).

La dimensión que mejor puntuación recibe por parte de los deportistas hombres del Cpto. de España, es la capacidad de

respuesta (5,30; \pm 1,44) y por parte de las mujeres la dimensión de calidad que mayor puntuación obtiene es la seguridad (5,77; \pm 1,06).

Tras el análisis diferencial podemos afirmar que las deportistas mujeres del Cpto. de España de atletismo, perciben mejor que los deportistas hombres la dimensión de los tangibles, que hacía referencia a la evidencia física del servicio, apariencia del personal, facilidades físicas, herramientas o equipamiento usado para suministrar el servicio.

Analizamos la muestra obtenida en función del sexo de los deportistas del Cpto. del Mundo de atletismo y observamos que las medias obtenidas de cada una de las dimensiones de calidad, difieren mucho de la competición anterior, pues en este caso, como podemos observar en la tabla 5.68, los deportistas hombres puntúan mejor todas las dimensiones de calidad, menos la dimensión de empatía que obtienen puntuaciones prácticamente iguales.

La dimensión de capacidad de respuesta obtiene la mejor puntuación de la escala por parte de los deportistas hombres del Cpto. del Mundo (5,75; \pm 1,14) igual que ocurría durante el Cpto. de España con este mismo grupo. La dimensión que mejor valoran las deportistas mujeres son los tangibles (5,58; \pm 1,08). No obstante y tras el análisis diferencial de las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida, no encontramos resultados estadísticamente significativos en función del sexo de los deportistas del Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia. Estos resultados podemos observarlos en la tabla 5.68.

Tabla 5.68.- Valoración de las dimensiones de los deportistas del Cpto. del Mundo en función del sexo.

DIMENSIONES	Campeonato del Mundo					
	F	Sig.	Hombre		Mujer	
			Media	DT	Media	DT
Tangibles	,02	,88	5,67	1,22	5,58	1,05
Fiabilidad	1,75	,18	5,37	1,07	5,15	1,28
Capacidad de Respuesta	1,96	,16	5,75	1,14	5,45	1,42
Seguridad	,04	,83	5,64	1,21	5,56	1,15
Empatía	,07	,78	5,15	1,16	5,16	1,15

5.2.2.3.- Valoración del evento según la internacionalidad de los deportistas.

Como hemos comentado en apartados anteriores, nos interesaba conocer la opinión de aquellos deportistas que durante el Cpto. de España hubieran participado anteriormente en competiciones internacionales, pues su experiencia era mayor que aquellos deportistas que únicamente habían participado en competiciones nacionales. Para ello introdujimos en el cuestionario de los deportistas del Cpto. de España la pregunta “¿Has competido a nivel internacional en alguna ocasión?”, con la opción de respuesta de Si o No. Esta variable sólo fue analizada durante el Cpto. de España.

En la tabla 4.12 del capítulo anterior podemos observar los resultados obtenidos del análisis de la muestra de los deportistas del Cpto. de España según su internacionalidad. Cabe recordar que el 90% de los deportistas que participaron en dicha competición habían sido internacionales en alguna ocasión.

No obstante y tras realizar una prueba T para muestras independientes entre aquellos deportistas que habían sido internacionales y los deportistas que no lo habían sido en ninguna ocasión, no se encontraron resultados estadísticamente significativos en el análisis de las escalas que componían el cuestionario. En la tabla 5.69 podemos observar estos resultados.

Tabla 5.69.- Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. de España en función de la internacionalidad.

ESCALAS	Campeonato de España					
			Ha sido internacional		No ha sido internacional	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida	,03	,86	5,06	1,10	3,84	1,12
Calidad del Servicio Global	,80	,37	5,31	1,32	4,62	1,09
Satisfacción General	,55	,45	5,69	1,48	4,51	1,71
Valor	,32	,57	5,69	1,23	4,66	1,10
Intenciones Futuras	,06	,80	5,88	1,22	5,09	1,16

La prueba T para muestras independientes también se realizó analizando las cinco dimensiones que se desprenden de la escala de calidad, y al igual que comentábamos anteriormente, no se encontraron resultados estadísticamente significativos en función de la internacionalidad de los deportistas del Cpto. de España de atletismo de Valencia. Posiblemente, tanto estos resultados como los anteriores se deban a la mínima muestra obtenida en relación a los deportistas que no habían sido internacionales. Estos resultados podemos observarlos en la tabla 5.70.

Tabla 5.70.- Valoración de las dimensiones de los deportistas del Cpto. de España en función de la internacionalidad.

DIMENSIONES	Campeonato de España					
			Ha sido internacional		No ha sido internacional	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Tangibles	,00	,98	5,37	1,20	4,09	1,08
Fiabilidad	,86	,35	4,88	1,20	3,58	1,45
Capacidad de Respuesta	2,54	,11	5,53	1,23	4,71	1,79
Seguridad	2,90	,09	5,55	1,21	4,47	1,69
Empatía	,52	,47	4,67	1,34	3,33	,99

Comentar como curiosidad que son los deportistas con experiencia internacional los que valoran mucho mejor cada una de las escalas y las dimensiones de calidad que los deportistas sin experiencia internacional, aspecto a tener en cuenta por parte de la organización. La empatía vuelve a ser tal y como afirman Crompton y MacKay (1989) en sus estudios, la dimensión peor valorada.

5.2.2.4.- Valoración del evento según el momento de participación del deportista.

Durante el Cpto. del Mundo de atletismo, quisimos conocer la opinión de los deportistas en función de su momento de participación, es decir, si no habían competido o lo habían hecho y no habían terminado su participación o por el contrario, habían competido y finalizado su participación.

El deportista lleva esperando toda la temporada el momento de competir, la preparación física y mental de la temporada o en ocasiones de varias temporadas está focalizada en ese momento,

por lo tanto su opinión, antes, durante o después de participar en la competición es una variable que quisimos analizar en el Cpto. del Mundo de Valencia.

Realizamos un prueba T para muestras independientes analizando la muestra de los deportistas que afirmaban haber terminado su participación y los deportistas que todavía no habían terminado. Tras el análisis diferencial obtuvimos resultados estadísticamente significativos para la escala de calidad percibida total entre ambos grupos.

Tabla 5.71.- Valoración de las escalas de los deportistas del Cpto. del Mundo en función del momento de participación.

ESCALAS	Campeonato del Mundo					
			Ha finalizado la participación		No ha finalizado la participación	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Calidad Percibida Total	5,78	,01*	5,31	1,06	5,85	,63
Calidad del Servicio Global	1,56	,21	5,46	1,24	5,77	,88
Satisfacción General	2,30	,13	5,84	1,30	6,23	,74
Valor	,28	,59	5,79	1,31	5,75	1,07
Intenciones Futuras	,55	,45	5,75	1,37	6,07	1,00

*p ≤ .05

En la tabla 5.71, se muestran las puntuaciones obtenidas en cada una de las escalas del cuestionario en función de esta variable. Como se puede comprobar, los deportistas que habían finalizado su participación puntúan peor todas las escalas (la calidad percibida total, la calidad de servicio global, la satisfacción general, las

Resultados

intenciones futuras), únicamente el valor obtiene prácticamente la misma puntuación por parte de todos los deportistas.

Tras el análisis estadístico de la prueba T y comprobar los resultados, podemos afirmar que los deportistas que no han finalizado su participación en la competición tienen una mejor percepción de la calidad que aquellos que ya han terminado su participación.

Las cinco dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida también fueron analizadas mediante una prueba T para muestras independientes, los resultados obtenidos podemos observarlos en la tabla 5.72.

Tabla 5.72.- Valoración de las dimensiones de los deportistas del Cpto. del Mundo en función del momento de participación.

DIMENSIONES	Campeonato del Mundo					
			Ha finalizado la participación		No ha finalizado la participación	
	F	Sig.	Media	DT	Media	DT
Tangibles	10,6	,00*	5,55	1,20	5,94	,48
Fiabilidad	7,45	,00*	5,12	1,25	5,75	,75
Capacidad de Respuesta	4,53	,03*	5,48	1,37	6,00	,92
Seguridad	6,91	,01*	5,51	1,23	5,94	,80
Empatía	3,77	,05*	5,03	1,18	5,71	,80

*p ≤ .05

Podemos comprobar en los resultados que se exponen en la tabla 5.72, que todas las dimensiones de calidad muestran datos

estadísticamente significativos entre los dos grupos en función del momento de participación en la competición de los deportistas del Cpto. del Mundo de atletismo.

La dimensión que obtiene la mayor puntuación es la capacidad de respuesta (6,00; \pm ,92). Vuelve a ser la empatía la dimensión peor valorada de la escala (5,03; \pm 1,18) por parte de los deportistas del Cpto. del Mundo.

Con todo esto, se constata que los deportistas que no han finalizado su participación en el Mundial valoran la dimensión de los tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía mejor que los deportistas del que ya han finalizado su participación en la competición.

5.2.3.- Análisis de regresión de los deportistas.

En este apartado concluimos los resultados obtenidos de la muestra de los deportistas, y para ello, al igual que hemos tratado anteriormente la muestra de los espectadores, realizamos un análisis de regresión lineal múltiple con la intención de poder analizar si la relación entre las variables de interés son significativas y si por lo tanto podemos predecir una variable dependiente a partir de un conjunto de variables independientes en relación a los deportistas del Cpto. de España de atletismo y del Cpto. del Mundo de atletismo de Valencia.

5.2.3.1.- Predicción de la satisfacción de los deportistas en función de los factores de calidad y el valor.

Con el fin de predecir qué variables independientes son más influyentes sobre la satisfacción de los deportistas de ambas competiciones, tomaremos en primer lugar como variable dependiente la satisfacción general de los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo de atletismo y como variables independientes en este caso las cinco dimensiones de calidad y el valor.

Las cinco dimensiones que se desprendían de la escala de calidad percibida SERVPERF adaptada de Parasuraman et al. (1988) eran: la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

Tal y como hemos comentado anteriormente en el apartado de los espectadores, la validez del análisis del modelo regresión se realiza mediante la prueba ANOVA, demostramos que el valor y los factores de calidad que componen el modelo propuesto explican de forma significativa la variable dependiente (satisfacción general) de los deportistas del Campeonato de España y del Campeonato del Mundo.

Estos datos pueden observarse en la tabla 5.73. Es importante recordar que este estadístico debe ser el primer criterio para validar dicho modelo de regresión.

Tabla 5.73.- ANOVA del modelo de regresión múltiple para los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo.

Campeonato de España						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	113,707	6	18,951	29,826	,000 ^a
	Residual	33,676	53	,635		
	Total	147,383	59			

Campeonato del Mundo						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	106,986	6	17,831	40,543	,000 ^a
	Residual	40,462	92	,440		
	Total	147,447	98			

a. Variables Predictoras: (Constante), Valor, Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía.
b. Variable dependiente: Satisfacción General.

Con el fin de conocer que las variables independientes seleccionadas son buenas estimadores de la variable dependiente utilizamos el estadístico del coeficiente de determinación (R^2) y la prueba de Durbin-Watson. Mediante dichos estadísticos expresamos la relación que existe entre el valor y los cinco factores de calidad frente a la satisfacción general de los deportistas de ambos eventos deportivos. Podemos observar en la tabla 5.74, que el ajuste del modelo es bueno, con R^2 igual a 0,772 para el Cpto. de España, y un resultado muy parecido obtenemos en el Cpto. del Mundo con R^2 igual a 0,726.

Tabla 5.74.- Coeficiente de correlación del modelo y prueba de Durbin-Watson para los deportistas de atletismo.

Campeonato de España					
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,878 ^a	,772	,746	,79712	2,229

Campeonato del Mundo					
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,852 ^a	,726	,708	,66317	1,794

a. Variables Predictoras: (Constante), Valor, Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía.
 b. Variable dependiente: Satisfacción General.

El resumen del modelo de análisis de regresión lineal múltiple del valor y los factores de calidad podemos observarlo en la tabla 5.75, los coeficientes obtenidos por el valor y los factores de capacidad de respuesta y empatía para el Cpto. de España nos indican que tienen una distribución normal y un nivel de significación < 0,05. El resto de factores, la tangibilidad, la fiabilidad y la seguridad no son significativos.

Únicamente, el valor como variable independiente en el análisis de regresión de la muestra de los deportistas del Cpto. del Mundo de atletismo, obtiene un coeficiente normal con un nivel de significación < 0,05. Las dimensiones de calidad no muestran en este caso una distribución normal.

Estos datos podemos observarlos en la tabla 5.75, donde comprobamos además que la variable que más información aporta

para explicar la satisfacción de los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo de atletismo es el valor.

Tabla 5.75.- Análisis de regresión lineal múltiple de los factores de calidad y el valor para los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo con variable dependiente de satisfacción general.

Campeonato de España						
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	
	B	Error típ.	Beta			
1	Tangibilidad	-,313	,186	-,241	-1,678	,099
	Fiabilidad	-,184	,135	-,150	-1,366	,178
	Capacidad de Respuesta	,461	,163	,386	2,830	,007
	Seguridad	-,148	,185	-,125	-,800	,427
	Empatía	,326	,131	,283	2,482	,016
	Valor	,970	,120	,787	8,102	,000

a. Variable dependiente: Satisfacción General

Campeonato del Mundo						
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	
	B	Error típ.	Beta			
1	Tangibilidad	,197	,101	,180	1,957	,053
	Fiabilidad	-,097	,101	-,095	-,962	,339
	Capacidad de Respuesta	-,111	,105	-,119	-1,055	,294
	Seguridad	,184	,110	,177	1,684	,096
	Empatía	-,020	,092	-,019	-,221	,826
	Valor	,716	,079	,741	9,007	,000

5.2.3.2.- Predicción de las intenciones futuras de los deportistas en función de las dimensiones de calidad, la satisfacción y el valor.

Los deportistas que compitieron en el campeonato nacional de atletismo y todos aquellos que se dieron cita en Valencia durante el Cpto. del Mundo, pueden ser en un futuro potenciales visitantes que vuelvan a la ciudad sede en calidad de turistas. Posiblemente serán embajadores en su país o ciudad de origen de lo acontecido durante su estancia en Valencia y en su discurso llegarán o no a recomendar la ciudad sede de tales eventos deportivos. Por estos motivos, quisimos conocer que influencia podían llegar a tener los factores de calidad, el valor y la satisfacción sobre las intenciones futuras de los deportistas de ambas competiciones.

Durante este apartado realizamos un análisis de regresión lineal múltiple donde tomamos como variable dependiente las intenciones futuras de los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo de atletismo de Valencia y como variables independientes los factores de calidad, el valor y la satisfacción general.

Con el fin de dar validez al modelo de regresión tal y como hemos hecho anteriormente en el apartado de espectadores, se realiza la prueba ANOVA demostrando como podemos observar en la tabla 5.76, que las variables independientes el valor, la satisfacción general y las dimensiones de calidad que componen el modelo propuesto explican de forma significativa la variable dependiente,

que en este caso son las intenciones futuras de los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo de atletismo.

Tabla 5.76.- ANOVA del modelo de regresión múltiple para los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mund. Variable dependiente de Intenciones Futuras.

Campeonato de España						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	62,671	7	8,953	12,894	,000 ^a
	Residual	36,105	52	,694		
	Total	98,776	59			

Campeonato del Mundo						
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	103,247	7	14,750	20,160	,000 ^a
	Residual	66,580	91	,732		
	Total	169,827	98			

a. Variables predictoras: Valor, Satisfacción General, Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía

b. Variable dependiente: Intenciones Futuras.

En la tabla 5.77, podemos observar el resumen del modelo de análisis de regresión lineal múltiple del valor, la satisfacción general y los factores de calidad en relación a la variable dependiente (intenciones futuras) de la muestra del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo de atletismo.

En la regresión para la muestra de los deportistas del Cpto. de España ninguna de las variables independientes muestran una distribución normal ya que su nivel de significación no es $< 0,05$,

Resultados

tal vez la muestra no haya sido suficiente pues datos muy diferentes obtenemos en el Cpto. del Mundo de atletismo competición de mayor envergadura donde la muestra de deportistas fue superior.

Tabla 5.77.- Análisis de regresión lineal múltiple de los factores de calidad, la satisfacción general y el valor para los deportistas del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo con variable dependiente de intenciones futuras.

Campeonato de España						
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	
	B	Error típ.	Beta			
1	Tangibilidad	,202	,200	,190	1,012	,316
	Fiabilidad	,037	,143	,037	,257	,798
	Capacidad de Respuesta	,008	,183	,008	,042	,966
	Seguridad	,124	,195	,128	,634	,529
	Empatía	-,018	,145	-,019	-,127	,900
	Satisfacción General	,195	,144	,238	1,359	,180
	Valor	,325	,187	,322	1,737	,088

a. Variable dependiente: Intenciones Futuras

Campeonato del Mundo						
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	
	B	Error típ.	Beta			
1	Tangibilidad	,412	,132	,350	3,110	,002
	Fiabilidad	-,227	,130	-,207	-1,745	,084
	Capacidad de Respuesta	,137	,136	,137	1,004	,318
	Seguridad	-,308	,143	-,275	-2,148	,034
	Empatía	,151	,119	,133	1,274	,206
	Satisfacción General	,314	,134	,293	2,335	,022
	Valor	,325	,141	,314	2,314	,023

Los coeficientes obtenidos durante el Cpto. del Mundo de atletismo en la tangibilidad y la seguridad como factores de calidad, en el valor y la satisfacción general nos indican que tienen una distribución normal y un nivel de significación $< 0,05$. Si observamos los datos que se muestran en la tabla 5.77, los factores de calidad restantes, la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la empatía no son significativos a un nivel de $< 0,05$ para el Cpto. del Mundo de atletismo de Valencia.

Durante el Cpto. del Mundo de atletismo de Valencia son la tangibilidad y la seguridad los factores de calidad que predicen las intenciones futuras de los deportistas.

La satisfacción general y el valor también son variables que predicen las intenciones futuras de los deportistas del Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia.

5.3.- Resumen gráfico de los principales resultados.

Concluimos el presente capítulo mediante un resumen gráfico de los principales resultados obtenidos de la investigación en relación a los espectadores y los deportistas de ambas competiciones deportivas.

Al igual que en apartados anteriores, tratamos los resultados en el mismo orden cronológico en el que se ha producido la consecución de los eventos. A su vez, en primer lugar analizaremos los resultados de las escalas en general y posteriormente las

dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida tanto para los espectadores como para los deportistas.

El objetivo de crear estas gráficas no es otro que obtener una visión general de las valoraciones obtenidas durante ambas competiciones en todas y cada una de las escalas que el tanto espectador, como el deportista tuvieron oportunidad de valorar durante la celebración de los eventos.

5.3.1.- Principales resultados para los espectadores.

Los principales resultados encontrados en nuestra investigación se pueden ver reflejados en la figura 5.3. En primer lugar representamos a modo gráfico los resultados obtenidos por parte de los espectadores en relación a todas las escalas que componían el cuestionario y a los elementos de la competición. Cabe recordar que en todas ellas la máxima puntuación era siete.

Como comentamos anteriormente, añadimos al cuestionario un mono ítem donde el espectador realizaba una valoración general del evento, en esta ocasión la máxima puntuación era diez. La figura hace referencia a este aspecto en el apartado que lleva por nombre nota global del evento.

Podemos observar en la figura 5.3 que todas y cada una de las escalas fueron mejor valoradas por los espectadores en la competición del Campeonato del Mundo de atletismo, competición de mayor envergadura, que acaparó a multitud de público, medios

de comunicación y duró un día más que el Campeonato de España de atletismo en pista cubierta.

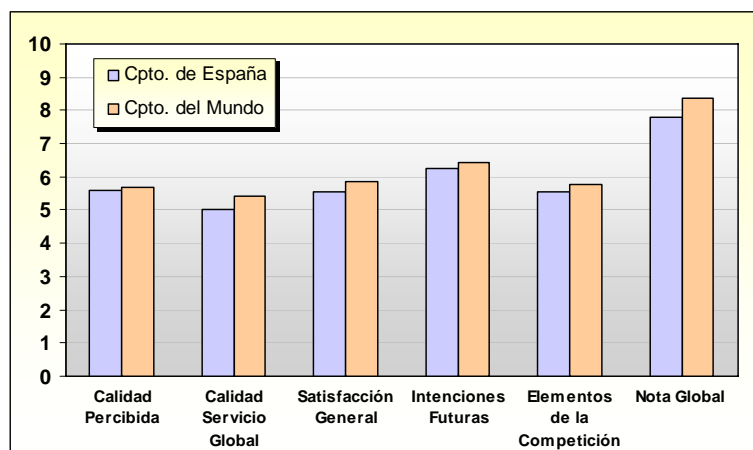


Figura 5.3.- Gráfica comparativa de resultados generales de los espectadores.

Las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida adaptada de Bradry y Cronin (2001) resultantes de la investigación (calidad de la interacción, calidad del entorno y calidad de resultado), también han sido representadas mediante una gráfica, de este modo podemos realizar una lectura visual rápida de las valoraciones obtenidas en la investigación por parte de la muestra de los espectadores de ambas competiciones.

Observamos que las puntuaciones obtenidas en la valoración de cada una de las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida son muy similares, pero con pequeñas diferencias en ambas competiciones.

Durante el Cpto. del Mundo de atletismo los espectadores puntúan mejor la dimensión de calidad de la interacción (personal), este

Resultados

resultado tal vez se deba a que durante esta competición la organización contó con más personal al servicio del evento y éste a su vez estaba mejor formado debido a que fue el mismo que colaboró durante la competición anterior.

La dimensión de calidad del entorno (tangibles), puede entenderse que fuera mejor valorada por los espectadores del Cpto. del Mundo, debido a que la instalación fue diseñada y concebida para tal evento, sirviendo la competición anterior como prueba piloto para ultimar las carencias que en esta se mostraron.

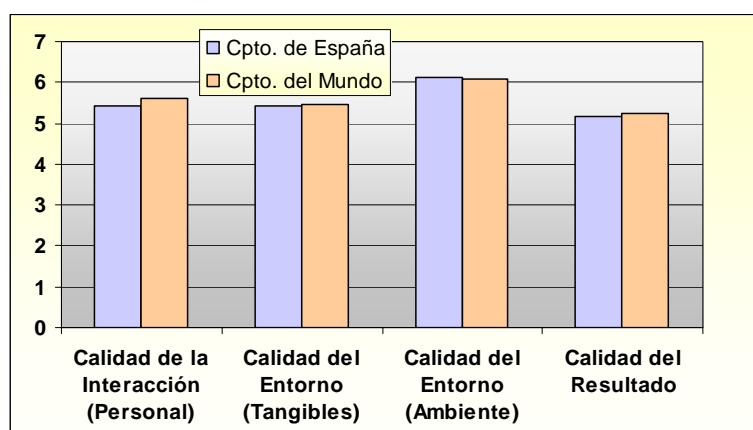


Figura 5.4.- Gráfica comparativa resultados dimensiones de calidad de los espectadores.

No obstante, la dimensión de calidad del entorno (ambiente) obtuvo una puntuación mejor durante el Cpto. de España de atletismo, tal vez, este resultado se deba a que durante la competición de menor envergadura el público asistente era mayoritariamente nacional, frente a la internacionalidad de los

espectadores del Cpto. del Mundo. En la figura 5.4 podemos observar dichos resultados.

5.3.2.- Principales resultados para los deportistas.

Del mismo modo que para los espectadores, con el fin de comprender de un modo visual los resultados de los deportistas de ambas competiciones, realizamos una gráfica en la que observamos las puntuaciones obtenidas en relación a las escalas que componían la herramienta de análisis. Estos resultados podemos observarlos en la figura 5.5.

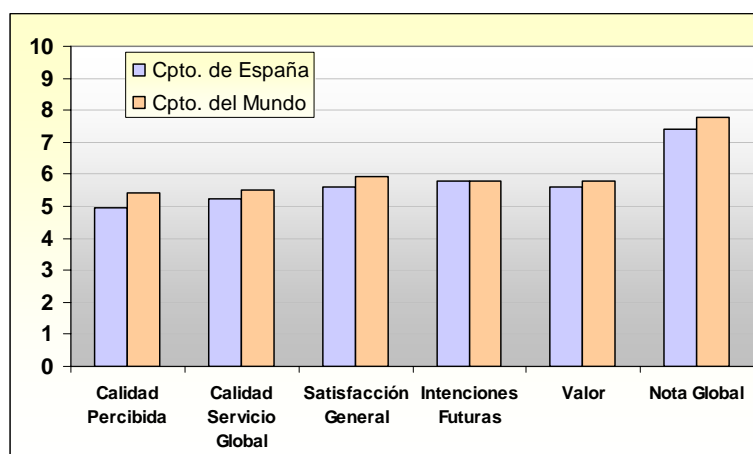


Figura 5.5.- Gráfica comparativa resultados generales de los deportistas.

Podemos observar en la figura 5.5, que todas las escalas se puntuaron mejor durante el Cpto. del Mundo, los deportistas de esta competición tuvieron una mejor percepción de la calidad, por

Resultados

lo tanto se sintieron más satisfechos, y valoraron muy positivamente su asistencia a dicho evento. En relación a la escala de intenciones futuras, los deportistas de ambas competencias puntuaron del mismo modo dicha escala, por lo que podemos deducir que éstos que serán futuros turistas de la ciudad y recomendarán sede del evento a sus conocidos y amigos. La nota global que obtuvo el Cpto. del Mundo fue ligeramente superior a la competición anterior.

Las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida (SERVPERF) resultantes de la investigación (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), también han sido representadas mediante una gráfica. De este modo podemos realizar una lectura visual rápida de las valoraciones obtenidas en la investigación por parte de la muestra de los deportistas de ambas competencias.

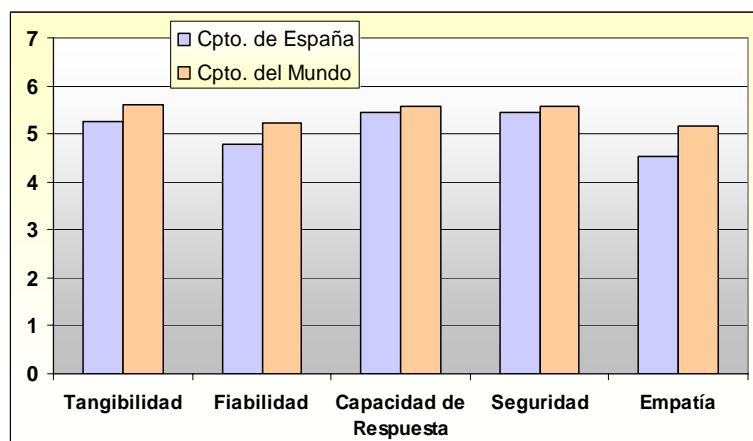


Figura 5.6.- Gráfica comparativa resultados dimensiones de calidad de los deportistas.

Observamos que las puntuaciones obtenidas en la valoración de cada una de las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida son ligeramente superiores durante el Cpto. del Mundo de atletismo.

CAPITULO VI

DISCUSIÓN.

6.- DISCUSIÓN.

En este capítulo, analizaremos y daremos explicación a los resultados obtenidos durante la investigación llevada a cabo en los eventos deportivos de atletismo celebrados en Valencia a la luz del conocimiento existente.

6.1.- Introducción.

En la actualidad, las actividades físico-deportivas se han convertido en un elemento común de la cadena de mercado, de la oferta y la demanda. La asistencia y participación a eventos deportivos está en pleno auge y estos se han convertido en un instrumento más de ocupación del tiempo de ocio cobrando un gran interés social, y por lo tanto elemento de uso político con fines muy distintos a la esencia natural del deporte.

La aparición de nuevos agentes sociales que influyen sobre las modalidades físicas, deportivas y recreativas está movilizándolo a un sector muy amplio de la sociedad que muestra un interés especial por el espectáculo, en este caso, el espectáculo deportivo. Como consecuencia de ello y con la mirada puesta en aspectos y logros que no tienen una total correspondencia con la realización de la actividad deportiva, la ciudad de Valencia está apostando desde hace varios años por la gestión y organización de grandes eventos deportivos de repercusión mundial. Estos de por sí, como primera consecuencia, ya repercuten directa o indirectamente en el

aumento del turismo (Gursoy y Kendall, 2006), y por lo tanto se convierten, como segunda consecuencia, en una muy buena fuente de ingresos económicos para la ciudad (Añó, 2003; Lee, 2001), lo que supone además un prestigio añadido por todas las consecuencias y resultados que conlleva organizar un evento deportivo de gran envergadura “*mega event*”.

Desde hace seis años, la ciudad de Valencia ha sido y está siendo sede de la America’s Cup, Cpto. del Mundo de Formula 1, Gran Premio de motociclismo, Cpto. el Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta, “Global Champions Tour” de hípica, Open 500 de tenis, numerosos eventos deportivos que incluso debido a su continuidad están originando la construcción de instalaciones deportivas específicas para su realización. Desde nuestro punto de vista, estos eventos merecen ser objeto de estudio con la intención de motivar una mejora duradera en el servicio que se ofrece. Desde esa perspectiva evaluadora, la calidad de servicio debe ser considerada como un elemento clave en la estrategia de beneficios, por lo que entendemos que una de las principales estrategias de una empresa deportiva, en este caso comité organizador encargado de la consecución de los mismos, debe ser establecer un plan de calidad si su intención es alcanzar el éxito, tal y como afirma Morales (2003), con una buena optimización de los recursos, reducción y adecuación de los costes y una mejora continua.

Por lo tanto, con el fin de mejorar los servicios es necesario contar con el proceso de medición, en la literatura existen diversos modelos que tienen como objetivo medir la percepción de la calidad de servicio, pero todos ellos acaban confluyendo en dos

enfoques claramente diferenciados. Por un lado encontramos a los investigadores que piensan que deben evaluar la calidad que percibe el consumidor desde la disconformidad entre las expectativas y las percepciones que experimenta con el servicio, es el caso del modelo de Grönroos (1984) y el modelo SERVQUAL de Parasuraman, et al. (1985, 1988). Por otro lado, la segunda corriente de investigación que profundiza en la calidad de servicio fundamenta sus estudios únicamente en los modelos que analizan la calidad basándose en las percepciones del usuario, es el caso de modelos alternativos a SERVQUAL, como el “SERVPERF” de Cronin y Taylor (1992), y el “Modelo Jerárquico Multidimensional” de Brady y Cronin (2001).

La mayor parte de la investigación sobre la calidad de servicio se ha basado en la utilización de la herramienta creada por Parasuraman, et al. (1988) SERVQUAL, ya sea para confirmar su viabilidad o para criticarla. En el estudio de los eventos deportivos, existen dos tipos de investigaciones, por un lado aquellas que se basan en el modelo SERVQUAL o experimentan algunas adaptaciones en función del evento que pretenden analizar y, por otro lado aquellas investigaciones que elaboran su propia herramienta de análisis adaptándola al servicio objeto de estudio. En nuestro caso, tal y como comentaremos y justificaremos posteriormente en profundidad, hemos utilizado ambos modelos en función del tipo de usuario al que pretendíamos analizar.

Al margen de una u otra corriente de investigación, el término que hace referencia a la calidad percibida es un concepto controvertido dentro de la literatura del marketing de servicios al identificarse

con un juicio personal y subjetivo que el consumidor emite sobre la excelencia o superioridad de un servicio (Bitner y Hubbert, 1994), y “esta considerada como una forma de actitud formada a partir de evaluaciones cognitivas y afectivas del individuo en su relación con la organización (Martínez y Martínez 2006, p.2). En este sentido y debido a la polémica suscitada en base al término, este trabajo pretende aportar luz en lo relativo al estudio de la calidad percibida y su dimensionalidad entorno a la gestión del deporte y concretamente en grandes eventos deportivos.

Diferentes estudios encontramos en la literatura que nos hablan de un número determinado de dimensiones o factores que se desprenden del análisis de la calidad percibida en los servicios deportivos en general, (Alexandris et al. 2004; Costa et al. 2004; Dorado, 2007; Luna-Arocas, Mundina y Carrión, 1998; Mackay y Crompton, 1988). La misma polémica se da de nuevo en el estudio de la calidad de servicio en los eventos deportivos, no produciéndose un consenso o acuerdo entorno a la dimensionalidad de la calidad percibida en este tipo de servicios (Agudo y Toyos, 2003; Dale et al. 2005; Hightower et al. 2002; Mundina et al. 2005; Rodríguez et al. 2003; Theodorakis et al. 2001; Yusof y See, 2008).

Finalmente, este trabajo tiene como resultado aportar el mayor número de datos que permitan conocer mejor el perfil y las necesidades del espectador de eventos deportivos, pues esta información puede resultar de gran ayuda en la mejora y optimización de los recursos y planteamientos en la organización de futuros eventos. A su vez, también pretende aportar

información específica y relevante sobre la opinión del deportista sobre las percepciones de calidad en base al servicio recibido durante el evento.

Por todo ello el presente trabajo pretende servir de ayuda para mejorar la gestión de los eventos deportivos, por un lado, desde el punto de vista del espectador que compra una entrada y consume un servicio deportivo en este caso un espectáculo deportivo, y por otro lado, desde el punto de vista del deportista que asiste al evento como parte integrante y participativa del engranaje organizativo del espectáculo deportivo.

Este capítulo está estructurado en dos apartados siguiendo la misma línea organizativa del trabajo, en primer lugar discutiremos en relación a los resultados obtenidos respecto a los espectadores y seguidamente lo haremos respecto a la muestra de los deportistas.

6.2.- Calidad percibida y satisfacción de los espectadores de eventos deportivos.

Uno de los principales objetivos de nuestra investigación era analizar la calidad percibida y la satisfacción de los usuarios de eventos deportivos, en este caso concretamente, los espectadores del Cpto. de España y del Mundial de atletismo en pista cubierta, celebrados ambos en Valencia.

Con el fin de conseguir dicho objetivo y a sabiendas que en la literatura de la calidad de servicio existe una problemática latente

(Martínez y Martínez, 2006), el método de análisis utilizado para medir la calidad percibida de los espectadores de atletismo se ha orientado hacia la corriente que defiende los modelos basados sólo en percepciones (Brady y Cronin, 2001; Carman, 1990; Cronin y Taylor, 1992), pues en nuestra opinión incluir las expectativas es innecesario y poco eficiente, llegando a crear más dificultades que beneficios.

El debate suscitado entorno a la calidad de servicio se ha transferido a la gestión del deporte donde surge la misma problemática, por un lado encontramos autores que han optado por utilizar el modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1988) como han sido Costa et al. (2004); Cristóbal y Gómez (1999); Crompton y Mackay (1989, 1991); Howat et al. (1993); Wright et al. (1992), por su nivel de fiabilidad y validez, herramienta que puede ser utilizada para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a los servicios.

En el caso de los servicios deportivos su utilización es escasa, pues son más los autores que la han criticado y han optado por crear sus propias herramientas adaptándolas al tipo de servicio (Alexandris et al. 2004; Bodet, 2006; Calabuig, 2005; Calabuig et al. 2008; Calabuig y Saura, 1999; Dorado, 2007; Hudson y Shepard, 1998; Kim y Kim, 1995; Mundina, et al. 2005; Pérez et al. 2008a; Zieschang y Bezold 1996). Existe también el caso de autores como Cronin y Taylor (1992), que adaptando SERVQUAL a los servicios deportivos, analizan únicamente las percepciones con la herramienta que ellos denominan SERVPERF.

Si esta problemática la encontramos en el análisis de los servicios en general y de los servicios deportivos en concreto, lo mismo ocurre en las limitadas y escasas investigaciones que hasta la fecha se han realizado en los grandes eventos deportivos. El peso de la herramienta SERVQUAL tan utilizada en los servicios, es requerida de nuevo por diferentes autores con la intención de ponerla a prueba en este tipo de servicios más concretos como son los eventos deportivos para darle validez o en su defecto criticar las carencias que se pueda encontrar en ella.

En esta línea de investigación Theodorakis et al. (2001), crean la herramienta denominada “SPORTSERV” a partir del modelo SERVQUAL para analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los espectadores de un evento profesional de baloncesto.

Rodríguez et al. (2003) y Agudo y Toyos (2003) siguiendo esta misma línea readaptan la herramienta de Parasuraman et al. (1988), con la intención de analizar la calidad de servicio en eventos futbolísticos. Propusieron una reducción del modelo original de Servqual de 22 ítems a uno mejor adaptado al evento que contaba únicamente con 13 ítems, realizaron una reducción importante de la escala con el fin de dotar a la herramienta de mayor agilidad. El trabajo lo desarrollaron en un estadio de la primera división española de fútbol, perteneciente al Real Racing Club de Santander.

Con el mismo fin que los demás autores, analizar la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores de eventos deportivos, pero desde una perspectiva diferente, en nuestro caso

nos decidimos por utilizar el modelo de análisis basado en percepciones de Brady y Cronin (2001), entendiendo que a la hora de poder analizar la calidad percibida de los espectadores en un evento deportivo puntal el instrumento de medida debe ser rápido, ágil y fiable, descartando el tener que preguntar por las expectativas del usuario.

Otros autores (Buttle, 1996; Carman, 1990; Cronin y Taylor, 1992; Llosa et al. 1998; Van Dyke et al. 1997) debido a las dificultades potenciales a la hora de usar el modelo de servicio de calidad SERVQUAL, tal y como hemos comentado en el capítulo tres, también han optado por utilizar nuevos modelos de análisis.

En esta misma línea de investigación Zhang et al. (2005) realizan un estudio con la intención de crear una escala de medida para analizar la satisfacción de los espectadores de las categorías inferiores de hockey y poder conseguir una mayor asistencia de público a este tipo de eventos. El procedimiento de creación de la escala se desarrolló en tres fases. En primer lugar realizaron la formulación de una escala preliminar y su posterior prueba de validez, a continuación realizaron una prueba inicial de la herramienta y su análisis mediante el análisis factorial exploratorio y, finalmente, tras el análisis factorial confirmatorio les quedó una escala que pasó de 24 ítems a 22 ítems.

En esta misma perspectiva, Yusof y See (2008) analizaron a los espectadores de la liga profesional de fútbol en Malasia, utilizaron una herramienta estructurada en dos secciones, por una lado analizaban las variables sociodemográficas, y por otro lado subescalas, donde median la calidad del equipo y los aspectos

generales de la instalación (accesibilidad, estética, comodidad, calidad del marcador, asignación del espacio), a estos aspectos le denominan “sportscape”.

En otro trabajo, los autores Kao et al. (2007) recogieron una muestra de 452 sujetos durante los partidos de baloncesto de la liga regular para determinar las preferencias del público a la hora de seguir los eventos deportivos por televisión.

Pérez et al. (2008a) pusieron a prueba el cuestionario EVENTQUAL, creado por Mundina et al. (2005), para medir la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores de la 7ª Reunión Internacional de atletismo Ciudad de Valencia (RIA).

Con esta somera revisión de los trabajos realizados podemos observar que en todos y cada uno de estos estudios los autores han pretendido de algún modo determinar el grado de calidad de servicio percibida y satisfacción de los usuarios, mediante un modelo u otro de investigación.

Los eventos deportivos, y en particular las competiciones de atletismo, comparten las características generalmente atribuidas a los servicios, intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad (Rodríguez et al. 2003). Sin embargo presentan también una serie de particularidades derivadas del elevado nivel de implicación emocional que es necesario tener en cuenta a la hora de aplicar a los mismos estrategias generales de marketing. Estas emociones atraen al espectador en tal medida que en ocasiones se siente que forma parte del espectáculo, por todo ello a la hora de intentar acceder al espectador con la intención de evaluar el evento

mediante un cuestionario éste debe ser lo más concreto posible, por lo que entendemos que preguntar por las percepciones evitando las expectativas, está suficientemente justificado.

6.2.1- Las dimensiones de calidad en los eventos deportivos.

La literatura del marketing de los servicios se ha preocupado abundantemente de determinar cuales son las dimensiones de los servicios debido a los beneficios que puede aportar tanto para la gestión aplicada como para la investigación. Esta idea, que la variable calidad de servicio tenga una naturaleza multidimensional, es ampliamente soportada en la literatura específica aunque no existe consenso respecto a determinar esa multidimensionalidad debido a lo heterogéneo del constructo. Nuestro trabajo al igual que el de otros autores como Alexandris et al. (2004), Gursoy y Kendall (2006), Mañas, Giménez, Muyor, Martínez-Tur y Moliner, (2008) pretende arrojar luz sobre las dimensiones halladas entorno a la calidad de servicio percibida adaptando el modelo tridimensional de Brady y Cronin (2001).

En los servicios deportivos en general para identificar cuales son los puntos clave, se han llevado a cabo numerosos estudios utilizando una u otra corriente de investigación. Mediante el modelo SERVQUAL de Parasuraman, et al. (1988), autores como Wright et al. (1992), concluyeron que la aplicación exacta de esta herramienta resultó ser demasiado genérica. Costa y colaboradores (2004), aplicaron las diez dimensiones de la primera composición de SERVQUAL para evaluar un campus de atletismo, quedando

reducidas a cuatro dimensiones al evaluar a los padres y a cinco dimensiones tras la evaluación de los alumnos.

En esta misma línea, Crompton y Mackay (1989) analizaron los servicios de recreo de carácter público hipotetizando que no todas las dimensiones tendrían la misma importancia en los programas de clase de pintura, excursiones, clase de fitness y hockey hielo. Confirmaron que de las cinco dimensiones determinadas a priori (tangibilidad, fiabilidad, reactividad, empatía y confianza), la de confianza fue la más valorada en tres de los cuatro programas analizados y empatía la menos soportada.

Howat et al. (1996), realizan su estudio en centro deportivos basándose en el modelo de Parasuraman et al. (1985), y a pesar de que muestran cuatro dimensiones muy estables (servicios básicos, personal, las instalaciones y los servicios complementarios), estas difieren del modelo SERVQUAL. Los autores afirman que estas diferencias pueden ser producidas debido a que los servicios deportivos son muy diferentes de los financieros donde fue aplicada la escala SERVQUAL.

Otros trabajos han analizado la calidad de servicio y la satisfacción desarrollando herramientas diferentes a SERVQUAL, es el caso de Kim y Kim (1995) que crean QUESC para analizar los servicios deportivos de Korea, tal y como afirman ellos, por la falta de precisión del modelo SERVQUAL. En su investigación obtienen doce dimensiones de las cuales solo siete muestran correspondencia con el modelo de Parasuraman et al. (1988), estas son: el ambiente, actitud de los empleados, fiabilidad, información,

programación, consideración personal, exclusividad, privacidad, conveniencia, estimulación, precio y oportunidad social.

Utilizando de manera reducida el modelo de Brady y Cronin (2001), Alexandris et al. (2004) estudian la relación entre la calidad de servicio, la satisfacción del consumidor y el compromiso psicológico en un club de salud. En la investigación concluyen en tres dimensiones, la calidad de la interacción, la calidad del entorno físico y la calidad del resultado.

Calabuig et al. (2008), tras investigaciones preliminares aporta una herramienta de medida de la calidad de servicio y de la satisfacción de los alumnos de unas escuelas de vela públicas. La investigación concluye en que las dimensiones de calidad que definen el servicio son diez: la comida, el tiempo libre, las clases, la limpieza, el material náutico, comida complementaria, horarios, conserjería, estado del entorno, y la teoría. Como principales resultados obtuvo que las clases, el material náutico y el tiempo libre fueron las mejor valoradas y por el contrario, la comida complementaria y el entorno náutico fueron las dimensiones peor valoradas.

En esta misma línea de investigación entorno a los servicios deportivos, Dorado (2007) determina siete factores de calidad en servicios deportivos municipales como son el coste, el personal, las instalaciones, el funcionamiento general, calidad y quejas. El elemento mejor valorado es el personal y el peor las instalaciones deportivas.

Estas investigaciones han sido llevadas a cabo en los servicios deportivos en general, ya sea usando el modelo Servqual de

Parasuraman et al. (1985, 1988) o desarrollando instrumentos de medida propios y adaptados al servicio estudiado, en todas ellas apreciamos dificultades para establecer las dimensiones de calidad que sean válidas para todos los servicios.

La misma problemática gira entorno a los eventos deportivos, así aquellos que adaptan SERVQUAL como O'Neill et al. (1999) analizan la calidad percibida en un gran evento acuático, en su caso una competición de surf. En su estudio reducen las cinco dimensiones propuestas por Parasuraman et al. (1988) a tres, los elementos tangibles, el personal y otros servicios.

De igual modo McDonald et al. (1995), adaptaron la escala con sus cinco dimensiones (tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad) para los espectadores de la liga NBA de baloncesto Norteamericana y concretaron que los tangibles y la fiabilidad eran las dimensiones más importantes para los usuarios.

Siguiendo esta misma perspectiva investigadora, Theodorakis et al. (2001) en un evento de baloncesto, comparten cuatro de las cinco dimensiones propuestas en SERVQUAL. Los resultados indican que en dicho evento las dos dimensiones que adquieren mayor importancia son: la accesibilidad y los elementos tangibles. La accesibilidad es la dimensión que se desprende de su estudio y que no comparte con el modelo SERVQUAL.

En el estudio realizado por Rodríguez et al. (2003) en los eventos futbolísticos, identificaron cuatro dimensiones de calidad, los servicios anexos, personalidad del equipo, instalaciones físicas y

nivel de la plantilla, realizando una adaptación reducida de SERVQUAL.

Alternativos al modelo de Parasuraman et al. (1988), Kelley y Turley (2001) desarrollan una escala para un evento deportivo y a través de un análisis factorial afirman que las dimensiones que determinan los atributos de calidad del evento son nueve (empleados, precio, accesos, servicios complementarios, confort, experiencias con el juego, showtime, conveniencia y fumar).

Zhang et al. (2005), tal y como hemos comentado anteriormente, crean su propia escala para medir la satisfacción de los espectadores de eventos de hockey y concluyen en cuatro factores, el servicio de entradas, la competición, los servicios del estadio y la accesibilidad, dimensión que también se desprendía del estudio llevado a cabo por Theodorakis et al. (2001), en su caso utilizando el modelo SERVQUAL en un evento de baloncesto.

Siguiendo esta línea de investigación en la que los autores crean su propia escala adaptándola al tipo de servicio, Yusof y See (2008) deducen de su estudio en la liga profesional de fútbol de Malasia, que la accesibilidad, la comodidad de su asiento, la animación, el personal que les atiende y el coste de la entrada son factores tan importantes como el contar con grandes estrellas en el equipo.

Un estudio desarrollado en la fase preliminar de esta investigación y realizado por Pérez et al. (2008a), concluyó que los factores que determinaron la calidad percibida de los espectadores de la 7ª RIA de Valencia fueron la accesibilidad, los tangibles, el personal y los servicios complementarios. Estas dimensiones coinciden en parte

con las propuestas por Teodorakis et al. (2001), Yusof y See (2008) y Zhang et al. (2005), respecto a la importancia de la accesibilidad y los servicios complementarios del estadio.

Conociendo el modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1988) y debido a que de las cinco dimensiones finales que propone, cuatro de ellas se refieren a la interacción que se produce entre el usuario del servicio y el empleado (fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), y tan solo una de ellas se plantea el análisis de los tangibles directamente relacionado con los eventos deportivos (Mañas et al. 2008), decidimos optar en nuestra investigación por el modelo tridimensional del Brady y Cronin (2001), ya que pensamos que el contacto que se establece entre los empleados y los espectadores de eventos deportivos es mínima, por lo tanto el modelo SERVQUAL no era el más adecuado para llevar a cabo nuestro estudio.

Los resultados obtenidos en nuestra investigación a través de un análisis factorial exploratorio, determinan que de la escala de calidad percibida se desprenden las cuatro dimensiones propuestas por los autores Brady y Cronin (2001) con muy buenos índices de consistencia interna, la calidad de la interacción (que hace referencia al personal), la calidad del entorno (los tangibles), la calidad del entorno (el ambiente) y la calidad del resultado. Alexandris et al. (2004) utilizando el “Modelo Jerárquico Multidimensional” (Martínez y Martínez, 2006) en la industria del fitness analizan y confirman estas mismas dimensiones. En nuestro caso, las dimensiones mejor valoradas por los espectadores de atletismo son la calidad del entorno (el ambiente) y la calidad del

resultado, datos que vuelven a coincidir con el estudio de Alexandris et al. (2004).

Podemos deducir de estos resultados en los eventos deportivos de atletismo, que en relación a la dimensión de calidad del entorno, el espectador valora positivamente la percepción del ambiente que se respira en la instalación, a lo que podríamos denominar el “clima”, la buena “atmósfera”. El espectador tiene en cuenta la relación con los demás espectadores, y si estos influyen de manera negativa sobre los clientes o el servicio. Estos aspectos relacionados con el entorno, desde nuestro punto de vista, cobran mayor importancia en un evento deportivo que el escaso contacto que puede llegar a tener el espectador con el personal al servicio del evento, entendemos que ese tiempo se limita puntualmente a la adquisición de una entrada, el acceso a la instalación, la inquietud por resolver alguna duda por parte del espectador o al uso de los servicios complementarios, como podría ser la cafetería.

Otra de las dimensiones muy bien valoradas ha sido la calidad del resultado, Calabuig y Crespo (2009) ya proponen introducir esta dimensión en futuros trabajos. Nosotros compartimos la opinión al decir que esta dimensión se refiere a lo que el espectador busca cuando acude al evento (integrarse en un grupo, ver ganar a su equipo, expresar sus emociones, entre otras.)

En general, observamos que no hay un consenso a la hora de determinar cuales son las dimensiones de calidad percibida de los espectadores de eventos deportivos, pero observamos en los estudios realizados que los tangibles, la accesibilidad, el personal, los servicios complementarios, la interacción entre otros

espectadores, el ambiente y la calidad del resultado, son factores compartidos generalmente en la valoración de la calidad percibida del servicio por investigadores y expertos en gestión de eventos deportivos.

Conocer las dimensiones de calidad percibida del servicio de eventos deportivos aportará una información valiosísima a los gestores de dichas competiciones, pero es también de vital importancia el poder conocer más datos sobre el perfil del espectador que consume este tipo de servicios, con el fin de utilizar esta información en la política de marketing de los eventos.

6.2.2- La calidad percibida en los eventos deportivos.

Destacamos de nuestro estudio tal y como se puede observar en la valoración general, que los espectadores de atletismo perciben una buena calidad del servicio ofrecido y se sienten satisfechos con el evento, de sus afirmaciones se observa un gran interés por volver a presenciar un espectáculo deportivo de estas características en el caso de que se celebrara.

Las intenciones futuras, al igual que ocurre en trabajos como los de Calabuig et al. (2008), Crespo, Pérez y Calabuig (2008), Mundina et al. (2005), Pérez et al. (2008a y 2008b) y Pérez, Crespo, Calabuig y Gómez (2009), han obtenido las puntuaciones más altas de nuestro estudio. De estos resultados deducimos que los espectadores del Campeonato de España y del Campeonato del

Mundo de atletismo en pista cubierta son posibles asistentes a este tipo de eventos deportivos en un futuro.

Con la intención de aportar datos referentes al perfil del usuario que suscita interés por asistir a espectáculos deportivos, hemos analizado como se puede ver en el capítulo de metodología diferentes variables sociodemográficas, como son la edad, el sexo, la práctica deportiva, la formación académica y la previa asistencia a eventos deportivos. Pensamos que estas variables pueden aportar información y ser muy útiles al gestor u organizador de eventos deportivos para poder ser más eficaz y eficiente utilizando los escasos recursos que generalmente suelen contar a la hora de organizar los eventos.

Cabe tener en cuenta que el tipo de servicio analizado en este trabajo, como son los eventos de atletismo en pista cubierta, no se han encontrado referencias en la literatura más que los que han servido de base para este estudio como son los trabajos de Mundina et al. (2005), y Pérez et al. (2008a).

Por ello, a la hora de comparar los resultados que exponemos a continuación se deben de tomar con cierta cautela debido a las diferencias evidentes en el tipo de servicios si comparamos diferentes deportes. Así, a modo de ejemplo se puede entender que no es lo mismo un evento de atletismo puntual en pabellón cubierto que un partido de liga regular de baloncesto. Los matices como la experiencia que tiene el espectador con la instalación, con el personal, con los servicios complementarios o con los propios detalles de la competición (jugadores, reglamento,...) pueden hacer que la percepción del espectador sea distinta.

La edad de los espectadores puede ser una variable interesante a tener en cuenta para conocer el tipo de usuario que asiste al evento y cuáles son sus percepciones. Esto permitirá al gestor de los eventos establecer estrategias de segmentación en función de la edad si resulta ser determinante para explicar la percepción de calidad de los espectadores. Así, las acciones de marketing que se establezcan para atraer a los espectadores se podrán realizar de un modo más directo y preciso hacia el perfil de espectador que está esperando un servicio como el que nosotros (gestor del evento) ofrecemos.

Esta variable se ha estudiado en los servicios deportivos en general para orientar la oferta, planificar los servicios de una forma adecuada y gestionar de manera eficaz los recursos de los que se dispone. Autores como Triadó, Aparicio y Rimbau (1999) encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos de mayor edad y los de menor edad respecto a su satisfacción con unos servicios deportivos municipales. Estas diferencias se concretan en las dimensiones de instalaciones y de recursos humanos. Los usuarios de mayor edad valoran mejor los recursos humanos y peor las instalaciones, en cambio, los más jóvenes muestran un comportamiento contrario.

En esta misma línea, Afthinos et al. (2005) únicamente encuentra diferencias significativas respecto la edad entre los usuarios mayores y menores de 60 años. Los resultados mostraban que los usuarios de mayor edad deseaban mayor responsabilidad por parte del personal de la instalación.

En relación a la importancia de esta variable sociodemográfica, Mañas et al. (2008), también hallaron diferencias significativas respecto a la edad de los usuarios de centros privados de fitness. Conforme mayor era la edad de los usuarios menor era su satisfacción con el servicio. Resultados muy parecidos obtiene Calabuig et al. (2008), en los servicios deportivos náuticos encontraron diferencias estadísticamente significativas en todas las dimensiones de calidad en función de la edad, pero observaron una tendencia a valorar de peor manera el servicio cuanto mayor es la edad. Parece razonable pensar en función de los trabajos encontrados en la literatura en relación a los usuarios de servicios deportivos, que cuanto mayor sea el usuario más experiencias puede haber experimentado y por lo tanto, más exigente y crítico se vuelve con el servicio.

A la vista de los resultados parece ser que la edad es una variable que predice la calidad percibida en los servicios deportivos y que debería ser tenida en cuenta por parte de los gestores. En el caso de los eventos deportivos la edad también ha sido estudiada, por un lado, con la intención de conseguir información para plantear estrategias de marketing que consigan atender de un modo lo más personalizado posible al espectador aficionado a los encuentros, con el fin de fidelizarlo con el equipo y el servicio (Yusof y See, 2008; Kao et al. 2007 y Zhang et al. 2005). Y por otro lado, la variable de la edad ha sido estudiada en los eventos con la intención de saber si puede ser un factor que determina la percepción de calidad de los espectadores de eventos deportivos (Crespo et al., 2008; Kelley y Turley, 2001; Mundina et al., 2005;

Pérez et al., 2008a y 2008b; Pérez et al., 2009; Rodríguez et al., 2003).

Podemos afirmar en base a los resultados obtenidos de la investigación que en los eventos deportivos la edad es una variable a tener en cuenta, pues los espectadores de atletismo mayores de 35 años percibieron mejor que el resto de espectadores la calidad del evento y por tanto están más satisfechos con el servicio, estos resultados coinciden con el estudio realizado por Rodríguez et al. (2003) en eventos futbolísticos. Los autores Crespo et al. (2008) en relación a la calidad percibida, también encontraron resultados significativos según la edad de los espectadores de eventos futbolísticos, y concretamente con el grupo de mayores de 35 años, al igual que ocurre en nuestra investigación. No obstante, anteriormente observábamos en los estudios realizados en relación a los servicios deportivos, servicios municipales de Triadó (1999), centros de fitness de Afthinos et al. (2005) y Mañas et al. (2008) o en los servicios deportivos náuticos de Calabuig et al. (2008), que cuanto mayor era la edad del usuario menor era su satisfacción con el servicio, todo lo contrario que lo que ocurre en los trabajos encontrados en la literatura de calidad en relación a los eventos deportivos y en esta investigación en concreto, donde el grupo de mayor edad se siente más satisfecho con el servicio que los demás grupos de menor edad.

Esta disparidad de resultados podría ser debida a que en los eventos deportivos esporádicos el espectador de mayor edad se siente influenciado por el factor sorpresa (Kao et al. 2007) y por el contrario la continuidad de asistencia en los centros de fitness le

hace ser más exigente con el servicio al tener una mayor experiencia.

Del mismo modo, el grupo de espectadores mayores de 35 años valoró mejor que los demás grupos, las dimensiones de calidad de la interacción (personal), calidad del resultado y la calidad del entorno (los tangibles). Autores como Kelley y Turley (2001) también hallaron diferencias estadísticamente significativas en la evaluación de los espectadores de baloncesto según la edad de los mismos en las dimensiones de accesibilidad, confort y conveniencia.

Lo mismo ocurre con Correia y Esteves (2007), encuentran diferencias significativas en función de la edad de los espectadores en tres de las cinco dimensiones que se desprenden del análisis de calidad de los espectadores de eventos futbolísticos. Los espectadores de menor edad valoran mejor las dimensiones de razones materiales, suplementos e instalaciones y jugadores estrella, que el grupo de edad comprendido entre los 36 y 49 años, la diferencia con nuestros resultados tal vez se deba a que las dimensiones halladas con el servicio son diferentes, posiblemente debido a la diferencia con el tipo de deporte y por lo tanto de espectador.

Calabuig, Turco, Gómez y Crespo (2009) también encuentran diferencias estadísticamente significativas según la edad de los espectadores de baloncesto de un mega evento deportivo (Juegos Mediterráneos). Así, los espectadores mayores de 35 años valoraban mejor la dimensión de servicios complementarios que los espectadores menores de 18.

No obstante, un dato que nos sorprende es que en Pérez et al. (2008a y 2008b), no hallaron datos estadísticamente significativos en relación a esta variable en trabajos donde se analizaban eventos deportivos de similar envergadura, si bien en Pérez et al. (2008b), en el estudio de los espectadores de las competiciones de gimnasia artística y gimnasia rítmica frente a los espectadores de waterpolo y natación de los Juegos Mediterráneos de Almería, difiere el tipo de deporte y el tipo de instalación y por lo tanto el tipo de espectador con el evento deportivo objeto de estudio. Posiblemente la envergadura del evento analizado en Pérez et al. (2008a) que fue de una importancia mucho menor al presente estudio, influya sobre el tipo de espectador que asistió al evento. Además, como la asistencia a este espectáculo era gratuita, el perfil del espectador posiblemente sea distinto del Mundial, donde la entrada era limitada y previo pago.

Resulta conveniente controlar en la medida de lo posible el factor de la edad, pero de igual modo, es razonable pensar que el sexo es una variable sociodemográfica a tener también en cuenta, ya que se ha observado que este atributo demográfico influye en el comportamiento de consumo y en las evaluaciones de calidad (Mañas et al., 2008).

El sexo como variable sociodemográfica ha sido estudiada en los servicios deportivos en general (Afthinos et al. 2005; Bodet, 2006; Calabuig et al., 2008; Dorado, 2007; Howat et al., 1999; Morales, Hernandez-Mendo y Blanco, 2005) ya que adquiere una importancia similar a la que comentábamos anteriormente con la edad. Si el gestor deportivo logra segmentar en la medida de lo

posible al usuario de este tipo de servicios en función del sexo contará con una información muy importante para plantear sus estrategias de marketing.

Tomando como referencia el sexo con el fin de determinar si tiene una influencia significativa sobre la calidad en el caso de los servicios deportivos, Afthinos et al. (2005) en los centros de fitness utilizando la herramienta creada por Kim y Kim (1995), el QUESC, encontraron diferencias significativas entre los hombres y las mujeres respecto a sus expectativas de calidad.

En esta misma línea, en los servicios deportivos náuticos, los autores Calabuig et al. (2008) encontraron que las mujeres tienen una percepción de la calidad superior que los hombres en todas las dimensiones analizadas, resultados que coinciden con los hallados por Dorado (2007), en los servicios deportivos municipales.

Esta variable sociodemográfica ha sido estudiada también en los eventos deportivos pero no con tanto interés como en los centros de fitness tanto privados como públicos con la intención de lograr una íntima segmentación del usuario. Por ejemplo, Correia y Esteves (2007), afirman que el sexo es un factor a tener en cuenta a la hora de asistir a los eventos de fútbol.

Los resultados que se han encontrado en la literatura de la calidad de servicio en relación a esta variable son un tanto contradictorios. Encontramos autores como Rodríguez et al. (2003), que en los eventos futbolísticos concluyeron que el sexo no es un segmento a valorar en la percepción de la calidad. En nuestra investigación los resultados demuestran que las mujeres, durante el Cpto. del

Mundo, tuvieron una mejor percepción de calidad del servicio global que los hombres. Por el contrario, (Crespo et al. 2008; Pérez et al. 2008a y 2009) en eventos deportivos de características similares a este trabajo no encontraron diferencias significativas.

Al hilo de los resultados obtenidos en función de esta variable, durante el Cpto. de España de atletismo, las mujeres vuelven a valorar mejor que los hombres los elementos de la competición, resultados que coinciden en este caso con Pérez et al. (2008b). También las mujeres muestran mayores intenciones que los hombres de volver a asistir a un evento deportivo de esas características. En esta misma competición las mujeres perciben mejor que los hombres la calidad del entorno (el ambiente) por lo que se sintieron más cómodas con el “clima” que se vivió durante la competición en relación a los demás espectadores. En esta misma línea, Kelly y Turlley (2001) en los eventos deportivos de basket encontraron que las mujeres valoran mejor que los hombres dos de las nueve dimensiones de calidad. En cambio, Calabuig et al. (2009) no encontraron diferencias significativas en función del sexo en los eventos de baloncesto.

Debido a los datos contradictorios que encontramos en relación a la percepción de la calidad de servicio en función del sexo de los espectadores de eventos deportivos, debemos seguir realizando nuevos trabajos en eventos de diferentes características, tanto a nivel de instalación como al tipo de deporte, para poder establecer de una forma definitiva si esta variable es determinante en la percepción de la calidad.

Tal y como hemos comentado anteriormente, la edad y el sexo son variables sociodemográficas a priori a tener en cuenta, pero que deben de seguir siendo investigadas, ya que aportan datos sobre el perfil del espectador y pueden llegar a determinar la percepción de la calidad de los espectadores de eventos deportivos. Esta información puede ser muy válida para optimizar las inversiones en gestión, marketing y ofrecer un servicio de calidad lo más ajustado posible a las necesidades del espectador de eventos deportivos.

Al margen de estas dos variables, creímos también interesante conocer si la práctica deportiva de los espectadores de este tipo de eventos deportivos puede ser un factor a tener en cuenta en la percepción de la calidad y la satisfacción. Entendimos que el espectador que practicaba deporte de forma habitual (al menos dos veces por semana) podría tener mayor cultura deportiva y por lo tanto ser más crítico a la hora de realizar la valoración del evento de atletismo. Para ello incluimos en nuestra herramienta de evaluación un apartado donde se preguntaba al espectador por su práctica deportiva y encontramos que los espectadores que afirmaban que practicaban deporte de forma habitual se sintieron más satisfechos durante el Mundial de atletismo que aquellos que no lo hacían.

Los datos obtenidos en la investigación contradicen nuestra idea inicial de que los espectadores con más cultura deportiva serían más críticos. No obstante, este dato debe ser motivo de orgullo por parte de la organización pues este tipo de espectadores valoró de forma muy positiva su trabajo. Deberían incrementarse los

estudios en relación a la influencia de esta variable, pero parece ser que la práctica deportiva de los espectadores no influye en la percepción de la calidad en los eventos deportivos.

En nuestra opinión, el atletismo es un deporte que no comparte algunas de las características que si tienen los deportes colectivos, a su vez, no es un deporte de masas como lo puede ser el fútbol (Rodríguez et al. 2003; Yusof y See, 2008). Esa razón por la cual presumiblemente este deporte lo hace ser selectivo a la hora de escoger de forma natural a su aficionado, nos hizo pensar que la formación académica del espectador de atletismo podría ser significativamente superior que los espectadores de otros deportes que semanalmente congregan a decenas de miles de aficionados. Por lo tanto, esta característica relacionada con la formación académica pensamos podía influir en la percepción de la calidad.

Entendimos que si el espectador de atletismo contaba con un mayor nivel de cultura presumiblemente le hacía ser más crítico con el servicio. Esta variable es analizada por Rodríguez et al. (2003) en los eventos futbolísticos y obtuvo que el 28'5% de la muestra de espectadores tenían estudios primarios o no tenían estudios, el 42,3% contaba con estudios secundarios y tan solo el 29,2% tenían estudios universitarios. Esta variable también es analizada por Yusof y See (2008) en los eventos de fútbol de Malasia, su planteamiento es sensiblemente diferente pero sus resultados confirman aún más nuestra idea. Del total de la muestra, 234 espectadores que corresponde con el (63.1%) tenían estudios primarios, el (3.5%) tenía estudios secundarios y el (2.2%)

contaba con estudios pre-universitarios y el (17,5%) contaba con una diplomatura. Únicamente el (13,8%) poseía una licenciatura.

Ante estos resultados, se confirma nuestra idea de que el espectador de eventos deportivos de atletismo tiene un nivel superior de formación académica. En la muestra obtenida en nuestro estudio, el 60,4% de los espectadores afirman tener estudios universitarios, el 33,2% estudios secundarios y únicamente el 6,5% tenía estudios primarios. No obstante, y a pesar de estos datos, tanto en nuestro trabajo como en Rodríguez et al. (2003) no se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas en la percepción de la calidad y la satisfacción en relación a la formación académica de los espectadores. En nuestro estudio, pensamos que tal vez no se hallaron datos significativos en función de la formación académica en relación a la percepción de la calidad, debido a la escasa muestra de espectadores que afirmaban tener estudios primarios o no tener estudios.

Por el contrario Kelly y Turley (2001), analizaron el perfil académico de los espectadores en los eventos de baloncesto y encontraron diferencias estadísticamente significativas entre el grupo que contaba con estudios primarios y el grupo de estudios avanzados o universitarios, en relación a las dimensiones de precio, confort y conveniencia.

Los pocos trabajos realizados sobre el tema y los datos contradictorios que encontramos en la literatura, nos hace pensar que para afirmar que la formación académica es una variable que puede influir en la percepción de la calidad se deberían incrementar los estudios en relación a este factor. Este apunte es

más una curiosidad que quería ser confirmada, que un dato relevante que pensamos no sería relevante para mejorar la calidad de servicio en la gestión de los eventos deportivos.

Una aportación novedosa de este trabajo para el estudio de la calidad percibida en los eventos deportivos es la experiencia previa del espectador como asistente a este tipo de servicios.

Creímos conveniente incluir un nuevo ítem al cuestionario para considerar el nivel de experiencia del espectador con los eventos deportivos en general y los eventos deportivos de atletismo en concreto. Entendimos que la percepción del espectador que había asistido con anterioridad a otros eventos deportivos, fueran de atletismo o no, sería más crítica con el servicio que el espectador que por primera vez asistía a un evento de estas características. Con estos datos se pretende averiguar si la experiencia del espectador influye en la valoración de la calidad del evento.

Así, los espectadores del Cpto. de España que contaban con experiencia previa, valoraron mejor la dimensión de la calidad del entorno, concretamente los tangibles, que aquellos espectadores que era la primera vez que asistían a un evento deportivo. Esta dimensión (calidad del entorno), debe ser un aspecto importante a tener en cuenta por parte de la organización y que debe de valorar satisfactoriamente, ya que hace referencia al trabajo acometido en el área técnico-deportiva encargada de todo lo referente a la preparación de la instalación, de su atractivo, que esté equipada con los últimos materiales, que reúna unas buenas condiciones visuales y auditivas, entre otros aspectos relacionados con el entorno físico de la instalación. Según Mañas et al. (2008) la

dimensión de los tangibles es predictora de la satisfacción del usuario de centros deportivos.

Esta variable de asistencia previa a eventos deportivos por parte del espectador es analizada en Pérez et al. (2008a) en un evento deportivo de características similares. Los autores encontraron que los espectadores que afirmaban haber asistido con anterioridad a otros eventos deportivos, valoraban mejor las dimensiones de accesibilidad y personal.

La estructura de los eventos deportivos puede ser analizada en función de las aportaciones que hacen los distintos agentes que intervienen sobre ellos (Dorado y Gallardo, 2004), por lo tanto los resultados obtenidos en nuestra investigación en función de las variables sociodemográficas pueden ser utilizados por los gestores de eventos deportivos, ya que al conocer la influencia que tienen éstas en la valoración de la calidad, pueden anticiparse y establecer estrategias de segmentación y de mejora del servicio a través de la información obtenida en este tipo de estudios.

6.2.3- La influencia de la calidad percibida en la satisfacción y las intenciones futuras de los espectadores.

Los datos que nos hacen conocer y comprender mejor al usuario, producen una mejora en la calidad de servicio y su estudio resulta fundamental para asegurar los procesos de fidelización y de mantenimiento de unos estándares que permitan la comparación con otras organizaciones o con la misma en procesos de gestión de

calidad total. Así, a través del análisis de la calidad percibida por los clientes se puede observar si los esfuerzos realizados por la organización para mejorar el servicio repercuten en la satisfacción del cliente (Dorado y Gallardo, 2004). Siguiendo a Dorado y Gallardo (2004), conocer cuáles son los aspectos fuertes que influyen sobre la predicción de la satisfacción de los usuarios en los servicios deportivos puede ser un herramienta importante para los gestores. Estos pueden servirse de esta información para conseguir fidelizar a sus clientes.

Que la satisfacción tiene una relación directa con la calidad del servicio y por lo tanto con las dimensiones que se desprendan de ésta es un hecho contrastado en la literatura (Brady y Cronin, 2001; Cronin, Brady y Hult, 2000; Zeithaml, Berry y Parasuraman, 1996).

La satisfacción es uno de los conceptos que más ha interesado a los investigadores en el ámbito del marketing, y en la actualidad es una de las áreas de la gestión del deporte que está adquiriendo gran protagonismo junto con la calidad de servicio. Diferentes trabajos se han llevado a cabo en los servicios deportivos con la intención de analizar cuales son los factores que influyen sobre la satisfacción de los usuarios de estos servicios (Afthinos et al., 2005; Alexandris et al., 2004; Bodet, 2006; Calabuig y Saura, 1999; Calabuig et al., 2008; Dorado, 2007; Howat et al., 1999; Morales et al., 2005).

Concretamente, en los servicios deportivos de la Universidad de Valencia, Calabuig y Saura (1999) analizaron la influencia que tiene los factores de calidad sobre la satisfacción, y concluyeron que los

dos factores más influyentes en la satisfacción de los usuarios, son la gestión de las instalaciones y del personal.

Otros autores como Alexandris et al. (2004), en el estudio llevado a cabo en un club de salud de la industria del fitness, encontraron que el entorno físico y la calidad del resultado son las dos dimensiones de calidad que tienen una influencia significativa sobre la satisfacción, y a su vez, la satisfacción tenía una mayor influencia sobre las comunicaciones boca a oído que sobre el compromiso psicológico.

En esta misma línea, Bodet (2006) analiza la satisfacción de los usuarios de los servicios de diversos clubs de fitness de Francia. Con una muestra de conveniencia encuentra que hay cuatro grandes elementos que influyen en la satisfacción de los usuarios. El primero de ellos lo denomina clave, el segundo básico, el tercero secundario y el cuarto lo nombra como elementos añadidos. Otros autores como Mañas et al. (2008), afirman que la dimensión de los tangibles tiene la capacidad de predecir la satisfacción de los clientes de un centro deportivo privado de Almería.

El estudio de la influencia de la calidad de servicio sobre la satisfacción y ambas sobre las intenciones futuras, también se ha transferido a los eventos deportivos, por un lado, con la intención de aportar más datos a la literatura sobre cuáles son las dimensiones de calidad que mayor influencia tienen sobre la satisfacción de los espectadores, y a su vez, si estas dimensiones junto con la satisfacción influyen sobre las intenciones de volver asistir a un evento deportivo en el futuro. Por otro lado, otras investigaciones pretenden obtener información que pueda ser

usada por los gestores deportivos con la intención firme de conseguir fidelizar a los espectadores de dichos eventos.

Uno de los objetivos de este trabajo pretende profundizar en este aspecto, ya que entendemos que un servicio de calidad en un evento deportivo produce un aumento de la satisfacción del espectador y por lo tanto esta satisfacción podría influir positivamente en la intención de volver a presenciar dicho evento deportivo u otro de similares características.

Tal y como abordábamos en la introducción, Valencia está viviendo una política íntimamente relacionada con la gestión de los grandes eventos deportivos y los datos resultantes de nuestra investigación podrían aportar información importante a los gestores de eventos. Estos datos pueden serles útiles para conseguir una continuidad de asistencia de los espectadores que acuden a dichos eventos.

Entorno a la gestión de los eventos deportivos distintos autores han analizado la influencia que tiene la calidad percibida sobre la satisfacción y como ambas influyen sobre las intenciones futuras del espectador. En esta línea, Wakefield y Blodett (1994) comprueban si la calidad de los diferentes elementos constructivos de un estadio deportivo influyen sobre la satisfacción de los espectadores y también en las intenciones de volver asistir a un espectáculo deportivo. Hightower et al. (2002), en un evento deportivo de béisbol, analizan la influencia que tienen distintas variables (ambiente del servicio, elementos del servicio, valor del servicio, tiempo consumido e implicación) sobre la calidad de servicio, sobre la satisfacción y sobre las intenciones futuras de los usuarios. Los resultados más importantes confirman que la

variable que analizaba los distintos elementos del servicio tiene una influencia significativa sobre las intenciones futuras de los asistentes al evento.

En esta misma línea, Greenwell, Fink y Pastore (2002), afirman que los atributos tangibles de la instalación en un evento de hockey hielo, no tienen una influencia significativa sobre la satisfacción. Aunque si la tienen si se tienen en cuenta todos los elementos tangibles del estadio en su conjunto.

En nuestro trabajo encontramos que todas y cada una de las dimensiones de calidad, la calidad de la interacción, la calidad del entorno (tangibles y ambiente) y la calidad del resultado, influyen significativamente en la satisfacción de los espectadores de atletismo. La calidad del resultado es la dimensión que más información aporta para explicar la satisfacción de los espectadores del Cpto. de España en concreto. Estos resultados no pueden ser comparados con otros obtenidos en eventos deportivos pues esta aportación hasta el momento es inédita, pero coinciden con el estudio llevado a cabo por Alexandris et al. (2004) en la industria del fitness.

No obstante, nos sorprende que durante el Cpto. del Mundo, competición de características similares al Cpto. de España, la dimensión que mayor influencia tiene sobre la satisfacción, es la calidad de la interacción ($\beta = .263$, $p < .001$), que hace referencia al personal del evento, dicha dimensión obtuvo un coeficiente muy parecido a la calidad del resultado ($\beta = .243$, $p < .001$), que en esta ocasión vuelve a influir significativamente en la satisfacción de los espectadores de atletismo. Pensamos que estos resultados pueden

deberse a que en la competición de mayor envergadura albergó a muchos más espectadores, y por lo tanto contó con la colaboración de muchos más voluntarios y empleados al servicio del evento, por lo que el contacto entre el personal del servicio y los espectadores aumento considerablemente durante esta competición. Por el contrario, durante el Cpto. de España, la presencia de público no fue tanta y el personal también disminuyó considerablemente, pudiendo influir de este modo en la valoración de esta dimensión.

En relación a la influencia de las dimensiones de calidad, la calidad del entorno (los tangibles) también influye significativamente sobre la satisfacción, pues existe un contacto directo del usuario con el entorno físico de la instalación, al igual que ocurre en el estudio de Greenwell et al. (2002), donde los tangibles influyen en la satisfacción de los espectadores del hockey sobre hielo, resultados que coinciden con el estudio de Wakefield y Blodett (1994).

En esta misma línea y coincidiendo con los resultados obtenidos en nuestro trabajo, Kao et al. (2007) en los eventos de baloncesto de las ligas de Taiwan, determinan que el elemento más influyente sobre la satisfacción del espectador son los tangibles, término que ellos denominan inmersión. Del mismo modo, Yusof y See (2008) en la liga profesional de fútbol de Malasia, encuentran que esta dimensión a la que ellos denominan “sportscape” término propuesto por Wakefield, Blodgett y Sloan (1996), influye significativamente sobre la satisfacción de los espectadores.

Podemos deducir a la vista de los resultados, que en la organización de los eventos deportivos los gestores deben de tener muy cuenta a

los elementos tangibles, tales como, el diseño de la instalación, que ésta resulte atractiva, que esté equipada con los últimos adelantos del mercado, que los asientos sean cómodos y espaciosos, que la visión y la audición sean correctas, en definitiva todas aquellas comodidades que hagan sentirse bien al espectador.

Anteriormente hemos comentado que la intención de continuar asistiendo a eventos deportivos ha sido el aspecto mejor valorado de nuestro estudio, y de él podemos afirmar que las dimensiones que influyen significativamente sobre este aspecto según los espectadores de ambos eventos fueron la calidad del entorno (tangibles y ambiente) y la calidad del resultado, junto con la satisfacción. Coincidimos con Hightower et al. (2002), Wakefield y Blodgett (1994), y Yusof y See (2008), en afirmar que los tangibles son una dimensión a tener en cuenta a la hora de predecir las asistencia futura de los espectadores.

La cuarta dimensión que se desprende de la escala de calidad percibida de nuestro estudio, es la calidad de la interacción, dicho factor analizaba al personal que estaba al servicio de la organización y del evento. Esta dimensión no resultó ser significativa en relación a las intenciones futuras de los espectadores. Creemos firmemente en este resultado debido a que la interacción del personal de servicios con el espectador en un evento deportivo de estas características es mínima, esta dimensión por lo tanto en función de los resultados obtenidos de la investigación, no influye sobre las intenciones futuras de los espectadores de eventos deportivos.

No obstante, Theodorakis y Alexandris (2008), encuentran que el personal y la fiabilidad son predictores de la asistencia futura de los espectadores de un evento de fútbol, cabe la posibilidad que la diferencia de sus resultados en relación a nuestra investigación esté relacionada con la diferencia del deporte estudiado y por el perfil del espectador.

Esta comprobado que la calidad influye significativamente sobre la satisfacción y a su vez, que la calidad y la satisfacción influyen sobre las intenciones futuras. En los servicios deportivos, concretamente en los eventos deportivos, tras la revisión de la literatura de la calidad de servicio y en relación a los resultados obtenidos de nuestro trabajo comprobamos que esto también sucede. Por lo tanto, los gestores con el objetivo de fidelizar a los espectadores de eventos, deberían potenciar aquellas acciones que consigan aumentar la satisfacción de los usuarios a través de la calidad del entorno y la calidad del resultado, pues estas dimensiones influyen significativamente sobre las intenciones futuras del espectador.

6.3.- Calidad percibida y satisfacción de los deportistas de eventos deportivos.

Al margen del estudio llevado a cabo con los espectadores, el segundo de nuestros objetivos importantes era analizar la calidad percibida y la satisfacción de los deportistas de eventos deportivos,

en este caso del Cpto. de España y el Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta de Valencia.

La calidad de servicio es considerada en la actualidad como uno de los determinantes clave del buen desempeño empresarial, no obstante y a pesar de que en la literatura existen numerosos estudios que analizan la calidad en los servicios deportivos, (Afthinos et al., 2005; Alexandris et al., 2004; Bodet, 2006; Brady y Cronin, 2001; Calabuig y Saura, 1999; Calabuig y Crespo, 2007; Calabuig et al., 2008; Costa et al. 2004; Crompton y MacKay, 1989; Cristóbal y Gómez, 1999; Dorado, 2007; Howat et al., 1993; Hudson y Shephard, 1998; Luna-Arocas et al., 1998; Mackay y Crompton, 1988; Mañas et al., 2008; Mundina et al., 1999; Núñez, 2005; Kim y Kim, 1995; Wright et al., 1992), poco a poco parece que está cobrando un mayor interés analizar la calidad de servicio y la satisfacción en los eventos deportivos, pero siempre desde el punto de vista del usuario, del espectador (Agudo y Toyos, 2003; Dale et al., 2005; Greenwell et al., 2002; Hightower et al., 2002; Kao et al., 2007; Kelley y Turley, 2001; Mundina et al., 2005; O'Neill et al., 1999; Rodríguez et al., 2003; Theodorakis et al., 2001; Wakefield y Blodgett, 1994; Yusof y See, 2008), y muy pocos trabajos han analizado la calidad percibida y la satisfacción en los eventos deportivos desde el punto de vista del deportista, que es parte imprescindible del evento.

Tan solo encontramos dos trabajos que lo analizan. El primero es el de Bebetsos y Theodorakis (2003), dónde se analiza la satisfacción del deportista desde un punto vista psicológico, como satisfacción con el equipo y el entorno deportivo.

El otro caso que conocemos es el de Mundina et al. (2005) dónde analizan la satisfacción del deportista como actor principal de un evento deportivo y que puede ser indicador de la calidad de la organización del evento.

Posiblemente una de las causas de la ausencia de este tipo de estudios con los deportistas, sea debido a la dificultad con la que se encuentra el investigador cuando necesita acceder a ellos.

En nuestro caso analizar la calidad percibida de los deportistas de atletismo ha sido un trabajo arduo de llevar a cabo debido a las dificultades encontradas a la hora de poder acceder con tranquilidad a los deportistas. Los días en los que transcurre la competición deportiva son los días más importantes y decisivos de la temporada, pues llevan meses, incluso en ocasiones años preparando ese momento, y resultan comprensibles las evasivas de los deportistas e incluso de algunos entrenadores en el momento de rellenar un cuestionario que pregunta sobre la organización del evento y algunas cuestiones sobre su situación deportiva.

Cuando nos planteamos estudiar el evento desde el punto de vista del deportista que tiene una percepción del servicio y unas experiencias totalmente distintas a las del espectador, valoramos cuales serían los momentos clave con los que se encontraría durante los días que durase la competición, con el fin de utilizar un modelo u otro de análisis que pudiera medir la calidad percibida y la satisfacción con el evento con la mayor fiabilidad.

Anteriormente hemos comentado que la investigación sobre calidad de servicio percibida se ha desarrollado de una manera casi

hegemónica con el modelo de Parasuraman et al. (1985), para aplicarlo y confirmar su viabilidad o para mejorarlo. Entorno a los eventos deportivos, el análisis de la calidad ha tomado dos vertientes claramente diferenciadas, unos autores han seguido utilizando el modelo SERVQUAL (Highower et al., 2002; O'Neill et al., 1999; Rodríguez et al., 2003;), y otros han creado sus propias herramientas de análisis adaptándolas al servicio objeto de estudio, pero siempre en relación a los espectadores de dichos eventos y nunca para analizar a los deportistas (Kao et al., 2007; Kelly y Turley, 2001; Pérez et al., 2008a; Yusof y See, 2008; Zhang et al. 2005).

Pensamos que existía una diferencia muy importante en la experiencia del servicio que vive un espectador y un deportista. En el primer caso, el contacto con el personal al servicio del evento, es escasa y de poca intensidad, en cambio, los deportistas tienen un contacto continuo con los empleados que la organización pone a disposición del evento y además, esa interacción es de gran importancia para la tranquilidad y seguridad del deportista, por tanto la intensidad y valor de esa interacción resulta significativamente distinta respecto a la que experimentan los espectadores.

Por este motivo, y dado que de las cinco dimensiones propuestas por los autores en SERVQUAL, cuatro de ellas hacen referencia a la interacción que se produce durante el desarrollo del evento entre los clientes y el empleado (fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), y tan sólo una de ellas se refiere a los aspectos tangibles del servicio, creímos conveniente que para

analizar la calidad percibida y la satisfacción de los deportistas el instrumento de Parasuraman et al. (1988) era el adecuado.

En nuestro caso, debido a las dificultades de atención con las que contábamos por parte de los deportistas y al poco tiempo del que disponíamos para estar con ellos (plena competición), decidimos utilizar SERVQUAL en su parte de percepciones, el “SERVPERF”, evitando preguntar por las expectativas con el fin de que la herramienta fuera rápida y ágil pero que ello no fuera en detrimento de su fiabilidad.

Además, el único estudio encontrado que analiza la calidad percibida de los deportistas también utiliza SERVPERF con ligeras adaptaciones al evento objeto de estudio (Mundina et al. 2005).

6.3.1- Las dimensiones de calidad de los deportistas de eventos deportivos.

Tal y como hemos comentado en el apartado de las dimensiones de calidad de los eventos deportivos, determinar cuales son dichas dimensiones puede producir grandes beneficios en la gestión deportiva.

En el caso que nos acontece en relación a los deportistas de eventos, si conseguimos conocer cuales son las dimensiones de calidad que mayor influencia tienen sobre el servicio, podremos ofrecer una mejor atención al deportista y en consecuencia es lógico deducir que ello influirá sobre su satisfacción. Pensamos, (como gestores deportivos) que cuanto más cómodo se sienta el deportista mejores resultados se pueden alcanzar durante la

competición. Estos buenos resultados, por ejemplo el logro de un record, puede ser el principio de la cadena que influya sobre los demás estamentos relacionados con la competición.

Tal y como afirma Año (2003), la consecución de fines positivos está ligado a los resultados logrados en el evento, y más aún a los resultados que alcancen los deportistas nacionales. Si durante el desarrollo del evento se consiguen buenos resultados, aumentaría la repercusión mediática de la competición a nivel mundial, la labor desempeñada por la organización se vería magnificada, e indirectamente los logros obtenidos influirían en la satisfacción y en las intenciones futuras del espectador.

En Yusof y See, (2008) encontramos que los equipos que mejores resultados obtienen en la liga regular de fútbol de Malasia, más aficionados acuden a su estadio como espectadores y por lo tanto más beneficios obtienen. Tanto el director de marketing como el gestor deportivo no tienen ninguna influencia sobre el resultado de la competición, pero indirectamente conociendo las dimensiones que influyen sobre la calidad percibida de los deportistas, puede conseguir que este se sienta lo más cómodo posible en el momento de la competición favoreciendo de ese modo la consecución de mejores marcas o buenos resultados.

Otros autores como Van Leeuwen, Quick y Daniel (2002), también afirman en un modelo tentativo que el resultado positivo o negativo (ganar o perder) de la competición, influye sobre la satisfacción del espectador y sobre el resultado del servicio.

Los resultados obtenidos en nuestra investigación muestran que la escala de calidad percibida adaptada de la versión de percepciones del SERVQUAL obtiene un coeficiente de fiabilidad con consistencia interna (alpha de Cronbach) superior a 0,93. Las cinco dimensiones que componen la escala son: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

En Mundina et al. (2005), encontramos estos mismos factores, pero los autores agrupan las variables de fiabilidad y capacidad de respuesta en una sola dimensión después de realizar un análisis factorial exploratorio de componentes principales, quedando cuatro dimensiones como resultado final.

6.3.2- La calidad percibida de los deportistas de eventos deportivos.

Las dimensiones de calidad pueden aportar información importante al gestor, pero en nuestro trabajo quisimos conocer además el perfil del deportista de este tipo de eventos y si de algún modo las variables sociodemográficas que nos planteamos resultaban ser significativas en la percepción de la calidad y la satisfacción. Tuvimos la posibilidad de analizar dos eventos de considerable repercusión en un espacio de tiempo muy corto por lo que la comparación de los resultados resultaba ser atractiva.

Destacamos de nuestra investigación tal y como se puede observar en la valoración general, que los deportistas del evento de mayor envergadura (el mundial de atletismo) perciben una mejor calidad del servicio ofrecido y se sienten más satisfechos con el evento, que

los deportistas del Campeonato de España. Posiblemente podemos deducir de estos resultados habiendo formado parte de la organización de ambos eventos, que el Campeonato de España fue un evento que sirvió de prueba antes del Mundial de atletismo, por lo que en ocasiones aspectos que tienen una relación directa con el deportista, como es el material para las pruebas, la zona de calentamiento, los accesos a la instalación o acreditaciones entre otros, no estuvieron al nivel de la competición posterior.

La instalación, el personal, los servicios en general, entre otros, estuvieron en fase de prueba durante el Cpto. de España, y fueron los atletas nacionales los que sufrieron algunas de las carencias organizativas tanto a nivel humano como de material durante esta competición. Por esta razón pensamos, que las valoraciones en relación a la calidad percibida, a las dimensiones que se desprenden de la escala y la satisfacción general de los deportistas son inferiores durante esta competición que durante el Mundial de atletismo.

No obstante y al igual que ocurría con los espectadores, los deportistas de ambas competiciones expresan su intención de volver como turistas y de ser buenos embajadores de la ciudad recomendándola a sus conocidos y amigos. Estos resultados coinciden con los obtenidos por Mundina et al. (2005).

Las variables sociodemográficas utilizadas para llevar a cabo la investigación se pueden observar en detalle en el capítulo de metodología, pero cabe recordar que fueron la edad, el sexo, la internacionalidad sólo en el caso del Cpto. de España y el momento de la participación sólo en el Mundial de atletismo.

En relación a la edad, parece ser que los deportistas del Cpto. del Mundo de entre 22 a 25 años tuvieron una mejor percepción de la calidad, se sintieron más satisfechos y valoraron mejor su participación en la competición que los deportistas mayores de 26 años.

Estos resultados posiblemente se deban al singular acaecimiento provocado por la inexperiencia del deportista más joven, para él virtualmente sea la primera vez que es seleccionado por su país para participar en un Mundial de atletismo indoor y sea una novedad asistir a una competición de tal envergadura. Al igual que la calidad de servicio, la satisfacción y el valor, las dimensiones de calidad que también resultaron ser significativas en relación a este grupo de edad frente a los deportistas mayores de 26 años, fueron la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la seguridad. En el estudio llevado a cabo por Mundina et al. (2005) en un mega evento de carácter multideportivo, en contraposición a nuestros resultados no encontraron diferencias estadísticamente significativas en función de la edad de los deportistas.

Así como con la edad encontrábamos diferencias estadísticamente significativas en la percepción de la calidad, en relación al sexo no fue así. Las mujeres deportistas del Cpto. de España puntuaron mejor la escala de calidad y todas y cada una de las dimensiones que se desprendieron de ella, pero los resultados no fueron estadísticamente significativos.

No obstante y a diferencia de la competición anterior, nos resultó muy curioso encontrar tras el análisis estadístico, que en el Cpto. del Mundo de atletismo ocurriera todo lo contrario en la valoración

de la calidad en relación al sexo. Los hombres deportistas fueron los que experimentaron un mejor servicio y se sintieron más satisfechos, en cambio, las mujeres resultaron ser mucho más críticas con el servicio y valoraron peor todas y cada una de las dimensiones de calidad. En el trabajo que tenemos como referencia de Mundina et al. (2005) encontraron que las mujeres deportistas valoraron mejor que los hombres todas las áreas excepto la fiabilidad y la capacidad de respuesta. Únicamente, hallaron resultados estadísticamente significativos en la dimensión de seguridad.

A pesar de estos resultados, se observa de un modo significativo que las mujeres deportistas de ambas competiciones tienen mayores intenciones que los hombres de volver a la ciudad de Valencia como turistas, y de recomendar esta ciudad a sus conocidos y amigos.

Para poder determinar si la edad y el sexo son variables que influyen sobre la percepción de la calidad de los deportistas de eventos deportivos, se debería seguir estudiando sobre el tema, pues a día de hoy, la preocupación únicamente gira entorno a los espectadores que han pagado por una entrada para presenciar un espectáculo deportivo. Como gestores deportivos no deberíamos olvidar que el verdadero protagonista del evento es el deportista, sin él no se puede llevar a cabo el evento y de él va a depender en gran medida el resultado de la competición.

Las otras dos variables que analizamos fueron, por un lado, la internacionalidad de los deportistas durante el Cpto. de España que parece que no ser un elemento a tener en cuenta en la

percepción de la calidad. Y por otro lado, el momento de participación de los deportistas durante el Mundial de atletismo. Encontramos resultados muy interesantes entre los deportistas que habían finalizado su participación y aquellos que en el momento de rellenar el cuestionario, todavía no habían finalizado su participación en la competición.

Los deportistas que cuando fueron encuestados no habían finalizado la competición tuvieron una mejor percepción de la calidad que los deportistas que en el momento de rellenar el cuestionario ya habían finalizado su participación en el Mundial. Tanto la calidad percibida como las dimensiones que se desprenden de dicha escala, tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, fueron significativamente mejor valoradas por los deportistas que no habían concluido su participación en la competición.

Estos resultados, tal vez puedan deberse a que las percepciones de calidad de los deportistas estén mediatizadas por su satisfacción con los resultados deportivos que hayan obtenido durante el evento. En este sentido, Van Leewen et al. (2002) proponen que el resultado de la competición (ganar o perder) influye de manera significativa en la percepción de la calidad del espectador, con más motivo, desde nuestro punto de vista, creemos que el resultado obtenido por el deportista en la competición puede influir de forma clara en su evaluación global del evento.

6.3.3- La influencia de la calidad percibida y el valor en la satisfacción y las intenciones futuras de los deportistas.

Tal y como comentábamos anteriormente y proponen diferentes autores (Brady y Cronin, 2001; Cronin et al., 2000; Zeithaml et al., 1996), la satisfacción tiene una relación directa con la calidad del servicio y por lo tanto con las dimensiones que se desprendan de ésta. A su vez, el trabajo pretende conocer que influencia tiene el valor percibido sobre la satisfacción y ambas junto a la calidad, sobre las intenciones futuras de los deportistas.

El valor del servicio es la importancia o los beneficios que se le otorgan al servicio recibido. En el caso de los deportistas se ha obviado el valor monetario, es decir, lo que han recibido en función del dinero que han pagado, pues sus gastos corren por cuenta de los respectivos países a los que representan.

Encontramos resultados diferentes en relación a los deportistas según las distintas competiciones analizadas. En el Cpto. de España las dimensiones de capacidad de respuesta y empatía son predictoras de la satisfacción con un coeficiente $\beta = .386$, ($p < .01$) y $\beta = .283$, ($p < .05$), respectivamente. En cambio las dimensiones de calidad en el Mundial de atletismo no predicen la satisfacción del deportista. Estos resultados tal vez se deban a las diferencias culturales existentes entre el deportista español que valoró el Campeonato de España y la gran mayoría de deportistas extranjeros que valoraron el Cpto. del Mundo.

No obstante, el valor del servicio es la única variable que en ambas competiciones tiene mayor influencia sobre la satisfacción de los deportistas de atletismo ($\beta = .787$; $p < .001$).

Resultados de nuevo contradictorios y curiosos volvemos a encontrar cuando conocemos qué influencia pueden llegar a tener tanto las dimensiones de calidad, junto con el valor y la satisfacción sobre las intenciones futuras de los deportistas. Comprobamos que durante la competición de menor envergadura (Cpto. de España) ninguno de éstos elementos predice las intenciones futuras de los deportistas.

Por el contrario en el Cpto. del Mundo de atletismo, las dimensiones de tangibles y seguridad junto con la satisfacción y el valor influyen de modo estadísticamente significativo sobre las intenciones futuras de los deportistas.

La dimensión de los tangibles es la variable que mayor influencia tiene sobre las intenciones futuras de los deportistas. Estos resultados posiblemente se deban a que la instalación reunía unas condiciones perfectas para la práctica del atletismo indoor. El pabellón fue remodelado y acondicionado con los últimos avances al servicio de la práctica del atletismo. No obstante, el valor del servicio que es una variable de naturaleza más intangible también mostró una fuerte influencia en las intenciones futuras.

Por tanto en futuras investigaciones deberían de incluirse los aspectos tangibles, así como los intangibles (valor y satisfacción) para intentar predecir las intenciones futuras de los deportistas.

CAPITULO VII
CONCLUSIONES.

7.- CONCLUSIONES.

Por último, expresamos en este apartado las principales conclusiones obtenidas en esta investigación.

Al igual que en apartados anteriores, en primer lugar nos referimos a las conclusiones obtenidas respecto a los espectadores del 44º Cpto. de España de atletismo y del 12º Cpto. del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia. En el siguiente apartado expresamos las conclusiones extraídas para los deportistas de ambas competiciones.

7.1.- Conclusiones de los espectadores.

1. La escala tridimensional propuesta por Brady y Cronin (2001), posee unos valores de fiabilidad aceptables para el presente estudio.
2. La escala de calidad percibida para los espectadores de eventos deportivos muestra buenos índices de fiabilidad y validez, con lo que con adaptaciones menores, se podría aplicar a distintos tipos de eventos deportivos.
3. La calidad percibida por los espectadores del 44º Cpto. de España de Atletismo y del 12º Campeonato del Mundo IAAF de Atletismo en pista cubierta de Valencia es elevada.

Conclusiones

4. En general, tanto los espectadores del Cpto. de España, como del Campeonato del Mundo de atletismo se muestran satisfechos.
5. La calidad del servicio global del Cpto. de España de atletismo obtuvo la puntuación más baja de todas las áreas.
6. Las intenciones futuras de los espectadores del Cpto. de España y del Cpto. del Mundo respecto a los eventos deportivos son muy positivas, con lo que se les puede considerar potenciales asistentes a nuevos eventos deportivos.
7. Las dimensiones de calidad que definen los eventos estudiados según los espectadores son: a) Calidad de la Interacción (Personal) b) Calidad del Entorno (Tangibles) c) Calidad del Entorno (Ambiente) y d) Calidad del Resultado.
8. La calidad del entorno (ambiente) y la calidad del resultado son las dimensiones de calidad mejor valoradas por los espectadores.
9. La calidad de la interacción (personal) es la dimensión peor valorada por los espectadores del 44º Cpto. de España de atletismo aunque obtiene una puntuación elevada.
10. La calidad del entorno (tangibles) es la dimensión peor valorada por los espectadores del 12º Cpto. del Mundo de Atletismo.

11. El perfil del espectador del 44º Cpto. de España de atletismo en pista cubierta de Valencia, es hombre mayor de 35 años, con estudios universitarios, que practica deporte de forma habitual y que ha asistido a todo tipo de eventos deportivos con anterioridad.
12. El perfil del espectador del 12º Cpto. del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia, es hombre de entre 24 y 35 años, con estudios universitarios, que practica deporte de forma habitual y que ha asistido a todo tipo de eventos deportivos con anterioridad.
13. Las mujeres espectadoras del campeonato de España valoran más positivamente que los hombres los elementos de la competición, las intenciones futuras y la calidad del entorno (ambiente).
14. Las mujeres del campeonato del mundo percibe mayor calidad de servicio global que los hombres.
15. La percepción de la calidad y la satisfacción de los espectadores del campeonato de España depende de la edad.
16. Los espectadores del campeonato del mundo muestran una satisfacción general distinta según la edad.
17. El grado de asistencia de los espectadores a los eventos deportivos puede tener alguna influencia en la valoración de los mismos, pues los espectadores del Cpto. de España con experiencia previa valoran mejor la calidad del entorno (tangibles), que aquellos que asisten por primera vez.

18. En general, los espectadores del 12º Cpto. del Mundo que practican deporte habitualmente, se sienten más satisfechos que los que no lo hacen.
19. La formación académica y la práctica deportiva de los espectadores del campeonato de España, y la formación académica y la asistencia a eventos deportivos de los espectadores del Mundial de atletismo, parecen no ser determinantes en la valoración de la calidad de los eventos, pues no se hallaron diferencias estadísticamente significativas.

7.2.- Conclusiones de los deportistas.

1. La escala SERVQUAL propuesta por Parasuraman et al. (1988), muestra unos índices de fiabilidad buenos en el presente estudio.
2. La calidad percibida por los deportistas del 44º Cpto. de España de atletismo en pista cubierta de Valencia es buena.
3. La calidad percibida por los deportistas del 12º Campeonato del Mundo IAAF de atletismo de Valencia es elevada.
4. Los deportistas del 44º Cpto. de España de atletismo y del 12º Campeonato del Mundo IAAF de atletismo en pista cubierta de Valencia se muestran muy satisfechos.
5. La calidad percibida (Servqual) del 44º Cpto. de España de atletismo obtuvo la puntuación más baja de todas las áreas.

6. Las intenciones futuras de los deportistas del 44º Cpto. de España y del 12º Mundial de atletismo respecto a la ciudad de Valencia son muy positivas, por lo que se les puede considerar futuros turistas de la ciudad de Valencia.
7. Las dimensiones de calidad que definen los eventos estudiados según los deportistas son: a) Tangibilidad, b) Fiabilidad, c) Capacidad de Respuesta, d) Seguridad y e) Empatía.
8. La capacidad de respuesta es la dimensión mejor valorada por los deportistas del 44º Cpto. de España de atletismo.
9. La tangibilidad es la dimensión mejor valorada por los deportistas del 12º Cpto. del Mundo de atletismo.
10. La dimensión peor valorada por los deportistas de los eventos estudiados es la empatía.
11. La percepción de la calidad, la satisfacción y el valor de los deportistas del campeonato del Mundo depende de la edad.
12. Las mujeres deportistas de los eventos estudiados valoran más positivamente que los hombres las intenciones futuras, y los tangibles en el Cpto. de España de atletismo.
13. El momento de participación en la competición del deportista puede tener alguna influencia en la valoración de la calidad, pues los deportistas del Mundial de atletismo que no han finalizado su participación en la competición perciben mayor calidad que aquellos que han finalizado su participación en la competición.

Conclusiones

14. La edad y la internacionalidad de los deportistas del Cpto. de España de atletismo parecen no ser determinantes en la valoración de la calidad pues no se hallaron diferencias estadísticamente significativas.

CAPITULO VIII
REFERENCIAS.

8.- REFERENCIAS

- Absher, J., Howat, G., Crilley, G. & Milne, I. (1996). Toward Quality Customer Service: Market Segment Differences for Sports and Leisure Centres. *Australian Leisure*, 7(1), 25-28.
- Afthinos, Y., Theodorakis, N. D., & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in greek fitness centers. gender, age, type of sport center, and motivation differences. *Managing Service Quality*, 15(3), 245-258.
- Agudo, A. & Toyos, F. (2003). *Marketing del fútbol*. Madrid: Pirámide.
- Año, V. (2000). *La Organización de grandes eventos deportivos*. Arbor CLXV, 650 (Febrero 2000), 265-287.
- Año, V. (2003). *La Organización y Gestión de Actividades Deportivas*. Los Grandes Eventos. Barcelona: Inde.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C. & Grouios, G. (2004). An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European sport management quarterly*, 4, 36-52.
- Asubonteng, P., Mc Cleary, K. J. & Swan, J.F. (1996). SERVQUAL revisited: A critical review of service quality. *The Journal of Services Marketing*, 10, 62-81.
- Ayora, D. & García E. (2004). *Organización de Eventos Deportivos*. Barcelona: Inde.
- Bailey, D. (1991). Inside Quality Service. *Managing Service Quality*. Julio, 253-257.
- Bebetsos, E., & Theodorakis, N. (2003). Athletes' satisfaction among team handball players in greece. *Perceptual & Motor Skills*, 97(3), 1203-1208.
- Berlinches, C. A. (1998). *Calidad*. España: Thomson-Paraninfo.

Bibliografía

- Bitner, M. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54, 69-82.
- Bitner, M. J. & Hubbert, A. R. (1994). Encounter Satisfaction Versus Overall Satisfaction Versus Quality, en Rust, R. & Oliver, R. (eds) *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*.
- Bitner, M. J., Roundtree, R., Meuter, M. L., & Ostrom, A. L. (2003). The influence of technology anxiety on consumer use and experiences with self-service technologies. *Journal of Business Research*, 56(11), 899-906.
- Bodet, G. (2006). Investigating customer satisfaction in a health club context by an application of the tetraclasse model. *European Sport Management Quarterly*, 6(2), 149-165.
- Brady, K.M. & Cronin, J.J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65 (July), 17-31.
- Brown, T., Churchill, G. & Peter, J. (1993). Improving the Measurement of Service Quality. *Journal of Retailing*, 66 (1), 127-139.
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: Review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8-32.
- Calabuig, F. (2005). *La calidad percibida en los servicios náuticos de la Generalitat Valenciana*. Tesis doctoral (Dirs. Quintanilla, I. y Mundina, J.) Universitat de València.
- Calabuig, F. & Crespo, J. (2009). Uso del método Delphi para la elaboración de una medida de la calidad percibida de los espectadores de eventos deportivos. *Retos: Nuevas*

Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación, 15, 21-25.

- Calabuig, F., Quintanilla, I. & Mundina, J. (2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos, 10(4)25-43. [Disponible en: <http://www.cafyd.com/REVISTA/01003.pdf>].
- Calabuig, F. & Mundina, J. (1998). Gestión de la calidad en los servicios públicos deportivos. En *Deporte e humanismo en clave de futuro. Libro de resúmenes del VII Congreso Galego de Educación Física* (p.294). A Coruña: INEF Galicia.
- Calabuig, F., Mundina, J. & Crespo, J. (2008). Effect of service quality and perceived value on satisfaction: An exploratory study of basketball spectators. In H. Preuss & K. Gemeinder (Eds.), 16th EASM Conference, Management at the Heart of Sports – Book of Abstracts (pp. 243-245), Heidelberg: GSM mbH.
- Calabuig, F., Pérez, C. & Crespo, J. (2009). Perceived quality as predictor of satisfaction and future intentions of sporting event spectators. In H. Preuss & K. Gemeinder (Eds.), 17th EASM Conference, Management at the Heart of Sports – Book of Abstracts. (pp.), Heidelberg: GSM mbH.
- Calabuig, F. y Saura, D. (1999). La Satisfacción con las instalaciones como herramienta para la gestión deportiva. En *libro de Actas del I Congreso sobre la Actividad Física y el Deporte en la Universidad. Valencia: FCAFE*. (Universitat de València).
- Calabuig, F., Turco, D., Gómez, A. & Crespo, J. (2009). A closer look at perceived service quality of basketball spectators: differences among groups of spectators and prediction of overall service quality. *International Journal of Sports Law & Management*. 8, 30-40.
- Calabuig, F., Urdangarin, M., Mundina, J., & Crespo, J. (2008). Effect of service quality and perceived value on satisfaction:

Bibliografía

- an exploratory study of basketball spectators. In H. Preuss & K. Gemeinder (Eds.), *16th EASM Conference: Management at the Heart of Sports* (pp. 243-245), Heidelberg: GSM mbH.
- Carman, J.M. (1990). Consumer Perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 66, 33-55.
- Casimiro, A.J., Añó, V., Águila, C., Artés, E.M., Hernández, A., Navarro, J.L., Rojas, A.J. y Sicilia, A. (2003). *Imagen social de los Juegos Mediterráneos y hábitos deportivos de la sociedad almeriense*. Almería: Universidad de Almería, servicio de publicaciones y COJMA 2005.
- Cerezuela, B. (2003). *La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos*. Barcelona. Centre d'Estudis Olímpics UAB.
- Chalip, L., Green, B. C., & Hill, B. (2003). Effects of sport event media on destination image and intention to visit. *Journal of Sport Management*, 17(3), 214–234.
- Correia, A. & Esteves, S. (2007) 'An exploratory study of spectators' motivation in football', *Int. J. Sport Management and Marketing*, Vol. 2, Nos. 5/6, pp.572–590.
- Costa, G., Tsitskari, E., Tzetzis, G. & Goudas, M. (2004). The factors for evaluating service quality in athletic camps: a case study. *European sport management quarterly*, 4, 22-35.
- Costa, G. & Glinia, E. (2004). Sport tourism in Greece. *Journal of Sport Tourism* 9(3), 283–286.
- Crespo, P., Pérez, C. & Calabuig, F. (2008). La calidad percibida de los espectadores de fútbol. Diferencias según variables sociodemográficas. VI Congreso Internacional de Educación Física: Córdoba
- Cristóbal, E. & Gómez, M.J. (1999). La gestión de la calidad en las entidades deportivas. En Actes del 4º Congrés de les Ciències de l'Esport, l'Educació Física i la Recreació. (Pp 295-307). Lleida: INEFC.

- Crompton, J. L. & 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.
- Crompton, J. L., Mackay, K. J. & Fesenmaier, D. R. (1991). Identifying dimensions of service quality in public recreation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 9 (3), 15-28.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
- Cronin, J. Jr. & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: A re-examination and extension. *Journal of marketing*, 56, 55-68.
- Churchill, G. (1979). A Paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of marketing research*, 16, 64-73.
- Dale, B., van Iwaarden, J., van der Wiele, T. & Williams, R. (2005). Service improvement in a sports environment: a study of spectator attendance. *Managing Service Quality*, 15 (5), 470-484.
- Desbordes, M. y Folgoux, J. (2006). *Gestión y Organización de un Evento Deportivo*. Barcelona: Inde.
- Diem, C. (1966). *Historia de los deportes*. Barcelona: Carralt.
- Dorado, A. (2007). Análisis de la satisfacción de los usuarios del servicio deportivo municipal. *Revista de Educación Física INDE* ref. [Disponible en: <http://www.inderef.com/content/view/35/113>]
- Dorado, A. & Gallardo, L. (2004). La Satisfacción del Consumidor Deportivo en los Servicios Públicos. *Investigación y Marketing*, 83.
- Dorado, A. & Gallardo, L. (2005). *La gestión del deporte a través de la calidad*. Barcelona: Inde.

Bibliografía

- Durantez, C. (1965). Los Juegos Olímpicos Antiguos. Madrid: COE.
- Eiglier, P. y Langeard, E. (1989). *Servucción. El Marketing de Servicios*. Madrid. Mc Graw-Hill.
- Eugenio-Martin, J. 2003. Modeling determinanats of tourism demand as a five-stage process: a discrete choice methodological approach. *Tourism and Hospitality Research*, 4(A), 341-354.
- Gallardo, L. García-Tascón, M. & Burillo, P. (2008). New Sports Management software: a needs analysis by a panel of Spanish Experts. *International Journal of Information Management (UK)*, 4 (28), 235-246.
- Gibson, H.J. (1998) 'Sport Tourism: A Critical of Research'. *Sport Managament Reiew*. 1(1):45-76.
- Gil, I. & Molla, A. (1994). La Evaluación de la Calidad de Servicio en Distribución Comercial Minorista. *Investigación y Marketing*, 46. 60-71.
- Gouguet, J.J. (2001). La incidencia económica del espectáculo deportivo. Definición y medida. Terceras Jornadas sobre Economía y Deporte. Málaga.
- Graham, S. (2001). *The Ultimate guide to sports marketing*. New York. McGraw Hill.
- Gratton. C., Dobson, N. & Shilbli, S. (2000). The economic importante of major sports events: A case-study of six events. *Managing Leisure* 5, 17-28.
- Greenwell, T. C., Fink, J. S., & Pastore, D. L. (2002). Assessing the influence of the physical sports facility on customer satisfaction within the context of the service experience. *Sport Management Review*, 5(2), 129-148.
- Gremler, D. D. & Gwinner, K. P. (2000). Customer–Employee Rapport in Service Relationships. *Journal of Service Research*, 3, 82-104.

- Gresser B. & Bessy, O. (1999). Le management d'un événement sportif. Paris. Editions d'Organisation.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4)
- Gursoy, D. & Kendall, K.W. (2006). Hosting mega events: Modeling Locals' Support. Washington State University, USA.
- Heineman, K. (1985). Unemployment, personality and involvement in sport. *Sociology of Sport Journal* 2. 1. (157-163).
- Heineman, K. (1994). Educación Física y Deportes. Apuntes ponencia presentada en el Congreso Mundial del Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Granada, noviembre 1993.
- Hightower, R., Brady, M.K. & 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. pp. 697-707.
- Howat, G., Crilley, G., Milne, I. & Absher, J. (1993). The basis for measuring quality customer service in sports and leisure centres. *Leisure Options*, 3(3), 5-13.
- Hudson, S. & Shephard, G.W., (1998). Measuring service quality at tourist destinations: An application of importance-performance analysis to an Alpine ski resort. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 7 (3), 61-77.
- Jones, C. (2001). Mega-events and host region impacts: determining the true worth of the 1999 RugbyWorld Cup. *International Journal of Tourism Research*, 3(3), 241-251.
- Kao, Y. F., Huang, L. S., & Yang, M. H. (2007). Effects of experiential elements on experiential satisfaction and loyalty intentions: A case study of the super basketball league in taiwan. *International Journal of Revenue Management*, 1(1), 79-96.

Bibliografía

- Kelley, S. W. & Turley L. W. (2001). Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events. *Journal of Business Research*, 54, 161-166.
- Kim, D. & Kim, S. (1995). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centres in Korea. *Journal of Sport Management*, 9, 208-220.
- Koelemeijer, K., Roest, H. & Verhallen, T. (1993). An integrative framework of perceived service quality and its relations to satisfaction/insatisfaction, attitude and repurchase intention. A multilevel approach. European Marketing Academy (EMAC). Proceedings. Barcelona ESADE 25-28.
- Ko, J. Y. & Pastore, D. L. (2005). A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 84-97.
- Kouthouris, C & Alexandris, K. (2005). Can Service Quality Predict Customer Satisfaction and Behavioral Intentions in the Sport Tourism Industry? An Application of the SERVQUAL Model in an Outdoors Setting. *Journal of Sport Tourism*, 10, 101-111.
- Lee, S. (2001). A review of economic impact study on sport events. *The Sport Journal*, Vol. 4 (2). Spring.
- Luna-Arocas, R. & Mundina, J. (1998a). La Satisfacción del Consumidor en el Marketing del Deporte. *Revista de Psicología del Deporte*, 13, 147-155.
- Luna-Arocas, R. & Mundina, J. (1998b). El Marketing Estratégico del Deporte: Satisfacción, Motivación y Expectativas. *Revista de Psicología del Deporte*, 13, 169-174.
- Luna-Arocas, R., Mundina, J. & Carrión, C. (1998). La satisfacción del consumidor en un centro deportivo. En Martínez del Castillo, J. (comp.) *Deporte y Calidad de Vida*. (Pp. 299-305). Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz.

- Llosa, S., Chandon, J. L., & Orsingher, C. (1998). An Empirical Study of SERVQUAL'S Dimensionality“, *The Services Industries Journal*, 18(2), 16-44.
- Mackay, K. J. & Crompton, J. L. (1988). A conceptual model of consumer evaluation of recreation service quality. *Leisure-Studies*, 7(1), 41-49.
- Mandell, R. (1986). *Historia Cultural del Deporte*. Barcelona: Bellaterra.
- Mañas, M.A., Giménez, G., Muyor, J.M., Martínez-Tur, V., & Moliner, C. P. (2008). Los tangibles como predictores de la satisfacción del usuario en servicios deportivos. *Psicothema* 20(2), 243-248.
- Martínez, J.A. & Martínez, L. (2006). Medición de la calidad del servicio. Desarrollo de escalas frente a medidas de un solo ítem. Estudio comparativo. XX Congreso Nacional y XVI Congreso Hispano Francés de AEDEM. Mallorca.
- Martínez, J.A. & Martínez, L. (2009). La calidad percibida en servicios deportivos; mapas conceptuales de marca. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte* 9(35) 232-253 [Disponible en: [Http://cdeporte.rediris.es/revista/revista35/artcalidad120.htm](http://cdeporte.rediris.es/revista/revista35/artcalidad120.htm)].
- Martínez, L. & Martínez, J.A. (2007). Cognitive–affective model of consumer satisfaction. An exploratory study within the framework of a sporting event. *Journal of Business Research*, 60, 108-114.
- McDonald, M. A., Sutton, W. A. & Milne, G. R. (1995). TEAMQUAL™: Measuring service quality in professional team sports. *Sport Marketing Quarterly*, 4(2), 9-15.
- Miquel, S., Bigné, E., Lévy, J.P., Cuenca, A.C. & Miquel, M.J. (2000). *Investigación de mercados*. Madrid: McGraw-Hill.
- Morales, V. (2003). *Evaluación Psicosocial de la calidad en los servicios municipales deportivos: aportaciones desde el*

Bibliografía

- análisis de variabilidad*. Universidad de Málaga: Tesis doctoral.
- Morales, V., Hernández-Mendo, A., & Blanco, A. (2005). Evaluación de la calidad en los programas de actividad física. *Psicothema*, 17(2), 311-317.
- Mundina, J. & Calabuig, F. (1999). El marketing social al servicio de la gestión de calidad: El caso de los servicios públicos náuticos de la Generalitat Valenciana. *Apunts: Educación Física y Deportes*, (57), 77-83.
- Mundina, J., Quintanilla, I., Sampedro, J., Calabuig, F. & Crespo, J. (2005). Estudio de la Calidad Percibida y la Satisfacción de los Espectadores y los Deportistas de los Juegos Mediterráneos Almería 2005. Valencia.
- Mundina, J.; Gallach, J.E.; Tortosa, J.; Martínez, J.; Tatay, C. & Heredia, B. (1999). Evaluación Teórica de los Momentos de la Verdad en el Servicio de Deportes de la Universidad de Valencia. *En libro de Actas del I Congreso sobre la Actividad Física y el Deporte en la Universidad*. Valencia: FCAFE. (Universitat de València).
- Murphy, P.E. (1997). *Quality Managment in urban tourism*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Nunnally, J.C. (1987). *Teoría Psicométrica*. Méjico: Trillas.
- Núñez, J.M. (2005). *La implantación de un sistema de gestión de calidad total en un servicio deportivo: el caso del Ayuntamiento de Paterna*. Tesis doctoral, Universitat de València. Sin publicar.
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.
- O'Neill, M., Getz, J. & Carlsen, D. (1999). Evaluation of service quality at events: the 1998 Coca-Cola Masters Surfing event at Margaret River, Western Australia. *Managing Service Quality*, 3 (9), 158-166.

- Papanikos, G. (2000). Tourism impact of the 2004 Olympic Games. Athens Institute for Education and Reserach. Athens.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*. 64, 12-40.
- Pavie-Latour, B. (1985). La compétitivité par la qualité. *Revue Française de gestion*. 52, julio-agosto, pp. 84-92.
- Pedrosa, R. & Salvador, J.A. (2003). El impacto del deporte en la economía: problemas en su medición. *Revista Asturiana de Economía*, 26. Universidad de Valladolid.
- Pigeassou, C., Bui-Xuan, G. & Gleyse, J. (2003). Epistemological Issues on Sport Tourism: Challenge for a New Scientific Field. *Journal of Sport Tourism*. 8(1), 27-34.
- Pérez, C., Crespo, P. & Calabuig, F. (2008a). La calidad percibida de los espectadores de eventos deportivos, el caso de una reunión internacional de atletismo. V Congreso de la Asociación Española de Ciencias del Deporte: León.
- Pérez, C., Crespo, P. & Calabuig, F. (2008b). ¿Influye el tipo de instalación en la percepción de la calidad de los espectadores de eventos deportivos?. VI Congreso Internacional de Educación Física: Córdoba.
- Pérez, C., Crespo, P., Calabuig, F., & Gómez, A. (2009). La importancia de la Calidad Percibida y la Satisfacción sobre las Intenciones Futuras de los espectadores del campeonato de España en pista cubierta, Valencia 2008. II Congreso Internacional de Ciencias del Deporte: Murcia UCAM.
- Peterson, R.A. (1994). A meta-analysis of Cronbach's coefficient Alpha. *Journal of Consumer Research*, 21(2), 181-191.

Bibliografía

- Piernavieja, M. (1967). Depuerto, Deporte. Protohistoria de una palabra. *Citius, Altius, Fortius*. Madrid: INEF.
- Ritchie, B.W. & Adair, D. (2004). Interrelationships, Impacts and Issues.
- Rial, J., Varela, J., Rial, A. & Real, E. (2010). Modelización y medida de la Calidad Percibida en centros deportivos: la escala QSport-10. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 18(6), 57-73.
<http://www.cafyd.com/REVISTA/01805.pdf>
- Roche, M. (2000). *Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. London.
- Rodríguez López, J. (2003). *Historia del Deporte*. Barcelona: Inde.
- Rodríguez, I., Agudo, A., García, M.M. & 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*.
- Scanlan, T. K., Simons, J. P., Carpenter, P. J., Schmidt, G. W., & Keeler, B. (1993). The Sport Commitment Model: measurement development for the Youth-sport domain. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 15(1), 16-38.
- Shone, A. & Bryan, P. (2001). *Successful event management: a practical handbook*. London.
- Spencer, B. & Crosby, L. (1997). Linking quality attributes with customer purchasing decisions: a comparison of two methods. *Quality Management Journal*, 5, 35-45.
- Steenkamp, J. (1990). Conceptual Model of the Quality Perception Process. *Journal of Business Research*. Vol.21.
- Theodorakis, N.D., & Alexandris, K. (2008). Can service quality predict spectators' behavioral intentions in professional soccer? *Managing Leisure*, 13(3), 162-178.

- Theodorakis, N., Kambitsis, C, Laios, A. & Koutelios, A. (2001). Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports. *Managing Service Quality*, 11(6), 413-438.
- Thwaites, D. (1999). Closing the Gaps: Service Quality in Sport. Tourism. *Journal of Services Marketing*, 13(6), 500-516.
- Triadó, X., Aparicio, P. & Rimbau, E. (1999). Identification of factors of customer satisfaction in municipal sport centres in Barcelona. Some suggestions for satisfaction improvement. *The Cyber-Journal of Sport Marketing*, 3(4). <http://www.ausport.gov.au/fulltext/1999/cjasm/v3n4/triado34.htm>.
- Tsuji, Y., Bennett, G., & Zhang, J. (2007). Consumer satisfaction with an action sports event. *Sport Marketing Quarterly*, 16(4), 199-208.
- Turner, R. S. & Rosentraub, M. S. (2002). Tourism, sports and the centrality of cities. *Journal of Urban Affairs*, 24(5), 487-492.
- Van Dyke, T. P., Kappelman, L. A., & Prybutok, V. R. (1997). Measuring information systems service quality: Concerns on the use of the SERVQUAL questionnaire. *MIS Quarterly*, 21(2), 195-208.
- Van Leewen, L., Quick, S. & Daniel, K. (2002). The Sport Spectator Satisfaction Model: A Conceptual Framework for Understanding the Satisfaction of Spectators. *Sport Management Review*, 5,99-128.
- Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1994). The importance of servicescapes in leisure service settings. *Journal of Services Marketing*, 8(3), 66-76.

Bibliografía

- Wakefield, K. L., Blodgett, J. G., & Sloan, H. J. (1996). Measurement and management of the sportscape. *Journal of Sport Management*, 10(1), 15-31.
- Weed, M. & Bull, C. (2004). *Sports Tourism. Participants, policy and providers*.
- Williams, C. (1998). Is the SERVQUAL model an appropriate management tool for measuring service delivery quality in the UK leisure industry?. *Managing Leisure*, 3, 98-110.
- Wright, B. Z, Duray, N. & Goodale, T. L. (1992). Assessing perceptions of recreation centre service quality: an application of recent advancements in service quality research. *Journal-of-park-and-recreation-administration*, 10 (3), 33-47.
- Yusof, A., & See, L. H. (2008). Spectator perceptions of physical facility and team quality: A study of a malaysian super league soccer match. *Research Journal of International Studies*, 8(2), 132-140.
- Zeithaml, V. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.
- Zeithaml, V. & Bitner, M.J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. 3rd. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios. Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid: Diaz de Santos.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.
- Zhang, J.J., Lam, E.T.C., Connaughton, D. P., Bennett, G., & Smith, D. W. (2005). Development of a scale to measure spectator satisfaction toward support programs of minor league

hockey games. *International Journal of Sport Management*, 6(1), 47.

Zieschang, D & Bezold, T. (1996). On the importance and analysis of service quality in sport management. En Pigeassou, C y Ferguson, R (Eds.). *Fourth European congress on sport management*, (pp. 426-434). Montpellier: EASM.

RFEA. “El mundial de Valencia pulveriza el récord de países participantes con 159”. (2008, 1 de Marzo) Madrid. [Disponible en: http://www.rfea.es/competi/2008valencia/noticias/noticia_desarrollo.asp?n=129&i=E].

CAPITULO IX
ANEXO.

9.- ANEXOS

Adjuntamos los cuestionarios en castellano de los espectadores y de los deportistas del 44º Campeonato de España de Atletismo en pista cubierta Valencia 2008 y del 12º Mundial de Atletismo IAAF en pista cubierta Valencia 2008 celebrados en el Velódromo Luís Puig de Paterna (Valencia). Adjuntamos además, los cuestionarios traducidos al inglés, ruso y francés de los deportistas del 12º Mundial de Atletismo IAAF en pista cubierta Valencia 2008.

Anexo 1.-Cuestionario espectadores.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

Espectador 44º Cpto. España de Atletismo Valencia 2008

Estamos realizando un estudio desde la Universitat de València sobre la satisfacción de los espectadores de eventos deportivos. Contesta teniendo en cuenta tu percepción respecto al uso que has hecho de los servicios del Campeonato de España en pista cubierta Valencia 2008. El cuestionario es anónimo y tus respuestas serán usadas globalmente con las de otros espectadores con fines científicos.

Tu ayuda nos será muy útil para conocer la organización de eventos deportivos y poder mejorarlos en un futuro. No hay respuestas correctas o incorrectas; sólo nos interesa que indiques un número que refleje con precisión la percepción que tienes de este evento.

Marcar 1 significa que estás totalmente en desacuerdo con esa característica y 7 totalmente de acuerdo con la afirmación. Puedes marcar con una X en cualquiera de los números intermedios que mejor represente tu opinión al respecto.

Anexo

1	En general, diría que mi relación con los empleados del evento ha sido excelente	1	2	3	4	5	6	7
2	Los empleados muestran disposición a ayudar a los espectadores	1	2	3	4	5	6	7
3	Los empleados se preocupan por el buen desarrollo del evento	1	2	3	4	5	6	7
4	Los empleados son agradables	1	2	3	4	5	6	7
5	Creo que los empleados están bien formados en su trabajo	1	2	3	4	5	6	7
6	Los empleados del evento realizan bien su trabajo	1	2	3	4	5	6	7
7	En general, la instalación y el ambiente del evento son excelentes	1	2	3	4	5	6	7
8	La instalación reúne las condiciones para un buen desarrollo de la competición	1	2	3	4	5	6	7
9	La instalación me ha impresionado	1	2	3	4	5	6	7
10	El diseño de la instalación permite seguir el desarrollo del evento	1	2	3	4	5	6	7
11	En general, los servicios complementarios (aseos, cafeterías) son de calidad	1	2	3	4	5	6	7
12	Las condiciones ambientales son agradables (temperatura, luz, audición,..)	1	2	3	4	5	6	7
13	En este evento hay un ambiente agradable	1	2	3	4	5	6	7
14	Los espectadores tienen un comportamiento correcto	1	2	3	4	5	6	7
15	He podido expresar mis emociones sin problemas	1	2	3	4	5	6	7
16	No he tenido ningún problema con el resto de espectadores	1	2	3	4	5	6	7

Asistir como espectador al Campeonato de España de Atletismo Valencia 2008 me ha ayudado a...

Marque con una X el número que mejor refleje su estado. Solo **uno** por fila. Por ejemplo: si marca 3 en la primera fila indicará que se ha sentido muy bien, o si marca (-3) significará que se ha sentido muy mal.

17	Sentirme mal	-3	-2	-1	1	2	3	Sentirme bien
18	Acumular tensión	-3	-2	-1	1	2	3	Descargar tensiones
19	No olvidar las preocupaciones diarias	-3	-2	-1	1	2	3	Olvidar mis preocupaciones diarias
20	Pasar un mal rato	-3	-2	-1	1	2	3	Pasar un buen rato
21	Ver un espectáculo malo (no récord,..)	-3	-2	-1	1	2	3	Ver un buen espectáculo (récord,..)
22	No disfrutar del atletismo	-3	-2	-1	1	2	3	Disfrutar del atletismo
23	Ver perder a mis atletas preferidos	-3	-2	-1	1	2	3	Ver ganar a mis atletas preferidos

24	Reprimir mis emociones	-3	-2	-1	1	2	3	Expresar mis emociones
----	------------------------	----	----	----	---	---	---	------------------------

Calidad de servicio global

25	En general, he recibido un servicio de alta calidad en el Campeonato de España V. 2008	1	2	3	4	5	6	7
26	Generalmente, el servicio ofrecido en el Campeonato de España V. 2008 es excelente	1	2	3	4	5	6	7
27	Hablando en general, el servicio ofrecido en el Cpto. de España V. 2008 es superior	1	2	3	4	5	6	7
28	En general, el servicio ofrecido en el Campeonato de España V. 2008 es sobresaliente	1	2	3	4	5	6	7
29	Creo que el trabajo realizado por los empleados del Campeonato de España es excelente	1	2	3	4	5	6	7

Satisfacción General

30	Estoy contento con las experiencias que he tenido en el Cpto. de España V. 2008	1	2	3	4	5	6	7
31	Estoy satisfecho con mis experiencias en el Campeonato de España V. 2008	1	2	3	4	5	6	7
32	Verdaderamente he disfrutado asistiendo al Campeonato de España V. 2008	1	2	3	4	5	6	7
33	Estoy emocionado con las experiencias que he tenido en el Campeonato de España	1	2	3	4	5	6	7
34	Asistir al Campeonato de España V. 2008 ha sido agradable.	1	2	3	4	5	6	7

Elementos de la competición

35	Estoy muy satisfecho con el nivel ofrecido por los deportistas.	1	2	3	4	5	6	7
36	Me siento satisfecho con el resultado de la competición.	1	2	3	4	5	6	7
37	El arbitraje de los jueces ha sido justo.	1	2	3	4	5	6	7

Intenciones futuras

38	Estoy dispuesto a continuar asistiendo a eventos deportivos.	1	2	3	4	5	6	7
39	Recomendaré la asistencia a eventos deportivos a otras personas.	1	2	3	4	5	6	7
40	En general, no esperaré ningún problema al asistir a un evento deportivo.	1	2	3	4	5	6	7
41	Si tengo la oportunidad de asistir a un evento deportivo repetiré la experiencia.	1	2	3	4	5	6	7

Anexo

42. Evalúa de 1 a 10 tu satisfacción general con el evento deportivo: _____

43.	Edad:	_____ años
-----	-------	------------

44.	Sexo:	Hombre	Mujer
-----	-------	--------	-------

45.	¿Cuántas veces practicas deporte a la semana?	No practico	1 vez	2 veces	3 veces	4 o + veces
-----	---	-------------	-------	---------	---------	-------------

46.	Estudios cursados:	Ninguno	Primarios (EGB, primaria)	Secundarios (BUP, COU, ESO, FP)	Universitarios
-----	--------------------	---------	---------------------------	---------------------------------	----------------

47. Respecto a tu asistencia a los eventos deportivos como espectador... (Marque UNA respuesta con una X)

Esta es la primera vez que asisto a un evento deportivo	1
He asistido SOLO a eventos de ATLETISMO con anterioridad	2
He asistido a otros eventos deportivos pero NO de ATLETISMO (fútbol, basket)	3
He asistido ANTES a OTROS eventos deportivos y TAMBIÉN de ATLETISMO	4

48. En general, su experiencia con el evento ha sido: (Valore su experiencia del 1 al 5)

Peor de lo que esperaba	1	2	3	4	5	Mejor de lo que esperaba
-------------------------	---	---	---	---	---	--------------------------

A continuación marque con una X el número que mejor refleje su estado de ánimo durante el evento deportivo.

Por ejemplo: si marca (-3) indicará que ha estado muy enfadado y, si marcara (3) significaría que ha estado muy contento. Rellene las **dos** columnas.

49. Durante el evento deportivo me he sentido: (Marque una X por fila)

Columna 1

Enfadado	-3	-2	-1	1	2	3	Contento
Infeliz	-3	-2	-1	1	2	3	Feliz
Descontento	-3	-2	-1	1	2	3	Encantado
Triste	-3	-2	-1	1	2	3	Alegre
Desilusionado	-3	-2	-1	1	2	3	Ilusionado
Aburrido	-3	-2	-1	1	2	3	Entretenido

Columna 2

Decaído	-3	-2	-1	1	2	3	Animado
Calmado	-3	-2	-1	1	2	3	Inquieto
Sereno	-3	-2	-1	1	2	3	Entusiasmado
Tranquilo	-3	-2	-1	1	2	3	Nervioso
Pasivo	-3	-2	-1	1	2	3	Activo
Indiferente	-3	-2	-1	1	2	3	Sorprendido

50. En general, lo que esperaba del Campeonato de España de Atletismo Valencia 2008 ha sido:

(Valore su experiencia del 1 al 5)

Peor de lo que imaginaba	1	2	3	4	5	Mejor de lo que imaginaba
---------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------------------------------

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Espectador Castellano 12º Cpto. del Mundo IAAF Valencia 2008

Estamos realizando un estudio desde la Universitat de València sobre la satisfacción de los espectadores de eventos deportivos. Contesta teniendo en cuenta tu percepción respecto al uso que has hecho de los servicios del Mundial de Atletismo en pista cubierta Valencia 2008. El cuestionario es anónimo y tus respuestas serán usadas globalmente con las de otros espectadores con fines científicos.

Tu ayuda nos será muy útil para conocer la organización de eventos deportivos y poder mejorarlos en un futuro. No hay respuestas correctas o incorrectas; sólo nos interesa que indiques un número que refleje con precisión la percepción que tienes de este evento.

Marcar 1 significa que estás totalmente en desacuerdo con esa característica y 7 totalmente de acuerdo con la afirmación. Puedes marcar con una X en cualquiera de los números intermedios que mejor represente tu opinión al respecto.

1	En general, diría que mi relación con los empleados del evento ha sido excelente	1	2	3	4	5	6	7
2	Los empleados muestran disposición a ayudar a los espectadores	1	2	3	4	5	6	7
3	Los empleados se preocupan por el buen desarrollo del evento	1	2	3	4	5	6	7
4	Los empleados son agradables	1	2	3	4	5	6	7
5	Creo que los empleados están bien formados en su trabajo	1	2	3	4	5	6	7
6	Los empleados del evento realizan bien su trabajo	1	2	3	4	5	6	7
7	En general, la instalación y el ambiente del evento son excelentes	1	2	3	4	5	6	7
8	La instalación reúne las condiciones para un buen desarrollo de la competición	1	2	3	4	5	6	7
9	La instalación me ha impresionado	1	2	3	4	5	6	7
10	El diseño de la instalación permite seguir el desarrollo del evento	1	2	3	4	5	6	7

11	En general, los servicios complementarios (aseos, cafeterías) son de calidad	1	2	3	4	5	6	7
12	Las condiciones ambientales son agradables (temperatura, luz, audición,...)	1	2	3	4	5	6	7
13	En este evento hay un ambiente agradable	1	2	3	4	5	6	7
14	Los espectadores tienen un comportamiento correcto	1	2	3	4	5	6	7
15	He podido expresar mis emociones sin problemas	1	2	3	4	5	6	7
16	No he tenido ningún problema con el resto de espectadores	1	2	3	4	5	6	7

Asistir como espectador al Mundial de Atletismo Valencia 2008 me ha ayudado a...

Marque con una X el número que mejor refleje su estado. Solo **uno** por fila. Por ejemplo: si marca 3 en la primera fila indicará que se ha sentido muy bien, o si marca (-3) significará que se ha sentido muy mal.

17	Sentirme mal	-3	-2	-1	1	2	3	Sentirme bien
18	Acumular tensión	-3	-2	-1	1	2	3	Descargar tensiones
19	No olvidar las preocupaciones diarias	-3	-2	-1	1	2	3	Olvidar mis preocupaciones diarias
20	Pasar un mal rato	-3	-2	-1	1	2	3	Pasar un buen rato
21	Ver un espectáculo malo (no récord,..)	-3	-2	-1	1	2	3	Ver un buen espectáculo (récord,..)
22	No disfrutar del atletismo	-3	-2	-1	1	2	3	Disfrutar del atletismo
23	Ver perder a mis atletas preferidos	-3	-2	-1	1	2	3	Ver ganar a mis atletas preferidos
24	Reprimir mis emociones	-3	-2	-1	1	2	3	Expresar mis emociones

Indica tu grado de desacuerdo o acuerdo con las siguientes afirmaciones. Si marcas 1 significa que estarás totalmente en desacuerdo con la afirmación y 7 totalmente de acuerdo con la afirmación.

Calidad de servicio global

25	En general, he recibido un servicio de alta calidad en el Mundial de Atletismo V. 2008	1	2	3	4	5	6	7
26	Generalmente, el servicio ofrecido en el Mundial de Atletismo V. 2008 es excelente	1	2	3	4	5	6	7
27	Hablando en general, el servicio ofrecido en el Mundial de Atletismo V. 2008 es superior	1	2	3	4	5	6	7
28	En general, el servicio ofrecido en el Mundial de Atletismo V. 2008 es sobresaliente	1	2	3	4	5	6	7
29	Creo que el trabajo realizado por los empleados del Mundial de Atletismo es excelente	1	2	3	4	5	6	7

Anexo

Satisfacción General

30	Estoy contento con las experiencias que he tenido en el Mundial de Atletismo V. 2008	1	2	3	4	5	6	7
31	Estoy satisfecho con mis experiencias en el Mundial de Atletismo V. 2008	1	2	3	4	5	6	7
32	Verdaderamente he disfrutado asistiendo al Mundial de Atletismo V. 2008	1	2	3	4	5	6	7
33	Estoy emocionado con las experiencias que he tenido en el Mundial de Atletismo	1	2	3	4	5	6	7
34	Asistir al Mundial de Atletismo V. 2008 ha sido agradable	1	2	3	4	5	6	7

Elementos de la competición

35	Estoy muy satisfecho con el nivel ofrecido por los deportistas	1	2	3	4	5	6	7
36	Me siento satisfecho con el resultado de la competición	1	2	3	4	5	6	7
37	El arbitraje de los jueces ha sido justo	1	2	3	4	5	6	7

Intenciones futuras

38	Estaría dispuesto a continuar asistiendo a eventos deportivos	1	2	3	4	5	6	7
39	Recomendaré la asistencia a eventos deportivos a mis amigos y parientes	1	2	3	4	5	6	7
40	Si tuviera la oportunidad de asistir a un evento deportivo repetiría la experiencia	1	2	3	4	5	6	7

41.	Evalúa del 1 al 10 tu satisfacción general con el Mundial:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

42. **Edad:** _____ años

43. **Sexo:** Hombre Mujer

44.	¿Cuántas veces practicas deporte a la semana?	No practico	1 vez	2 veces	3 veces	4 o + veces
-----	--	-------------	-------	---------	---------	-------------

45.	Estudios realizados:	Ninguno	Primarios (EGB, primaria)	Secundarios (BUP, COU, ESO, FP)	Universitarios
-----	-----------------------------	---------	---------------------------	---------------------------------	----------------

46. Respecto a tu asistencia a los eventos deportivos como espectador... (Marque la respuesta con una X)

Esta es la primera vez que asisto a un evento deportivo	1
He asistido SOLO a eventos de ATLETISMO con anterioridad	2
He asistido a otros eventos deportivos pero NO de ATLETISMO (fútbol, basket)	3
He asistido ANTES a OTROS eventos deportivos y TAMBIÉN de ATLETISMO	4

47. En general, su experiencia con el evento ha sido: (Valore su experiencia del 1 al 5)

Peor de lo que esperaba	1	2	3	4	5	Mejor de lo que esperaba
-------------------------	---	---	---	---	---	--------------------------

A continuación marque con una X el número que mejor refleje su estado de ánimo durante el evento. Por ejemplo: si marca (-3) indicará que ha estado muy enfadado, y si marcará (3) significaría que ha estado muy contento. Rellene las dos columnas.

48. Durante el evento deportivo me he sentido: (Marque una X por fila)

Columna 1

Enfadado	-3	-2	-1	1	2	3	Contento
Infeliz	-3	-2	-1	1	2	3	Feliz
Descontento	-3	-2	-1	1	2	3	Encantado
Triste	-3	-2	-1	1	2	3	Alegre
Desilusionado	-3	-2	-1	1	2	3	Ilusionado
Aburrido	-3	-2	-1	1	2	3	Entretenido

Columna 2

Decaído	-3	-2	-1	1	2	3	Animado
Calzado	-3	-2	-1	1	2	3	Inquieto
Sereno	-3	-2	-1	1	2	3	Entusiasmado
Tranquilo	-3	-2	-1	1	2	3	Nervioso
Pasivo	-3	-2	-1	1	2	3	Activo
Indiferente	-3	-2	-1	1	2	3	Sorprendido

49. En general, lo que esperaba del Mundial de atletismo Valencia 2008 ha sido: (Valore su experiencia del 1 al 5)

Peor de lo que imaginaba	1	2	3	4	5	Mejor de lo que imaginaba
--------------------------	---	---	---	---	---	---------------------------

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2.- Cuestionarios deportistas.



VNIVERSITAT ID VALÈNCIA

Deportista 44º Cpto. de España Valencia 2008

Estamos realizando un estudio desde la Universitat de València sobre la satisfacción de los deportistas en el Campeonato de España en pista cubierta Valencia 2008. Contesta teniendo en cuenta tu percepción respecto al uso que has hecho de los servicios del Campeonato de España. El cuestionario es anónimo y tus respuestas serán usadas globalmente con las de otros deportistas con fines científicos.

Tu ayuda nos será muy útil para conocer la organización de eventos deportivos y poder mejorarlos en un futuro. No hay respuestas correctas o incorrectas; sólo nos interesa que indiques un número que refleje con precisión la percepción que tienes del Campeonato de España en pista cubierta Valencia 2008.

Marcar 1 significa que estás totalmente en desacuerdo con esa característica y 7 totalmente de acuerdo con la afirmación. Puedes marcar con una “X” en cualquiera de los números intermedios que mejor represente tu opinión al respecto.

1	El equipamiento de las instalaciones del Cpto. de España tiene la apariencia de ser moderno	1	2	3	4	5	6	7
2	Las instalaciones físicas del Cpto. de España son visualmente atractivas	1	2	3	4	5	6	7
3	Los elementos materiales que utiliza el Cpto. de España son visualmente atractivos	1	2	3	4	5	6	7
4	Cuando la organización del Cpto. promete hacer algo en un determinado tiempo, lo hace	1	2	3	4	5	6	7
5	Cuando un deportista tiene un problema, la organización del Cpto. se interesa en solucionarlo	1	2	3	4	5	6	7
6	La organización del Cpto. de España realiza bien el servicio a la primera	1	2	3	4	5	6	7
7	La organización del Cpto. de España cumple con los horarios previstos	1	2	3	4	5	6	7
8	La organización del Cpto. de España no comete errores	1	2	3	4	5	6	7
9	En el Cpto. de España, los empleados ofrecen un servicio rápido	1	2	3	4	5	6	7

10	En el Cpto. de España, los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los deportistas	1	2	3	4	5	6	7
11	El comportamiento de los empleados del Cpto. de España transmite confianza al deportista	1	2	3	4	5	6	7
12	Los deportistas se sienten seguros en su relación con la organización del Cpto. de España	1	2	3	4	5	6	7
13	En el Cpto. de España, los empleados son siempre amables con los deportistas	1	2	3	4	5	6	7
14	La organización del Cpto. de España da a sus deportistas una atención individualizada	1	2	3	4	5	6	7
15	El Cpto. de España tiene horarios convenientes para los deportistas	1	2	3	4	5	6	7
16	La organización del Cpto. de España se preocupa por los mejores intereses de sus deportistas	1	2	3	4	5	6	7
17	Los empleados del Cpto. de España comprenden las necesidades de los deportistas	1	2	3	4	5	6	7
18	El transporte durante el Cpto. de España ha sido de calidad	1	2	3	4	5	6	7
19	En general, el transporte proporcionado por la organización ha sido puntual	1	2	3	4	5	6	7
20	En general, el alojamiento durante el Cpto. de España ha favorecido mi descanso	1	2	3	4	5	6	7
21	Los hoteles proporcionados por la organización son de buena calidad	1	2	3	4	5	6	7
22	En general, la organización del Cpto. me ha facilitado información turística sobre la ciudad	1	2	3	4	5	6	7
23	La alimentación durante mi estancia en Valencia ha sido de calidad	1	2	3	4	5	6	7
24	Durante el Cpto. de España no he tenido ningún problema con la acreditación	1	2	3	4	5	6	7

Indica tu grado de desacuerdo o acuerdo con las siguientes afirmaciones. Si marcas 1 significa que estarás totalmente en desacuerdo con la afirmación y 7 totalmente de acuerdo con la afirmación.

Calidad de servicio global

25	En general, he recibido un servicio de alta calidad en el Cpto. de España V. 2008	1	2	3	4	5	6	7
26	Generalmente, el servicio ofrecido en el Cpto. de España V. 2008 es excelente	1	2	3	4	5	6	7
27	Hablando en general, el servicio ofrecido en el Cpto. de España V. 2008 es superior	1	2	3	4	5	6	7
28	En general, el servicio ofrecido en el Cpto. de España V. 2008 es sobresaliente	1	2	3	4	5	6	7
29	Creo que el rendimiento de los trabajadores del Cpto. de España es excelente	1	2	3	4	5	6	7

Anexo

Indica tu grado de desacuerdo o acuerdo con las siguientes afirmaciones. Si marcas 1 significa que estarás totalmente en desacuerdo con la afirmación y 7 totalmente de acuerdo con la afirmación.

Satisfacción General

30	Estoy contento con las experiencias que he tenido en este Cpto. de España	1	2	3	4	5	6	7
31	Estoy satisfecho con mis experiencias en este Cpto. de España	1	2	3	4	5	6	7
32	Verdaderamente he disfrutado asistiendo a este Cpto. de España	1	2	3	4	5	6	7
33	Estoy emocionado con las experiencias que he tenido en este Cpto. de España	1	2	3	4	5	6	7
34	Asistir a este Cpto. de España ha sido delicioso.	1	2	3	4	5	6	7

Valor

35	Creo que el Cpto. de España tiene un buen valor	1	2	3	4	5	6	7
36	Los servicios que he recibido durante el Cpto. me han aportado un valor excelente	1	2	3	4	5	6	7
37	He obtenido un gran valor al asistir al Cpto. de España	1	2	3	4	5	6	7

Intenciones Futuras

38	Si tengo la posibilidad, en un futuro intentaré volver a esta ciudad	1	2	3	4	5	6	7
39	Recomendaré esta ciudad a otras personas	1	2	3	4	5	6	7
40	No esperaré ningún problema si en un futuro volviera a esta ciudad	1	2	3	4	5	6	7

41. Evalúa del 1 al 10 tu satisfacción general con el Cpto. de España Valencia 2008:	
---	--

42. Edad:	años	43. Sexo	Hombre	Mujer	44. Prueba en que compites:
------------------	------	-----------------	--------	-------	------------------------------------

45. En general, mi experiencia durante el Cpto. de España ha sido:

Peor de lo que esperaba	1	2	3	4	5	Mejor de lo que esperaba
-------------------------	---	---	---	---	---	--------------------------

46. ¿Has competido a nivel internacional en alguna ocasión?	Si	No
--	----	----

47. En general, lo que me esperaba del Cpto. de España Valencia 2008 ha sido:

Peor de lo que imaginaba	1	2	3	4	5	Mejor de lo que imaginaba
--------------------------	---	---	---	---	---	---------------------------



VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Deportista 12º Cpto. del Mundo IAAF Valencia 2008

Estamos realizando un estudio desde la Universitat de València sobre la satisfacción de los deportistas en el Mundial de Atletismo en pista cubierta Valencia 2008. Contesta teniendo en cuenta tu percepción respecto al uso que has hecho de los servicios del Mundial. El cuestionario es anónimo y tus respuestas serán usadas globalmente con las de otros deportistas con fines científicos.

Tu ayuda nos será muy útil para conocer la organización de eventos deportivos y poder mejorarlos en un futuro. No hay respuestas correctas o incorrectas; sólo nos interesa que indiques un número que refleje con precisión la percepción que tienes del Mundial de Atletismo en pista cubierta Valencia 2008.

Marcar **1** significa que estás totalmente en desacuerdo con esa característica y **7** totalmente de acuerdo con la afirmación. Puedes marcar con una "X" en cualquiera de los números intermedios que mejor represente tu opinión al respecto.

1	El equipamiento de las instalaciones del Mundial de Valencia tiene la apariencia de ser moderno	1	2	3	4	5	6	7
2	Las instalaciones físicas del Mundial de Valencia son visualmente atractivas	1	2	3	4	5	6	7
3	Los elementos materiales que utiliza el Mundial de Valencia son visualmente atractivos	1	2	3	4	5	6	7
4	Cuando la organización del Mundial promete hacer algo en un determinado tiempo, lo hace	1	2	3	4	5	6	7
5	Cuando un deportista tiene un problema, la organización del Mundial se interesa en solucionarlo	1	2	3	4	5	6	7
6	La organización del Mundial de Valencia realiza bien el servicio a la primera	1	2	3	4	5	6	7
7	La organización del Mundial de Valencia cumple con los horarios previstos	1	2	3	4	5	6	7
8	La organización del Mundial de Valencia no comete errores	1	2	3	4	5	6	7
9	En el Mundial de Valencia, los empleados ofrecen un servicio rápido	1	2	3	4	5	6	7
10	En el Mundial, los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los deportistas	1	2	3	4	5	6	7
11	El comportamiento de los empleados del Mundial transmite confianza al deportista	1	2	3	4	5	6	7
12	Los deportistas se sienten seguros en su relación con la organización del Mundial	1	2	3	4	5	6	7

Anexo

13	En el Mundial, los empleados son siempre amables con los deportistas	1	2	3	4	5	6	7
14	La organización del Mundial de Valencia da a sus deportistas una atención individualizada	1	2	3	4	5	6	7
15	El Mundial de Valencia tiene horarios convenientes para los deportistas	1	2	3	4	5	6	7
16	La organización del Mundial se preocupa por los mejores intereses de sus deportistas	1	2	3	4	5	6	7
17	Los empleados del Mundial de Valencia comprenden las necesidades de los deportistas	1	2	3	4	5	6	7
18	El transporte durante el Mundial de Valencia ha sido de calidad	1	2	3	4	5	6	7
19	En general, el transporte proporcionado por la organización ha sido puntual	1	2	3	4	5	6	7
20	En general, el alojamiento durante el Mundial de Valencia ha favorecido mi descanso	1	2	3	4	5	6	7
21	Los hoteles proporcionados por la organización son de buena calidad	1	2	3	4	5	6	7
22	En general, la organización del Mundial me ha facilitado información turística sobre la ciudad	1	2	3	4	5	6	7
23	La alimentación durante mi estancia en Valencia ha sido de calidad	1	2	3	4	5	6	7
24	Durante el Mundial de Valencia no he tenido ningún problema con la acreditación	1	2	3	4	5	6	7

Indica tu grado de desacuerdo o acuerdo con las siguientes afirmaciones. Si marcas **1** significa que estarás totalmente en desacuerdo con la afirmación y **7** totalmente de acuerdo con la afirmación.

Calidad de servicio global

25	En general, he recibido un servicio de alta calidad en el Mundial de Valencia 2008	1	2	3	4	5	6	7
26	Generalmente, el servicio ofrecido en el Mundial de Valencia 2008 es excelente	1	2	3	4	5	6	7
27	Hablando en general, el servicio ofrecido en el Mundial de Valencia 2008 es superior	1	2	3	4	5	6	7
28	En general, el servicio ofrecido en el Mundial de Valencia 2008 es sobresaliente	1	2	3	4	5	6	7
29	Creo que el rendimiento de los trabajadores del Mundial de Valencia 2008 es excelente	1	2	3	4	5	6	7

Satisfacción General

30	Estoy contento con las experiencias que he tenido en el Mundial de Valencia 2008	1	2	3	4	5	6	7
31	Estoy satisfecho con mis experiencias en el Mundial de Valencia 2008	1	2	3	4	5	6	7

32	Verdaderamente he disfrutado asistiendo al Mundial de Valencia 2008	1	2	3	4	5	6	7
33	Estoy emocionado con las experiencias que he tenido en el Mundial de Valencia 2008	1	2	3	4	5	6	7
34	Asistir al Mundial de Valencia 2008 ha sido delicioso.	1	2	3	4	5	6	7

Valor (diferencia entre tu esfuerzo y lo que has recibido a cambio)

35	Creo que el Mundial de Valencia tiene un buen valor	1	2	3	4	5	6	7
36	Los servicios que he recibido durante el Mundial me han aportado un valor excelente	1	2	3	4	5	6	7
37	He obtenido un gran valor al asistir al Mundial	1	2	3	4	5	6	7

Intenciones Futuras

38	Si tengo la posibilidad, en un futuro intentaré volver a esta ciudad	1	2	3	4	5	6	7
39	Recomendaré esta ciudad a otras personas	1	2	3	4	5	6	7
40	No esperaría ningún problema si en un futuro volviera a esta ciudad	1	2	3	4	5	6	7

41. En general, mi experiencia durante el Mundial de Valencia 2008 ha sido:

Peor de lo que esperaba	1	2	3	4	5	Mejor de lo que esperaba
-------------------------	---	---	---	---	---	--------------------------

42. Evalúa del 1 al 10 tu satisfacción general con el Mundial:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

43. Edad: años

44. Sexo Hombre Mujer

45. Prueba en que compites:

46. Nacionalidad:

47. En general, lo que esperaba del Mundial de Valencia 2008 ha sido:

Peor de lo que imaginaba	1	2	3	4	5	Mejor de lo que imaginaba
--------------------------	---	---	---	---	---	---------------------------

48. A continuación le mostramos una serie de palabras que describen **los sentimientos experimentados** por los deportistas en relación a una competición. Por favor, lee y contesta sobre la escala propuesta **cuales son tus sensaciones** respecto al Mundial de atletismo de Valencia 2008.

Anexo

		Nada	Un poco	Moderadamente	Bastante	Mucho
1	Incómodo	0	1	2	3	4
2	Disgustado	0	1	2	3	4
3	Estimulado	0	1	2	3	4
4	Irritado	0	1	2	3	4
5	Contento	0	1	2	3	4
6	Tenso	0	1	2	3	4
7	Triste	0	1	2	3	4
8	Excitado	0	1	2	3	4
9	Furioso	0	1	2	3	4
10	Alegre	0	1	2	3	4
11	Nervioso	0	1	2	3	4
12	Infeliz	0	1	2	3	4
13	Entusiasmado	0	1	2	3	4
14	Molesto	0	1	2	3	4
15	Animado	0	1	2	3	4
16	Desilusionado	0	1	2	3	4
17	Enérgico	0	1	2	3	4
18	Enfadado	0	1	2	3	4
19	Feliz	0	1	2	3	4
20	Inquieto	0	1	2	3	4
21	Abatido	0	1	2	3	4

49. En el momento de rellenar este cuestionario y, respecto a la competición (marca solo UNA)...

Aún no he competido	1
Ya he competido y he finalizado mi participación	2
He competido y aún me quedan más pruebas	3

50. Hasta el momento, como estás de satisfecho con tu resultado en la competición:

Muy Insatisfecho	1	2	3	4	5	Muy Satisfecho
------------------	---	---	---	---	---	----------------

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Deportista Inglés 12º Cpto. del Mundo IAAF Valencia 2008

We are a group of professors and students from Universidad de Valencia and we are doing research on the level of satisfaction of athletes participating in the 12th World indoor Championship. Please take into account that your answers should be focused on your perception of the services you have used during the 12th World indoor Championship. This questionnaire is anonymous and your answers will be considered as a whole, including all participants, and will be analysed for scientific purposes.

Your contribution will be very useful for studying and improving sport events management in the near future. There are neither correct nor incorrect answers; we just need an accurate number that reflects your own view about the 12th World indoor Championship.

Marking 1 means that you totally disagree with that sentence and marking 7 means that you totally agree. You can also mark "X" on any of the intermediate numbers which better reflects your own opinion of the feature.

1	The equipment of the installations of the World indoor Championship looks quite modern	1	2	3	4	5	6	7
2	The physical installations of the World indoor Championship are visually attractive	1	2	3	4	5	6	7
3	The material elements used at the World indoor Championship are visually attractive	1	2	3	4	5	6	7
4	The Organization of the World indoor Championship always meets his plans within time	1	2	3	4	5	6	7
5	The Organization shows an active interest to solve any problems of the participants	1	2	3	4	5	6	7
6	The Organization of the World indoor Championship always delivers a good service	1	2	3	4	5	6	7
7	The Organization of the World indoor Championship meets the timetables	1	2	3	4	5	6	7
8	The Organization of the World indoor Championship does not make any mistakes	1	2	3	4	5	6	7
9	At the World indoor Championship, all members of staff provide a fast service	1	2	3	4	5	6	7
10	At the World indoor Championship, members of staff are always willing to help the participants	1	2	3	4	5	6	7
11	The behaviour of the members of staff gives confidence to the participant	1	2	3	4	5	6	7
12	The participants feel confident about their relation with	1	2	3	4	5	6	7

Anexo

	the Organization							
13	At the World indoor Championship, members of the staff are always nice to the participants	1	2	3	4	5	6	7
14	The Organization of the World indoor Championship gives the participants individual attention	1	2	3	4	5	6	7
15	The timetables at the World indoor Championship are convenient for the participants	1	2	3	4	5	6	7
16	The Organization of the World Championship looks after the best interests of the participants	1	2	3	4	5	6	7
17	The members of staff at the World Championship understand the needs of the participants	1	2	3	4	5	6	7
18	Transport during the event at the World indoor Championship has been of good quality	1	2	3	4	5	6	7
19	Overall, the transport provided by the Organization was punctual	1	2	3	4	5	6	7
20	Overall, accommodation during the World indoor Championship contributed to my rest	1	2	3	4	5	6	7
21	The hotels provided by the Organization are of good quality	1	2	3	4	5	6	7
22	Overall, the Organization provided me with tourist information about the city	1	2	3	4	5	6	7
23	During my stay in Valencia, food was of quality	1	2	3	4	5	6	7
24	During the World indoor Championship I never had any problem with the accreditation	1	2	3	4	5	6	7

Please mark your level of agreement or disagreement with the following statements. 1 means you totally disagree and 7 means you agree completely

Overall Service Quality

25	In general, I have received a high quality service during the World indoor Championship	1	2	3	4	5	6	7
26	Generally, the service offered during the World indoor Championship was excellent.	1	2	3	4	5	6	7
27	Generally speaking, the service offered during the World indoor Championship was of the highest quality.	1	2	3	4	5	6	7
28	In general, the service offered during the World indoor Championship was outstanding.	1	2	3	4	5	6	7
29	I believe the performance of World indoor Championship employees is excellent.	1	2	3	4	5	6	7

Overall satisfaction

30	I am happy with the experiences I had during the World indoor Championship	1	2	3	4	5	6	7
31	I have been satisfied with my experiences at this World indoor Championship	1	2	3	4	5	6	7

32	I truly enjoy coming to the World indoor Championship	1	2	3	4	5	6	7
33	I am elated with the experiences I had during the World indoor Championship	1	2	3	4	5	6	7
34	Going to this World indoor Championship has been a delightful experience	1	2	3	4	5	6	7

Value (difference between your effort and what you received in exchange)

35	Overall, I believe that the World indoor Championship has a good value	1	2	3	4	5	6	7
36	On the whole, the services I purchased while at the World indoor Championship were of excellent value to me	1	2	3	4	5	6	7
37	I received a good value in going to World indoor Championship	1	2	3	4	5	6	7

Future plans

38	If I have the chance, I will come back to this city in the future	1	2	3	4	5	6	7
39	I will recommend this city to other people	1	2	3	4	5	6	7
40	I would not expect any problems if I came to this city in the future	1	2	3	4	5	6	7

41. Overall, my experience at the World indoor Championship was:

Worse than expected	1	2	3	4	5	Best that expected
---------------------	---	---	---	---	---	--------------------

42. Please, evaluate from 1 to 10 your general satisfaction with the World indoor Championship:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

43. Age:	years		44. Sex	Male	Female
----------	-------	--	---------	------	--------

45. Event in which you took part:		46. Nationality:
-----------------------------------	--	------------------

47. Overall, the World indoor Championship was:

Worse that I imagined	1	2	3	4	5	Better than I imagined
-----------------------	---	---	---	---	---	------------------------

48. Below you find a list of words that describe a range of feelings that participants may experience in a competition. Please read them carefully and indicate on the scale next of each item how you *feel right now, at this moment, in relation to the competition.*

Anexo

		Not at all	A little	Moderately	Quite a bit	Extremely
1	Uneasy	0	1	2	3	4
2	Upset	0	1	2	3	4
3	Exhilarated	0	1	2	3	4
4	Irritated	0	1	2	3	4
5	Pleased	0	1	2	3	4
6	Tense	0	1	2	3	4
7	Sad	0	1	2	3	4
8	Excited	0	1	2	3	4
9	Furious	0	1	2	3	4
10	Joyful	0	1	2	3	4
11	Nervous	0	1	2	3	4

		Not at all	A little	Moderately	Quite a bit	Extremely
12	Unhappy	0	1	2	3	4
13	Enthusiastic	0	1	2	3	4
14	Annoyed	0	1	2	3	4
15	Cheerful	0	1	2	3	4
16	Disappointed	0	1	2	3	4
17	Energetic	0	1	2	3	4
18	Angry	0	1	2	3	4
19	Happy	0	1	2	3	4
20	Anxious	0	1	2	3	4
21	Dejected	0	1	2	3	4

49. When filling out this form, and regarding the competition (mark only ONE answer)...

I have not taken part in the competition yet	1
I have taken part in the competition and I have finished	2
I have taken part in the competition but have not finished yet	3

50. So far, how satisfied are you with your results at the competition?

Rather unsatisfied	1	2	3	4	5	Quite satisfied
--------------------	---	---	---	---	---	-----------------

THANK YOU FOR YOUR COOPERATION



VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Deportista Ruso 12° Cpto. del Mundo IAAF Valencia 2008

Университет Валенсии проводит исследование удовлетворенности спортсменов настоящим чемпионатом мира в закрытом стадионе в Валенсии 2008. Просим Вас ответить на данный опросник учитывая Ваше мнение об организации и сервисе этого чемпионата мира по атлетизму. Данный опросник является анонимным и его результаты будут использованы только в научных целях.

Ваше мнение очень важно для нас для улучшения организации крупных спортивных мероприятий в будущем. Здесь нет правильных или неправильных ответов, надо только отметить номер, который наиболее соответствует Вашему мнению о чемпионате мира в Валенсии 2008.

Отметить 1 значит, что Вы абсолютно не согласны с данным утверждением и 7 абсолютно согласны с утверждением. Можете отмечать знаком “X” тот номер, который соответствует Вашему мнению.

1	На чемпионате Валенсия 2008 используется достаточно современный инвентарь в спортивных зданиях и помещениях.	1	2	3	4	5	6	7
2	Сами здания и сооружения используемые на чемпионате Валенсия 2008 мне кажутся привлекательными.	1	2	3	4	5	6	7
3	Инвентарь используемый на чемпионате Валенсия 2008 мне кажутся привлекательными.	1	2	3	4	5	6	7
4	Когда организаторы чемпионата Валенсия 2008 обещают сделать что либо в определенный срок, это делается.	1	2	3	4	5	6	7
5	В случае возникновении какой либо проблемы у спортсмена, организаторы чемпионата стараются помочь.	1	2	3	4	5	6	7
6	С первого же дня я получил хороший сервис на чемпионате в Валенсии.	1	2	3	4	5	6	7
7	Все расписания чемпионата организаторы выполняют с точностью.	1	2	3	4	5	6	7
8	Организаторы чемпионата не допускают ошибок.	1	2	3	4	5	6	7
9	Сотрудники организации и сервиса обслуживают меня достаточно быстро, без задержек.	1	2	3	4	5	6	7
10	Сотрудники организации и сервиса на чемпионате	1	2	3	4	5	6	7

Апехо

	всегда готовы помочь спортсмену.							
11	Поведение и отношение сотрудников организации и сервиса чемпионата внушает доверие спортсменам.	1	2	3	4	5	6	7
12	В целом спортсмены уверены в организаторах чемпионата.	1	2	3	4	5	6	7
13	Сотрудники организации и сервиса чемпионата всегда вежливы и дружелюбны со спортсменами.	1	2	3	4	5	6	7
14	Организаторы чемпионата оказывают внимание каждому спортсмену.	1	2	3	4	5	6	7
15	Чемпионат имеет удобные для спортсменов расписания.	1	2	3	4	5	6	7
16	Организаторы чемпионата заботятся об интересах спортсменов участников.	1	2	3	4	5	6	7
17	Сотрудники организации и сервиса чемпионата понимают нужды и потребности спортсменов.	1	2	3	4	5	6	7
18	Транспортный сервис на чемпионате я могу назвать качественным	1	2	3	4	5	6	7
19	В целом, транспортный сервис был пунктуален.	1	2	3	4	5	6	7
20	В целом, условия проживания в период чемпионата способствовало моему отдыху.	1	2	3	4	5	6	7
21	Качеством отелей, предложенных организаторами, я доволен.	1	2	3	4	5	6	7
22	Организаторы чемпионата предложили мне информацию о Валенсии туристического характера.	1	2	3	4	5	6	7
23	Питание в течение моего пребывания в Валенсии было качественным.	1	2	3	4	5	6	7
24	В течение чемпионата у меня не было никаких проблем с акредитациями.	1	2	3	4	5	6	7

Укажите степень Вашего согласия или несогласия со следующими утверждениями. Отметить 1 значит, что Вы абсолютно не согласны с данным утверждением и 7 абсолютно согласны с утверждением.

Качество сервиса

25	В целом, на чемпионате я получил качественное сервисное обслуживание.	1	2	3	4	5	6	7
26	В целом, предложенный на чемпионате сервис мне показался отличным.	1	2	3	4	5	6	7
27	В целом, предложенный на чемпионате сервис мне показался даже лучше чем отличным.	1	2	3	4	5	6	7
28	В целом, предложенный на чемпионате сервис мне показался просто великолепным	1	2	3	4	5	6	7
29	Я думаю что работу обслуживающего персонала на чемпионате можно оценить как отличную.	1	2	3	4	5	6	7

Общая удовлетворенность

30	Я доволен опытом, полученным в течении чемпионата.	1	2	3	4	5	6	7
31	Я удовлетворен опытом, полученным в течении чемпионата.	1	2	3	4	5	6	7
32	Я действительно рад что я приехал на этот чемпионат.	1	2	3	4	5	6	7
33	Я очень доволен всеми моими впечатлениями от чкмпionato.	1	2	3	4	5	6	7
34	Я просто в восторге от чемпоината.	1	2	3	4	5	6	7

«Ценность» (разница между Вашими затратами и тем, что вы получили взамен)

35	Думаю что этот чемпионат в Валенсии имеет достаточную «ценность».	1	2	3	4	5	6	7
36	Сервис который я получил в течении чемпионата предложил мне даже дополнительную «ценность».	1	2	3	4	5	6	7
37	Я получил очень большую «ценность», приехав на чемпионат.	1	2	3	4	5	6	7

38	Если будет возможность, в будущем постараюсь приехать в Валенсию еще раз.	1	2	3	4	5	6	7
39	Порекомендую и другим людям посетить Валенсию.	1	2	3	4	5	6	7
40	Не предвижу никаких проблем если придется приехать в Валенсию еще раз.	1	2	3	4	5	6	7

41. В целом мое впечатление от чемпионата было:

Хуже чем я ожидал	1	2	3	4	5	Лучше чем я ожидал
-------------------	---	---	---	---	---	--------------------

42. Оцени от 1 до 10 твою общую удовлетворенность чемпионатом:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

43. Возраст:	лет
--------------	-----

44. Пол	Муж	Жен
---------	-----	-----

45. Спртивная дисциплина:	46. Национальность:
---------------------------	---------------------

47. В целом, то что я ожидал от чемпионата в Валенсии 2008, было:

Хуже, чем я себе представлял	1	2	3	4	5	Лучше, чем я себе представлял
------------------------------	---	---	---	---	---	-------------------------------

48. Ниже находится ряд утверждений, которые описывают возможные чувства спортсменов по отношению к соревнованию. Просим Вас прочитать их и ответить, в контексте предложенной со шкалой, какие чувства вызвал у Вас чемпионат в Валенсии 2008.

		Совсем нет	Немного	Более-менее	Достаточно	Очень
1	Обеспокоенный	0	1	2	3	4
2	Недовольный	0	1	2	3	4
3	Стимулированный	0	1	2	3	4
4	Раздраженный	0	1	2	3	4
5	Довольный	0	1	2	3	4
6	Напряженный	0	1	2	3	4
7	Грустный	0	1	2	3	4
8	Возбужденный (очень довольный)	0	1	2	3	4
9	Озлобленный	0	1	2	3	4
10	Веселый	0	1	2	3	4
11	Нервный	0	1	2	3	4
12	Несчастный	0	1	2	3	4
13	С энтузиазмом	0	1	2	3	4
14	Злой	0	1	2	3	4
15	Веселый	0	1	2	3	4
16	Разочарованный	0	1	2	3	4
17	Энергичный	0	1	2	3	4
18	Разозленный	0	1	2	3	4
19	Счастливый	0	1	2	3	4
20	Непоседливый	0	1	2	3	4
21	Побежденный	0	1	2	3	4
		0	1	2	3	4

49. В момент заполнения этого опросника и, что касается Вашего участия в соревновании (отметить только ОДНО)...

Я еще не соревновался	1
Я уже соревновался и закончил свои соревнования	2
Я уже соревновался и мне предстоит соревноваться еще.	3

50. На данный момент, насколько Вы довольны своими результатами в чемпионате:

Очень недоволен	1	2	3	4	5	Очень доволен
-----------------	---	---	---	---	---	---------------

СПАСИБО ЗА ВАШЕ СОТРУДНИЧЕСТВО



VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Deportista Francés 12º Cpto. del Mundo IAAF Valencia 2008

Nous sommes entrain de realiser une étude sur la satisfaction des sportifs lors du Mondial d'athlétisme de València 2008. Vous devez répondre en fonction de votre satisfaction vis à vis des services proposés lors du Mondial. Vos reponses sont anonymes et elles seront utilisées avec un but scientifique.

Votre aide nous est très utile pour mieux connaître l'organisation des événements sportifs et pouvoir les améliorer dans le futur. Il n'y a pas des réponses correctes ou incorrectes, nous voudrions seulement que vous indiquez avec la précision la plus possible, un numéro qui représente la perceptions que vous avez du Mondial d'athlétisme de València.

Un score de 1 signifie que vous êtes totalement en désaccord avec l'affirmation et un score de 7 que vous êtes d'accord avec celle-ci. Vous pouvez choisir et marquer avec un X, un numéro entre 1 et 7, ce qui représente mieux ton avis.

1	L'équipement des installations du Mondial de València semble être moderne.	1	2	3	4	5	6	7
2	Les installations physiques du Mondial de València sont visuellement attractives.	1	2	3	4	5	6	7
3	Les éléments matériels employés par le Mondial de València sont visuellement attractifs.	1	2	3	4	5	6	7
4	Quand l'organisation du Mondial promet quelque chose, il tient sa promesse	1	2	3	4	5	6	7
5	Quand un sportif a un problème, l'organisation du Mondial s'intéresse pour trouver une solution	1	2	3	4	5	6	7
6	L'organisation du Mondial de València réalise bien son service des la premiere	1	2	3	4	5	6	7
7	L'organisation du Mondial accomplit les horaires prévus	1	2	3	4	5	6	7
8	L'organisation du Mondial ne commet pas d'erreurs.	1	2	3	4	5	6	7
9	Au Mondial de València, les employés offrent un service rapide.	1	2	3	4	5	6	7
10	Au Mondial de València les employés sont toujours prêts à aider aux sportifs	1	2	3	4	5	6	7
11	La conduite des employés du Mondial, transmet confiance au sportif.	1	2	3	4	5	6	7
12	Les sportifs se sentent en sécurité dans sa relation avec l'organisation du Mondial de València.	1	2	3	4	5	6	7

Anexo

13	Au Mondial, les employés sont toujours aimables avec les sportifs.	1	2	3	4	5	6	7
14	L'organisation du Mondial de Valence offre a ses sportifs une attention personnalisée	1	2	3	4	5	6	7
15	Le Mondial de Valence a des horaires convenables pour les sportifs.	1	2	3	4	5	6	7
16	L'organisation du Mondial se préoccupe des intérêts de ses sportifs	1	2	3	4	5	6	7
17	Les employés du Mondial sont compréhensifs avec les besoins des sportifs.	1	2	3	4	5	6	7
18	Les moyens de transport durant le Mondial ont été de qualité.	1	2	3	4	5	6	7
19	De manière générale, les moyens de transport durant le Mondial ont été ponctuels.	1	2	3	4	5	6	7
20	De manière générale, le logement pendant le Mondial de Valence a aidé a mon repos.	1	2	3	4	5	6	7
21	Les hôtels proposés par l'organisation sont de bonne qualité.	1	2	3	4	5	6	7
22	En général, l'organisation du Mondial m'a fourni information touristique a propos de la ville	1	2	3	4	5	6	7
23	L'alimentation au cours de mon séjour à Valence a été de qualité.	1	2	3	4	5	6	7
24	Pendant le Mondial de Valence je n'ai pas eu des problèmes avec l'accréditation.	1	2	3	4	5	6	7

Indiquez votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes. Un score de 1 signifie que vous êtes totalement en désaccord avec l'affirmation et un score de 7 que vous êtes d'accord avec celle-ci.

Qualité du service global

25	De manière générale, j'ai reçu un service de qualité élevée lors du Mondial de Valence	1	2	3	4	5	6	7
26	Globalement, le service offert au Mondial de Valence est excellent	1	2	3	4	5	6	7
27	En général, les services offert lors du Mondial sont de très bonne qualité	1	2	3	4	5	6	7
28	De manière générale, les services offerts lors du Mondial sont remarquables	1	2	3	4	5	6	7
29	Je pense que l'efficacité des travailleurs au Mondial est excellente	1	2	3	4	5	6	7

Satisfaction Général

30	Je suis content des expériences que j'ai eu lors du Mondial	1	2	3	4	5	6	7
31	Je suis satisfait des expériences que j'ai eu lors du Mondial	1	2	3	4	5	6	7
32	Je me suis amusé vraiment au Mondial	1	2	3	4	5	6	7

33	Je suis ravi pour les expériences vécues au Mondial	1	2	3	4	5	6	7
34	Être présent lors du Mondial a été d'une très grande satisfaction	1	2	3	4	5	6	7

Valeur (différence entre votre effort et ce que vous avez reçu en échange)

35	Je crois que le Mondial de Valence a une bonne valeur	1	2	3	4	5	6	7
36	Les services reçus au cours du Mondial m'ont apporté une valeur excellente	1	2	3	4	5	6	7
37	J'ai obtenu une grande valeur en assistant au Mondial de Valence.	1	2	3	4	5	6	7

Futures intentions

38	Si j'ai la possibilité, dans le futur j'essaierai retourner dans cette ville.	1	2	3	4	5	6	7
39	Je vais recommander cette ville a d'autres personnes.	1	2	3	4	5	6	7
40	Je n'attendrais pas des problèmes si dans l'avenir je retournais dans cette ville	1	2	3	4	5	6	7

41. En générale, mon expérience lors du Mondial de Valence a été:

Pire de ce que je pensais	1	2	3	4	5	Meilleur de ce que je pensais
----------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	--------------------------------------

42. Évaluez de 1 à 10 votre satisfaction générale avec le Mondial:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------

43. Age:	ans		44. Sexe	Homme	Femme
-----------------	------------	--	-----------------	--------------	--------------

45. Épreuve dont vous competez:	46. Nationalité:
--	-------------------------

47. En générale, ce que j'attendais du Mondial de Valence 2008 a été::

Pire de ce que je pensais	1	2	3	4	5	Meilleur de ce que je pensais
----------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	--------------------------------------

48. Ensuite nous vous montrons une série de mots qui décrivent **les sentiments exprimés** par les sportifs en relation a une compétition. S'il vous plaît, lisez et répondez sur l'échelle proposée, quelles sont ses sensations par rapport au Mondial d'athlétisme de Valence 2008

Anexo

		Rien	Un peu	Modérment	Assez	Beaucoup
1	Incommode	0	1	2	3	4
2	Contrarié	0	1	2	3	4
3	Stimulé	0	1	2	3	4
4	Irrité	0	1	2	3	4
5	Content	0	1	2	3	4
6	Tense	0	1	2	3	4
7	Triste	0	1	2	3	4
8	Excité	0	1	2	3	4
9	Furieux	0	1	2	3	4
10	Joyeux	0	1	2	3	4
11	Nervieux	0	1	2	3	4

		Rien	Un peu	Modérment	Assez	Beaucoup
12	Malheureux	0	1	2	3	4
13	Enthousiasmé	0	1	2	3	4
14	Ennuyé	0	1	2	3	4
15	Amusé	0	1	2	3	4
16	Déçu	0	1	2	3	4
17	Énergique	0	1	2	3	4
18	Fâché	0	1	2	3	4
19	Joyeux	0	1	2	3	4
20	Inquiet	0	1	2	3	4
21	Abattu	0	1	2	3	4
22		0	1	2	3	4

49. Au moment de remplir ce questionnaire et par rapport à la compétition (marquer seulement UNE)...

Je n'ai pas encore concouru	1
J'ai déjà concouru et j'ai fini ma participation	2
J'ai déjà concouru et il me restent encore des épreuves	3

50. Jusqu'à ce moment, quel est votre degré de satisfaction avec votre resultat dans la competition:

Très Insatisfait	1	2	3	4	5	Très satisfait
------------------	---	---	---	---	---	----------------

MERCI BEAUCOUP POUR SA COLLABORATION

Anexo 3.- Estructura factorial

Tabla 8.1.- Estructura factorial de la escala de calidad percibida de los deportistas del Cpto. del Mundo IAAF de Atletismo.

TANGIBLES
1. El equipamiento de las instalaciones del Mundial de Valencia tiene apariencia de ser moderno.
2. Las instalaciones físicas del Mundial de Valencia son visualmente atractivas.
3. Los elementos materiales que utiliza el Mundial son visualmente atractivas.
18. El transporte durante el Mundial de Valencia ha sido de calidad.
20. En general, el alojamiento durante el Mundial ha favorecido mi descanso.
21. Los hoteles proporcionados por la organización son de buena calidad.
23. La alimentación durante mi estancia en Valencia ha sido de calidad.
FIABILIDAD
4. Cuando la organización del Mundial de Valencia promete hacer algo en un determinado tiempo, lo hace.
5. Cuando un deportista tiene un problema, la organización del Mundial de Valencia se interesa por solucionarlo.
6. La organización del Mundial de Valencia realiza bien el servicio a la primera.
7. La organización del Mundial de Valencia cumple con los horarios previstos.
8. La organización del Mundial de Valencia no comete errores.
19. En general, el transporte proporcionado por la organización ha sido puntual.
CAPACIDAD DE RESPUESTA
9. En el Mundial de Valencia los empleados ofrecen un servicio rápido.
10. En el Mundial de Valencia los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los deportistas.
SEGURIDAD
11. El comportamiento de los empleados del Mundial de Valencia transmite confianza al deportista.

12. Los deportistas se sienten seguros en su relación con la organización del Mundial de Valencia.

13. En el Mundial los empleados son siempre amables con los deportistas.

EMPATÍA

14. La organización del Mundial de Valencia da a sus deportistas una atención individualizada.

15. El Mundial de Valencia tiene horarios convenientes para los deportistas.

16. La organización del Mundial de Valencia se preocupa por los mejores intereses de los deportistas.

17. Los empleados del Mundial comprenden las necesidades de los deportistas.

22. En general, la organización del Mundial de Valencia me ha facilitado información turística sobre la ciudad.

