

RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte
ISSN: 1885-3137
ricyde@cafyd.com
Editorial: Ramón Cantó Alcaraz
España

Calabuig Moreno, Ferran; Quintanilla Pardo, Ismael; Mundina Gómez, Javier

La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos

RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte, vol. IV, núm. 10, enero, 2008, pp. 25-43
Editorial: Ramón Cantó Alcaraz
Madrid, España

Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71041004

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

REVISTA INTERNACIONAL DE CIENCIAS DEL DEPORTE
International Journal of Sport Science

International Journal of Sport Science
VOLUMEN IV. AÑO IV
Páginas:25-43 ISSN:1885-3137
Nº 10 - Enero - 2008

Rev. int. cienc. deporte

La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos.

The perception of service quality in sport services: differences according to sport facility, gender, age and user type in nautical services.

Ferran Calabuig Moreno
Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, Universitat de València
Ismael Quintanilla Pardo
Facultad de Psicología. Universitat de València
Javier Mundina Gómez
Facultad de ciencias de la Actividad Física y el Deporte, Universitat de València.

Resumen

En el ámbito de la gestión deportiva, la calidad de los servicios deportivos y la satisfacción de los usuarios es un área de gran desarrollo. Este trabajo pretende determinar el grado de calidad percibida en unos servicios deportivos de carácter público como son unas escuelas de actividades náuticas. Para ello se analizaron 2375 usuarios de estas escuelas que contestaron un cuestionario sobre calidad de servicio percibida y satisfacción con el servicio recibido. La escala de calidad percibida utilizada determinó diez dimensiones de calidad: las clases, el tiempo libre, el entorno náutico, los horarios, la comida, el material náutico, la comida completaría, la conserjería, la limpieza y la teoría. Las dimensiones mejor valoradas fueron las clases, el tiempo libre y el material náutico. Las peor valoradas fueron la comida complementaria y el entorno náutico. Se observan diferencias en la valoración en función del género, la edad, la instalación y el nivel de implicación del usuario.

Abstract

The quality of sports services and user satisfaction is a developing area in the field of Sports Management. This paper intends to determine the degree of perceived quality in public sports services such as those provided on nautical schools. An analysis was carried out in which 2,375 users of these schools completed a questionnaire about perceived service quality and satisfaction. The perceived quality scale used determined ten quality dimensions: lessons, spare time, nautical environment, timetables, main meals, nautical equipment, complementary meals, reception services, cleanliness and theory lessons. The dimensions with higher scores were lessons, spare time and nautical equipment. Complementary meals and nautical environment registered the lowest scores. Scoring differences were found according to gender, age, sport facility and the kind of involvement of the user.

Palabras clave: Calidad percibida, gestión del deporte, satisfacción de los usuarios, servicios deportivos.

Key words: Perceived quality, sports management, consumer satisfaction, sports services.

Correspondencia/correspondence: Ferran Calabuig Moreno
Facultad de ciencias de la actividad física y el deporte, Universitat de València. Correspondencia: c/ Gascó Oliag nº 3 (46010) Valencia, España
e-mail: ferran.calabuig@uv.es

Recibido 6 de agosto 2007; Aceptado el 1 de noviembre de 2007

Introducción

En la actualidad se observa un gran desarrollo del sector deportivo, a modo de ejemplo se puede decir que entre 2002 y 2005 el número de empresas del sector servicios en el campo de la actividad deportiva en España aumentó en un 27,82 %. Además, en cifras económicas se pasó de un volumen de negocio de 2.840,29 a 4.218,41 millones de euros, suponiendo un aumento del 48,52% en esos cuatro años (INE, 2007). Este crecimiento se explica con el cambio de estatus que el deporte ha tenido en la sociedad, pasando de ser considerado una forma de ocupar el tiempo libre a considerarse un indicador de bienestar social y calidad de vida.

Junto a este incremento de la actividad económica entorno al deporte se observa un aumento en las aportaciones académicas al mismo. Una de las áreas de estudio de la gestión del deporte que está adquiriendo gran protagonismo es la del análisis de la satisfacción de los usuarios y la calidad de servicio.

En la actualidad la calidad se ha convertido en una necesidad para garantizar la continuidad y el progreso de las empresas, generando beneficios que repercutan en los clientes, en los directivos, en los empleados y en la imagen de la organización. Además, el gran desarrollo que en los últimos años ha tenido el sector servicios, ha hecho que se afronte la calidad desde el punto de vista de la calidad de servicio, considerándose éste como el mayor potencial en cuanto a superioridad competitiva que hoy en día pueden tener las empresas (Lloréns y Fuentes, 2000). Todo esto hace que cada vez sean más las investigaciones que tratan de identificar los puntos clave a tener en cuenta para obtener el máximo rendimiento, coincidiendo una parte de ellas en el estudio de la satisfacción y la calidad de los servicios deportivos desde el punto de vista del usuario.

Esta realidad no se le escapa a la administración pues los ciudadanos, cada vez más formados y exigentes, también demandan servicios de calidad en sus relaciones con la administración pública. Además, con el auge de la gestión mixta o indirecta, las propias administraciones requieren a las empresas adjudicatarias que cumplan con unos mínimos de calidad y atención al ciudadano.

En este trabajo se analiza la calidad de servicio que presta una institución pública como es la Generalitat Valenciana, concretamente el trabajo se centra en unas escuelas de enseñanzas náuticas.

La principal aportación en el estudio de la calidad de servicio es la realizada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985). Estos autores, desarrollan un modelo sobre la calidad de servicio percibida con cinco desajustes que a su entender son la causa de la calidad o la no calidad. El desajuste cinco, definido como la diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido, es el concepto clave del modelo y viene determinado por otros cuatro desajustes que ocurren en los procesos propios de las empresas. Estos desajustes tienen su origen en la falta de conocimiento de las expectativas del usuario.

Proveniente de esta primera aproximación, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988, 16) definen la calidad de servicio percibida como “un juicio global, o actitud, relativa a la

superioridad del servicio", y aplicando 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, 80).

El instrumento de medición que crean para desarrollar su modelo lo denominan SERVQUAL (*service quality*). Consiste en una escala de 22 ítems sobre las expectativas de los clientes referidas a una categoría de servicio, que vienen emparejados a 22 ítems sobe las percepciones que han tenido en relación al servicio evaluado en particular. Los 22 ítems se agrupan en 5 dimensiones (tangibles, empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad). Proponen una alternativa de respuesta tipo Likert de 7 puntos donde contestar 1 significa estar muy en desacuerdo y 7 muy de acuerdo con la sentencia. La calidad de servicio según este modo de operativización viene determinada por la suma de las diferencias entre cada par de ítems (percepciones menos expectativas).

A pesar de que SERVQUAL es considerado el instrumento más importante y más referenciado en la literatura, también es criticado por diferentes cuestiones como la inclusión de las expectativas en la escala y la estabilidad de las dimensiones en diferentes tipos de servicios (Carman, 1990; Babakus y Boller, 1992; Cronin y Taylor, 1992; Teas, 1993; Brady et al. 2002). Este instrumento ha sido aplicado en diferentes categorías de servicios dando resultados acordes con las tesis de sus autores como con las tesis de sus críticos, aunque cada vez hay más evidencias en la falta de estabilidad de las dimensiones cuando se analizan categorías de servicios diferentes.

Los estudios sobre calidad de servicio percibida y satisfacción de los usuarios de instalaciones deportivas no han sido ajenos a este debate y también han utilizado la escala SERVQUAL. De este modo se podrían diferenciar dos líneas de análisis, una que adapta esta herramienta a los servicios deportivos y otra que opta por diseñar sus propias medidas.

Respecto a la aplicación de la escala SERVQUAL íntegra en servicios deportivos, se observa una primera aportación realizada por MacKay y Crompton (1988) que 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. Encontraron diferencias en las expectativas de los clientes dependiendo de si es un servicio público o 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 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, capacidad de respuesta, empatía y seguridad), la de seguridad 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 observa después del análisis factorial como se confirman cuatro (seguridad, capacidad de respuesta, fiabilidad y tangibles) de las cinco dimensiones hipotetizadas.

Wright, Duray y Goodale (1992) aplican la escala SERVQUAL de modo íntegro pero resultó ser una herramienta 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.

Otra aproximación que se ha hecho al tema aportando un marco conceptual ha sido la desarrollada por Howat et al. (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 et al. (1996), consideran que la escala diseñada es útil para que los propios gestores puedan medir y controlar la calidad de los servicios que ofrecen. Finalmente, Howat et al. (1996) concluyen que la escala diseñada para evaluar la calidad de servicio (CERM-CSQ) muestra cuatro dimensiones muy estables como son los servicios básicos, el personal, las instalaciones y los servicios complementarios. Estos autores indican que aunque se han basado en el modelo de Parasuraman et al. (1985), las dimensiones que proponen difieren de las del SERVQUAL y no debe de extrañar pues los servicios deportivos son muy distintos de los financieros.

Cristóbal y Gómez (1999) aplican el método Delphi de consulta de expertos y evalúan la viabilidad de la utilización de la nombrada escala para las entidades deportivas. Con este método, reformulan las 22 declaraciones generalistas de la escala SERVQUAL y la adaptan al sector deportivo. En la misma línea, Rodríguez et al. (2003) adaptan la escala de Parasuraman et al. (1988) 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 y se identificaron cuatro factores de calidad percibida tales como servicios anexos, personalidad del equipo, instalaciones físicas y nivel de la plantilla. También realizan un análisis cluster donde clasifican a los espectadores en tres grupos en función de la valoración de la calidad y los definen como satisfechos, sensibles y descontentos.

Por otra parte, Costa et al. (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.

Otra aportación importante, por su novedad, es la realizada por Mundina et al. (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 los de fiabilidad y capacidad de respuesta.

Otros trabajos han analizado la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de instalaciones deportivas desarrollando herramientas diferentes a SERVQUAL y específicas para el tipo de servicio estudiado. 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). Los resultados indican que, en el caso de esta universidad, los dos factores más influyentes en la satisfacción son la gestión de las instalaciones y del personal.

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 instante 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, 211). Los autores justifican su decisión de desarrollar una nueva escala de medida, en la falta de precisión del SERVQUAL de 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 son: 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 SERVQUAL.

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) de un modo simplificado 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 de Kim y Kim (1995) en su versión de expectativas para determinar como 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. Éstos han encontrado diferencias estadísticamente significativas respecto a las expectativas de calidad de servicio en función del género, la edad, los motivos de asistencia y del tipo de instalación (pública o privada).

Un trabajo desarrollado a partir de investigaciones preliminares aporta una herramienta de medida de la calidad de servicio percibida de los espectadores de eventos deportivos denominada EVENTQUAL (Mundina et al., 2005). De la aplicación de esta escala se extraen cuatro dimensiones de calidad de los eventos deportivos como son los tangibles, el personal, los servicios complementarios y la accesibilidad.

Bodet (2006) analiza la satisfacción de los usuarios de los servicios de diversos clubs de fitnes 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, el segundo básico, el tercero secundario y el cuarto lo nombra como elementos añadidos.

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.

Con todo esto se observa como la investigación sobre la calidad de servicio en entidades y servicios deportivos se ha centrado en la evaluación de expectativas y percepciones de los usuarios para determinar los atributos, que desde el punto de vista del usuario, configuran la percepción de calidad en los servicios deportivos. Este trabajo pretende profundizar en este conocimiento analizando la calidad de servicio de unas escuelas náuticas de titularidad pública.

Material y métodos

La investigación se ha desarrollado en las dos únicas escuelas del mar de la Generalitat Valenciana que en el momento del trabajo de campo ofrecían servicios de pensión completa y actividad náutica con profesorado. Las escuelas analizadas han sido las de Borriana y Benicàssim. Estas dos escuelas han sido pioneras en la enseñanza de las actividades náuticas en la Comunidad Valenciana y actualmente forman parte de una red de escuelas náuticas públicas.

Muestra

La muestra estudiada está formada por 2375 usuarios de las escuelas del mar que asistieron a dos campañas náuticas. De éstos, el 75% son alumnos de la escuela de Borriana y el 25% de la de Benicàssim. La media de edad general es de 15,89 años (DS ± 7,21). En Borriana la edad promedio es de 16,03 años (DS ± 7,22) y de 15,48 en Benicàssim (DS ± 7,15).

En la tabla 1 se observa la distribución de alumnos por género, rangos de edad, tipo de usuario, residencia y estudios. La mayoría de alumnos en las dos escuelas se concentran en la franja de edad de menores de 14 años suponiendo el 58,27% en Borriana y el 63,61% en Benicàssim. Le siguen los alumnos de 15 a 18 años con porcentajes situados alrededor del 21% en ambas escuelas. Los mayores de 25 años suponen el 10,80% de los usuarios de Borriana y el 9,69% de Benicàssim. Por último, los usuarios de 19 a 24 años son los menos numerosos en ambas escuelas con porcentajes del 9,89% y 6,12% en Borriana y Benicàssim respectivamente.

El 55,44 % del total de los usuarios de la Escuela del Mar de Borriana han sido hombres y el 44,56 % mujeres. En Benicàssim los hombres suponen el 56,12% y las mujeres el 43,88%.

Tabla 1. Descriptivos de la muestra segmentada por escuelas.

		Escuela del Mar				
		Borriana		Benicàssim		General
		n	%	n	%	%
Género	Hombre	978	55,44%	330	56,12%	55,61%
	Mujer	786	44,56%	258	43,88%	44,39%
Edad	<14 años	1025	58,27%	374	63,61%	59,61%
	de 15 a 18 años	370	21,03%	121	20,58%	20,92%
	de 19 a 24 años	174	9,89%	36	6,12%	8,95%
	>25 años	190	10,80%	57	9,69%	10,52%
Tipo de usuario	Interno	766	94,68%	124	33,97%	75,81%
	Externo	43	5,32%	241	66,03%	24,19%
Residencia	Alicante	144	8,29%	40	6,87%	7,93%
	Alicante provincia	98	5,64%	16	2,75%	4,92%
	Castelló	101	5,81%	190	32,65%	12,55%
	Castelló provincia	167	9,61%	77	13,23%	10,52%
	Valencia	760	43,75%	105	18,04%	37,30%
	Valencia provincia	369	21,24%	16	2,75%	16,60%
	Otros	98	5,64%	138	23,71%	10,18%
Estudios	EGB/Primaria	505	28,99%	174	29,54%	29,13%
	BUP/Ciclos F/FP	518	29,74%	57	9,68%	24,67%
	ESO	353	20,26%	236	40,07%	25,27%
	Universidades	304	17,45%	91	15,45%	16,95%
	Bachillerato	62	3,56%	31	5,26%	3,99%

En estas escuelas los usuarios pueden escoger entre realizar el curso de actividades náuticas (vela ligera, remo, piragüismo y wind-surf) como internos (curso y pensión completa) o como externos (curso y almuerzo). Los usuarios internos suponen la mayoría en Borriana con un 94,68%. En cambio en Benicàssim la mayoría son externos con un 66,03%.

La mayoría de usuarios de Borriana tiene estudios de formación profesional o del antiguo bachillerato unificado suponiendo un 29,74%. Le siguen los usuarios con estudios primarios con un 28,99%. Los de ESO suponen el 20,26% y los universitarios el 17,45%. En Benicàssim son mayoría los alumnos de ESO (40,07%). Con estudios primarios acuden el 29,54% y los universitarios suponen el 15,45%.

La mayoría de los alumnos de la escuela de Borriana son de la ciudad de Valencia pues suponen el 43,75% del total de asistentes. Le siguen los asistentes de ciudades de la provincia de Valencia con un 21,24%. En cambio, a pesar de encontrarse la escuela en la provincia de Castellón sólo suponen el 15,42% del total de alumnos. En la escuela de Benicàssim, el 32,65% acuden desde la ciudad de Castellón y un 23,71% son usuarios

de otras comunidades. El 18,04% son alumnos de Valencia ciudad y el 13,23% de ciudades de la provincia de Castellón.

Instrumentos

El instrumento de medida utilizado para la recogida de datos surge del Neptuno-1 utilizado en trabajos anteriores como los de Luna, Mundina y Gómez (1998), Mundina, García, Calabuig y Balibrea (1998) o Mundina y Calabuig (1999). Este cuestionario se sometió a una serie de modificaciones aumentando el número de ítems en la escala de calidad para obtener más información del servicio y mejorar la fiabilidad del mismo.

La herramienta de medida se divide en áreas temáticas de evaluación que se pueden observar en la figura 1. Estas áreas se componen de diferentes ítems con posibilidades de repuesta heterogéneas en función de la información solicitada.

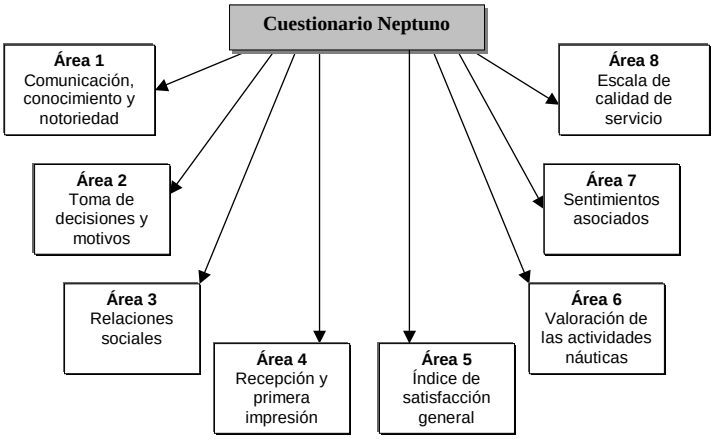


Figura 1. Áreas que componen el cuestionario Neptuno.

Fuente: Calabuig, F. (2005).

Las ocho áreas evaluadas por este instrumento son: 1-comunicación, conocimiento y notoriedad. Se recaba información sobre los canales de comunicación por los cuales se conoce las escuelas; 2-toma de decisiones y motivos de asistencia. En este punto se pregunta sobre los motivos de asistencia y sobre el proceso de toma de decisión para asistir a la escuela; 3-Relaciones sociales. Se cuestiona a los usuarios sobre las relaciones con otras personas durante el uso del servicio; 4-Recepción y primera impresión. Se testa como fue la recepción y las primeras impresiones de los usuarios; 5-índice de satisfacción general. Aquí se hacen preguntas generales sobre la satisfacción con el servicio recibido; 6-Valoración de las actividades náuticas (AANN). Se pregunta a los usuarios sobre las actividades náuticas y sus actitudes hacia ellas; 7-Sentimientos asociados. Se incluye una escala de diferencial semántico para conocer cuales han sido los sentimientos de los usuarios durante el consumo del servicio; 8- escala de calidad de servicio. Se analiza los diferentes elementos que fundamentan el servicio prestado.

Además de las preguntas abiertas incluidas en el cuestionario anteriormente comentado, también se recopila, como es preceptivo, información sociodemográfica sobre los usuarios del servicio al final del instrumento.

Propiedades psicométricas

La medida recomendada para calcular la consistencia interna de un conjunto de ítems o su fiabilidad, es la proporcionada por el coeficiente del 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.

En la primera escala de calidad desarrollada, se obtuvo un coeficiente de 0,89 para los 27 ítems incluidos en el análisis. Con este resultado, observando las deficiencias de algunos ítems y con la opinión de expertos del servicio, se eliminaron ciertos ítems que no ofrecían información relevante y otros se incluyeron hasta conseguir una escala de percepción del resultado del servicio de 44 ítems (ver tabla 2) configurando de este modo la segunda versión de la escala de calidad percibida.

Tabla 2. Fiabilidad de la escala de calidad percibida en sus diferentes versiones.

Escala	Nº ítems	Nº de casos	Alfa Cronbach
NEPTUNO-1	27	836	0,89
NEPTUNO-2	44	473	0,94
NEPTUNO	44	546	0,93

Para calcular este coeficiente se incluyeron los 44 ítems que conforman la segunda escala que media la percepción de la calidad de servicio en las escuelas del mar de la Generalitat Valenciana. Se obtuvo un coeficiente alfa de Cronbach de 0,94. En el siguiente pase del cuestionario, donde no se modificó la escala, se pudo confirmar que hay una estabilidad en la fiabilidad del constructo pues se obtuvo un coeficiente alfa de 0,93.

Este coeficiente de fiabilidad se puede considerar un muy buen índice para los propósitos de nuestra investigación. 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. Churchill (1979) también considera que los valores del alfa de Cronbach para investigación aplicada no deben ser inferiores a 0,9.

Del mismo modo se procedió a analizar la fiabilidad de cada una de las dimensiones de calidad de servicio obtenidas a partir del análisis factorial de componentes principales sobre la muestra de las dos últimas campañas analizadas. Así, se puede observar en la tabla 3 como todas las dimensiones de calidad obtienen índices alfa de Cronbach buenos para la posterior interpretación de los datos. Existen dos dimensiones (estado del entorno náutico y la teoría) con un coeficiente inferior a 0,70, con lo que se propone estudiar la importancia de la información aportada por estas dimensiones, así como la redacción de los ítems con el objeto de mejorar esos índices en futuros trabajos.

Tabla 3. Coeficiente Alfa de Cronbach de las dimensiones de calidad percibida.

Factores	Coeficiente Alfa	Nº de ítems
La comida	*.90*	*8*
El tiempo libre	*.85*	*4*
Las Clases	*.82*	*4*
La Limpieza	*.79*	*5*
El Material Náutico	*.75*	*5*
La Comida Complementaria	*.81*	*5*
Los Horarios	*.70*	*5*
La Conserjería	*.77*	*3*
Estado del entorno náutico	*.63*	*3*
La Teoría	*.68*	*2*
Total escala calidad	*93*	*44*

La exploración de la validez de la escala 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 el 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 et al., 2000).

Respecto a la validez de contenido, entendemos que la escala recoge todos los principales elementos a valorar en este tipo de servicios. Para ello nos basamos en el proceso de elaboración de la escala donde participaron diferentes expertos en la gestión de actividades náuticas y en la revisión de la literatura sobre la calidad y la satisfacción en el ámbito de la gestión del deporte.

Para determinar la validez de constructo hemos realizado un análisis de correlación entre los factores de calidad y la calidad total con la satisfacción general. Estos constructos (calidad y satisfacción) están fuertemente asociados entre sí como se puede contrastar en la literatura (Bitner, 1990; Carman, 1990; Cronin y Taylor, 1992; Parasuraman et al., 1988).

La variable calidad total se determinó calculando una nueva variable a través de la media aritmética de todos los ítems que configuran la escala. Se obtuvo una correlación positiva y significativa de 0,498 ($p \leq 0,01$) entre la calidad total y la satisfacción general. Del mismo modo se obtuvieron correlaciones significativas y positivas entre todos los factores de calidad y la satisfacción general situadas entre 0,276 y 0,425 ($p \leq 0,01$).

Procedimiento de administración

La administración del cuestionario a los usuarios la llevó a cabo el personal investigador. Ésta se realizó al final de la semana cuando ya había concluido el curso. Los alumnos eran reunidos en una sala donde se les explicaba el objetivo de la encuesta. A continuación se les daba las instrucciones para su cumplimentación y se les informaba que era anónimo y voluntario. Si había alguna duda se podía requerir la presencia del encuestador para su aclaración.

Resultados

Calidad de servicio global

Para determinar la calidad de servicio de las escuelas del mar de la Generalitat Valenciana se utilizó una escala de 44 ítems referida a los distintos elementos del servicio. La escala de respuesta es de tipo Likert donde 1 significa muy mala y 5 muy buena. La escala fue sometida a un análisis factorial de componentes principales con el objetivo de resumir la información y agrupar los distintos elementos del servicio en factores de evaluación más generales. De este análisis se extrajeron diez factores que explican el 62,10% de la varianza total. Se determinó que el análisis de factorial de componentes principales era apropiado para este conjunto de ítems pues la prueba KMO obtuvo un índice de 0,919 y el test de esfericidad de Barlett resultó significativo (Chi^2 aprox.= 20.988,063; $p \leq 0,001$).

Se observa en la tabla 4 como la mejor puntuación la recibe el factor las clases con un 4,47 (DT 0,58) sobre cinco. El segundo factor que mejor puntúa es el tiempo libre con un 4,00 (DT 0,82). Le sigue el material náutico (3,94; DT 0,62) y la limpieza de la escuela con un 3,90 (DT 0,69). El elemento peor puntuado es el factor 6 la comida complementaria y el factor 9 el estado del entorno náutico con un 3,53 (DT. 0,82) y 3,54 (DT 0,80) respectivamente. Teniendo en cuenta que la escala de respuesta varía entre 1 y 5, se puede considerar que los resultados son buenos en general.

Tabla 4. Puntuaciones medias de las dimensiones de calidad percibida.

	Factores	N	Media	Desv. típ.
1	La comida	1788	3,70	0,78
2	El tiempo libre	1396	4,00	0,82
3	Las Clases	2222	4,47	0,58
4	La Limpieza	1730	3,90	0,69
5	El Material Náutico	1842	3,94	0,62
6	La Comida Complementaria	1791	3,53	0,82
7	Los Horarios	1814	3,60	0,74
8	La Conserjería	1922	3,60	0,95
9	Estado del entorno náutico	1768	3,54	0,80
10	La Teoría	2306	3,80	0,85
	Total escala calidad		3,75	0,52

Desde el punto de vista de la gestión, cabría realizar mejoras en los factores que peor puntuación obtienen, pero también es importante conocer si esta valoración es igual en los distintos grupos de usuarios de las escuelas. Para ello hemos realizado un análisis de diferencias de medias utilizando dos análisis; la prueba T para muestras independientes y la ANOVA, con el objetivo ya comentado de analizar la percepción del servicio en función de distintas características de los usuarios.

Calidad de servicio según la escuela

Cuando comparamos los factores de la escala de calidad percibida con las escuelas del mar observamos que no existen diferencias significativas en los factores de horarios, conserjería, la teoría, el material náutico y el estado del entorno náutico. El resto de factores muestran diferencias estadísticamente significativas y observando sus puntuaciones medias, podemos decir que todas estas diferencias son favorables a la escuela del mar de Borriana.

Tabla 5. Análisis diferencial de los factores de calidad percibida según la instalación.

	Factores de calidad	F	Sig.	Borriana (media)	Benicàssim (media)
1	La comida	7,770	,000***	3,73	3,33
2	El tiempo libre	4,465	,000***	4,03	3,79
3	Las Clases	13,664	,000***	4,50	4,36
4	La Limpieza	3,012	,003**	3,91	3,65
5	El Material Náutico	,000	,081	3,95	3,88
6	La Comida Complementaria	11,061	,000***	3,56	3,05
7	Los Horarios	,248	,661	3,59	3,62
8	La Conserjería	1,214	,255	3,59	3,67
9	Estado del Entorno náutico	6,959	,057	3,53	3,69
10	La Teoría	1,273	,903	3,82	3,82

**$p \leq 0,01$ ***$p \leq 0,001$

Calidad de servicio según el género

Al comparar los diferentes factores según el género de los usuarios de las escuelas del mar de la Generalitat Valenciana, encontramos que en todos ellos existen diferencias estadísticamente significativas como se observa en la tabla 6.

Tabla 6. Análisis diferencial de los factores de calidad percibida según género.

Factores de calidad	F	Sig.	Hombres	Mujeres
La comida	8,469	,000***	3,62	3,81
El tiempo libre	8,314	,000***	3,91	4,09
Las Clases	36,171	,000***	4,39	4,58
La Limpieza	33,108	,000***	3,77	4,06
El Material Náutico	5,259	,000***	3,86	4,04
La Comida Complementaria	27,019	,000***	3,37	3,72
Los Horarios	24,644	,000***	3,49	3,73
La Conserjería	43,691	,000***	3,48	3,73
Estado del Entorno náutico	21,640	,000***	3,42	3,69
La Teoría	47,231	,000***	3,76	3,90

***p ≤ 0,001

Observando las puntuaciones de calidad realizadas por cada grupo de usuarios, las mujeres tienen una percepción de calidad mayor que los hombres pues en todos los factores puntúan más alto.

Calidad de servicio según la edad

La variable edad parece ser una de las diferenciales respecto a la calidad percibida de los usuarios. Así pues, se puede observar en la tabla 7 que existen diferencias estadísticamente significativas en todos los factores según la edad excepto en el 3 (Las clases de navegación).

Tabla 7. Análisis diferencial de los factores de calidad percibida según la edad.

	Factores de calidad	F	Sig.	<14 años	de 15 a 18 años	de 19 a 24 años	>25 años
1	La comida	28,850	,000***	3,78	3,44	3,54	3,98
2	El tiempo libre	58,355	,000***	4,17	3,76	3,59	3,73
3	Las Clases	2,099	,098	4,47	4,53	4,43	4,45
4	La Limpieza	14,488	,000***	3,87	3,79	3,96	4,19
5	El Material Náutico	52,909	,000***	4,09	3,78	3,60	3,84
6	La Comida Complementaria	32,093	,000***	3,63	3,25	3,26	3,75
7	Los Horarios	43,069	,000***	3,70	3,27	3,41	3,81
8	La Conserjería	19,640	,000***	3,61	3,36	3,54	3,97
9	Estado del Entorno náutico	12,014	,000***	3,57	3,37	3,43	3,76
10	La Teoría	4,402	,004**	3,79	3,87	3,80	3,94

**p ≤ 0,01 ***p ≤ 0,001

Para determinar qué diferencias existen entre los grupos de edad hemos realizado la prueba de contrate de grupos de Scheffe. Con ello se observa que es en los factores 1 y 5 en los que mayor número de diferencias significativas se da entre los usuarios de las escuelas según su edad (ver tabla 8).

Tabla 8. Análisis diferencial de los factores de calidad percibida según la edad.

	Factores de calidad	1 vs 2	1 vs 3	1 vs 4	2 vs 3	2 vs 4	3 vs 4
1	La comida	*	*	*		*	*
2	El tiempo libre	*	*	*			
3	Las Clases						
4	La Limpieza			*		*	*
5	El Material Náutico	*	*	*	*		*
6	La Comida Complementaria	*	*			*	*
7	Los Horarios	*	*			*	*
8	La Conserjería	*		*		*	*
9	Estado del Entorno náutico	*		*		*	*
10	La Teoría			*			

* $p \leq 0,05$

En el factor referido a las clases teóricas (10), tan solo se obtienen diferencias significativas entre el grupo de los más pequeños y el de los de mayor edad a favor de éstos últimos. Es entre el grupo de 15 a 18 años y el de 19 a 24 años donde menos diferencias existen en la percepción de la calidad de las escuelas. Entre estos dos grupos solo se mantienen diferencias estadísticamente significativas en el factor 5 relativo al material náutico puntuándolo mejor los usuarios de 15 a 18 años.

A partir de estos resultados hemos realizado un análisis de correlación entre la edad y la satisfacción general. Hemos encontrado una relación negativa estadísticamente significativa pero con escasa fuerza ($r = -0,124$; $p \leq 0,01$). Así, se puede decir que cuanto mayor es la edad de los usuarios menor es su satisfacción general con el servicio recibido en las escuelas.

Calidad de servicio según el tipo de usuario

Atendiendo al tipo de servicios contratados, se diferencia entre usuarios internos, con pensión completa y curso, y usuarios externos con curso y almuerzo. Se han obtenido diferencias estadísticamente significativas en los elementos del servicio de conserjería ($p \leq 0,001$), estado del entorno ($p \leq 0,001$) y la teoría ($p \leq 0,05$). En estos tres factores los usuarios externos muestran mayor percepción de calidad que los internos.

Discusión

El estudio de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de entidades deportivas es un tema cada vez más estudiado en la literatura relacionada con la gestión del deporte aunque aún es escaso (Tsitskari et al., 2006). Los principales trabajos

desarrollados se han centrado en determinar el grado de calidad de servicio percibida y de satisfacción de los usuarios, para a partir de estos índices determinar las dimensiones de calidad que resultan determinantes para los usuarios de las instalaciones deportivas.

Las instalaciones públicas de práctica deportiva y las de fitness han sido las más estudiadas. En el tipo de servicio analizado en este trabajo, como son los náuticos, no se han encontrado referencias en la literatura más que los que han servido de base para este trabajo como son los de Luna y Mundina (1998) o Mundina y Calabuig (1999). Es por ello que la comparación de resultados que se expone a continuación se debe tomar con cautela debido a las diferencias evidentes en el tipo de servicios.

En estos servicios y tras el análisis factorial se concluye que las dimensiones de calidad de servicio percibida por los usuarios de las escuelas náuticas son: las clases, el tiempo libre, la limpieza, el entorno náutico, la comida, la comida complementaria, el material náutico, los horarios, la conserjería y la teoría.

Las dimensiones de calidad peor valoradas han sido las relacionadas con aspectos tangibles como el estado del entorno y la comida servida. Las dimensiones mejor valoradas han sido las clases de navegación y el tiempo libre. Dentro de estas dos dimensiones las variables mejor valoradas han sido las relacionadas con los profesores y monitores de las actividades, coincidiendo estos resultados con los de otros trabajos similares (Afthinos et al. 2005; Dorado, 2007; Murray y Howat, 2002; Nuviala y Casajús, 2005) donde los recursos humanos están muy bien valorados. Luna-Arocas y Calabuig (1999) analizan los recursos humanos del servicio de deportes de una universidad pública y encuentran que los técnicos deportivos son los mejor valorados en oposición al personal de conserjería, de administración y de atención al alumnado. Además, Triadó et al. (1999) determinan que los recursos humanos es el factor que mayor satisfacción predice en los servicios deportivos de la ciudad de Barcelona y, Bodet (2006) concluye que el factor humano resulta determinante para la satisfacción de los usuarios. Estos datos refuerzan la idea de que los técnicos deportivos son esenciales en aquellas actividades en las que intervienen directamente, conformándose probablemente en el elemento básico del servicio deportivo.

Cuando estos resultados se analizan en función de distintas variables que pueden servir para identificar grupos de usuarios más o menos satisfechos con el servicio recibido, se observar algunos datos destacables. En este sentido, las mujeres tienen una percepción de calidad superior que los hombres en todas las dimensiones analizadas coincidiendo con los resultados de Dorado (2007). Estos resultados pueden resultar interesantes, pues se intuye que en los servicios deportivos donde la intervención de los técnicos deportivos es importante, las mujeres realizan mejores valoraciones que los hombres. Esto se refuerza teniendo en cuenta los datos de Pérez y Calabuig (2007) y Crespo, Mundina y Calabuig (2007), que analizan la calidad percibida por los espectadores de eventos deportivos donde la intervención del personal del servicio es mínima y en estos casos no encuentran diferencias estadísticamente significativas en función del género. Afthinos et al. (2005) observan que las mujeres desean servicios deportivos más espaciosos, un programa de actividades más adecuado y diferenciado según sus necesidades, mayor diversidad de deportes, folletos más comprensibles y mejores accesos. En cambio los hombres desean más paquetes de servicios para los socios, más facilidades para invitar a amigos y la cafetería.

La escuela náutica donde se han realizado los cursos también parece ser un elemento diferenciador de la calidad percibida, pues la escuela de Borriana muestra mejores índices de calidad que la de Benicàssim en las dimensiones básicas del servicio como son las clases, el tiempo libre, la comida y la limpieza. Este resultado se puede explicar en parte porque la escuela de Benicassim es más antigua y tiene menos comodidades que la de Borriana. Además, puede denotar la falta de homogeneidad en la prestación del servicio, pues aunque son de la misma titularidad y los procesos de gestión y enseñanza son similares, los resultados son más favorables en una escuela que otra.

Respecto a las diferencias de valoración en función de la edad, se da un resultado llamativo, pues se encuentran diferencias estadísticamente significativas en todas las dimensiones de calidad excepto en la dimensión clave del servicio, las clases de navegación. Este resultado denota que los profesores, la metodología y el tipo de actividades que plantean están muy bien valorados por todos los grupos de edad, y teniendo en cuenta que los usuarios tienen edades comprendidas entre los 10 y los 51 años parece ser un dato meritorio para la organización. No obstante, se observa una tendencia, aunque débil, a valorar de peor manera el servicio cuanto mayor es la edad. Estos resultados difieren de los obtenidos por Triadó et al. (1999), los cuales encuentran 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. Afthinos et al. (2005) solo encuentra diferencias respecto a la edad entre los usuarios mayores y menores de 60 años, así, los usuarios de más edad desean mayor responsabilidad del personal de la instalación.

La implicación del usuario en la actividad o servicio no parece determinante para valorar la calidad del servicio, pues los usuarios que están más tiempo en la instalación (internos) y los que acuden únicamente a las clases de navegación (externos) tan solo muestran diferencias en la valoración de tres dimensiones secundarias del servicio deportivo ofrecido.

Conclusiones

1.- Las dimensiones de calidad de servicio percibida por los usuarios de las escuelas náuticas son: las clases, el tiempo libre, la limpieza, el entorno náutico, la comida, la comida complementaria, el material náutico, los horarios, la conserjería y la teoría.

2.- Los elementos mejor valorados son las clases de navegación y el tiempo libre, especialmente los técnicos de las actividades náuticas y los de tiempo libre.

3.- Tanto las mujeres como los usuarios de menor edad valoran mejor el servicio recibido que los hombres y los alumnos de mayor edad.

4.- El nivel de implicación del usuario, entendido como tiempo de permanencia en el servicio, no parece determinante para la valoración de la calidad de los servicios deportivos, al menos en los elementos esenciales.

Referencias bibliográficas

Absher, J., Howat, G., Crilley, G. y 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. y Nassis, P. (2005). Customer's expectations of service in Greek fitness centres. Gender, age, type of sport center, and motivation differences. *Managing Service Quality*, 15(3), 245-258.

Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C. y 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.

Bakakus, E. y Boller, G. W. (1992). An empirical assessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Business Research*, 24(3), 253-268.

Bitner, M. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses, *Journal of Marketing*, 54, 69-82.

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. y Brand, R. R. (2002). Performance-only measurement of service quality: a replication and extension. *Journal of Business Research*, 55, 17-31.

Brady, K.M. y Cronin, J.J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65, 17-31.

Calabuig, F. (2005). *La calidad percibida en los servicios náuticos de la Generalitat Valenciana*. Tesis de Doctorado para la obtención del título de Doctor en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Facultat de Ciències de l´Activitat Física i l´Esport, Universitat de València, España.

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).

Carman, J.M. (1990). Consumer Perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 66, 33-55.

Churchill, G. (1979). A Paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16, 64-73.

Crespo, J., Mundina, J. y Calabuig, F. (2007). *La calidad percibida y la satisfacción de los espectadores de eventos futbolísticos. Diferencias según género, edad y otros deportes.* Comunicación presentada al V Congreso Internacional de Fútbol. Cartagena, España.

Cristóbal, E. y 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. y Mackay, K. J. (1989). Users' perceptions of the relative importance of service quality dimensions in selected public recreation programs. *Leisure Sciences*, 11 (4), 367-375.

Crompton, J. L., Mackay, K. J. y Fesenmaier, D. R. (1991). Identifying dimensions of service quality in public recreation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 9 (3), 15-28.

Cronin, J. Jr. y Taylor, S. (1992). Measuring service quality: a re-examination and extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

Dorado, A. (2007). Análisis de la satisfacción de los usuarios del servicio deportivo municipal. *Revista de Educación Física INDEref*. http://www.inderef.com/content/view/35/113

Howat, G., Crilley, G., Milne, I. y Absher, J. (1993). The basis for measuring quality customer service in sports and leisure centres. Australian Journal of *Leisure and Recreation*, 3(3), 5-13.

Howat, G., Crilley, G., Absher, J. y Milne, L. (1996). Measuring customer service quality in sport an leisure centers. *Managing Leisure*, 1(2), 77-89.

INE (2007). Encuesta anual de servicios 2005. http://www.ine.es/inebase/index.html [Consulta: 21/06/07].

Kim, D. y Kim, S. (1995). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centres in Korea. *Journal of Sport Management*, 9, 208-220.

Luna-Arocas, R. y Mundina, J. (1998). La satisfacción del consumidor en el marketing del deporte. *Revista de Psicología del Deporte*, 13, 147-155.

Luna, R., Mundina, J. y 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.

Luna-Arocas, R., Mundina, J. y Gómez, A. (1998). La creación de una escala para medir la calidad de servicio y la satisfacción: el Neptuno-1. En Martínez del Castillo, J. (comp.): *Deporte y Calidad de Vida*. (Pp. 279-290). Madrid: Librerías deportivas Esteban Sanz.

Luna-Arocas, R. y Calabuig, F. (1999). La estrategia de los recursos humanos en 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).

Lloréns, F. J. y Fuentes, M. M. (2000). *Calidad Total: Fundamentos e Implantación*. Madrid: Pirámide.

Mackay, K. J. y Crompton, J. L. (1988). A conceptual model of consumer evaluation of recreation service quality. *Leisure Studies*, 7(1), 41-49.

Miquel, S., Bigné, E., Lévy, J.P., Cuenca, A.C. y Miquel, M.J. (2000). *Investigación de mercados*. Madrid: McGraw-Hill.

Mundina, J. y 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., García, J., Calabuig, F. y Balibrea, K. (1998). Calidad de servicio en las escuelas del mar de la Generalitat Valenciana. En Martínez del Castillo, J. (comp.) *Deporte y Calidad de Vida,* (Pp. 291-298). Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz.

Mundina, J., Quintanilla, I., Sampedro, J., Calabuig, F. y Crespo, J. (2005). *Estudio de la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores y los deportistas de los juegos mediterráneos Almería 2005*. Valencia: J. Mundina.

Murray, D. y Howat, G. (2002). The relationship among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure centre. *Sport Management Review*, 5, 25-43.

Nunnally, J.C. (1987). *Teoría Psicométrica*. Méjico: Trillas.

Nuviala, A. y Casajús, J.A. (2005). Calidad percibida del servicio deportivo en edad escolar desde la perspectiva de los padres. El caso de la provincia de Huelva. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte* (17) http://cdeporte.rediris.es/revista/revista17/artcalidad1.htm

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y 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. y Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. 64, 12-40.

Pérez, C. y Calabuig, F. (2007). *La calidad percibida en los eventos deportivos: el caso de una reunión internacional de atletismo*. Trabajo de investigación de doctorado, sin publicar. Universitat de València, España.

Peterson, R.A. (1994). A meta-analysis of Cronbach's coefficient Alpha. *Journal of Consumer Research*, 21(2), 181-191.

Rodríguez, I., Agudo, A., García, M.M. y Herrero, A. (2003). Análisis de los factores determinantes de la calidad percibida en los espectáculos deportivos: Aplicación al fútbol profesional. Barcelona: *Actas del Congreso Mundial de Gestión deportiva*.

Teas, R.K. (1993). Expectations, performance evaluation, and consumers' perceptions of quality, *Journal of Marketing*, 57(4), 18-34.

Triadó, X., Aparicio, P. y 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/cjsm/v3n4/triado34.htm.

Tsitskari, E., Tsiotras, D. y Tsiotras, G. (2006). Measuring service quality in sport services. *Total Quality Management*, 17(5), 625-631.

Wright, B. Z, Duray, N. y 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.