

Crespo, J., Pérez-Campos, C., & Mundina, J. (2012). Calidad de servicio percibida por los espectadores de fútbol. Análisis de diferencias entre grupos *Journal of Sports Economics & Management*, 2(1), 4-15.

LA CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA POR LOS ESPECTADORES DE UN EVENTO DE FÚTBOL. ANÁLISIS DE DIFERENCIAS ENTRE GRUPOS

Spectators' perceived service quality of a football event. Analysing differences between groups

Josep Crespo Hervás¹, Carlos Pérez Campos², Javier Mundina Gómez¹

¹ Departament d'Educació Física i Esportiva, Universitat de València, Spain

² Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Católica de Valencia, Spain

RESUMEN: El objetivo del presente trabajo es analizar la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores de fútbol de un evento puntual multideportivo de carácter internacional. Se estudia una muestra de 203 espectadores de fútbol a través de un cuestionario. Los resultados muestran una alta valoración de la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores. No se observan diferencias estadísticamente significativas en la valoración de la satisfacción, la calidad percibida y los elementos de la competición entre los espectadores de fútbol según el género. La variable edad resulta determinante de la percepción de la calidad pues se observan diferencias estadísticamente significativas entre diversos grupos de edad. Del mismo modo, los espectadores de fútbol se muestran más satisfechos que los espectadores del resto de deportes de los Juegos Mediterráneos.

PALABRAS CLAVE: Calidad de servicio, satisfacción, fútbol, eventos deportivos.

ABSTRACT: *The aim of this paper is to analyse the perceived quality and satisfaction of football spectators of an international multisport event. A sample of 203 football spectators was studied through a questionnaire. The results show a high performance of perceived quality and satisfaction of spectators. No statistically significant differences in the assessment of satisfaction, perceived quality and elements of competition among football spectators were found by gender. The age is an important variable of perceived quality due to statistically significant differences between different age groups were observed. Similarly, football spectators are more satisfied than other sports spectators of the Mediterranean Games.*

KEY WORDS: Service quality, satisfaction, football, sporting events.

Información de contacto:

Josep Crespo Hervás
josep.crespo@uv.es
c/ Gascó Oliag, 3
46010 Valencia

1. Introducción

La principal aportación al estudio de la calidad de servicio es la realizada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985). Estos autores, desarrollan su modelo y lo ponen en práctica a través del instrumento de medición que denominan SERVQUAL. En los estudios sobre calidad de servicio percibida en los eventos deportivos se pueden diferenciar dos líneas de análisis, una que adapta esta herramienta a los eventos deportivos y otra que opta por diseñar sus propias medidas.

En la literatura observamos trabajos que utilizan estas metodologías para la medida de la calidad percibida de los espectadores eventos deportivos. De esta manera, mientras que Theodorakis, Kambitsis, Laios y Koutelios (2001) crean una herramienta que denominan SPORTSERV a partir del SERVQUAL y que comparte las mismas 5 dimensiones de calidad, Kelley y Turley (2001) desarrollan una escala de medida de la calidad percibida específica para un evento deportivo obteniendo nueve dimensiones de calidad.

Hightower, Brady y Baker (2002) estudian un evento como el béisbol, los resultados confirman que los distintos elementos del servicio tienen una influencia significativa sobre las intenciones futuras de los asistentes al evento. También Dale et al. (2005), en su estudio miden la calidad percibida en un club de rugby y la relacionan con la captación y retención de espectadores. En el mismo sentido, Crespo y Pérez-Campos (2011) analizan la satisfacción de los espectadores en un club de baloncesto y encuentran que la satisfacción con la programación, es decir, con los horarios de celebración del evento, está relacionada con las intenciones futuras de los espectadores.

En relación al fútbol, Agudo y Toyos (2003), en un estudio desarrollado en un club de la primera división española, analizan la calidad percibida de los espectadores. En este trabajo se realiza una aportación interesante en la medida de la calidad percibida en eventos deportivos al introducir algunos elementos de la competición que ya fue sugerida en otros trabajos (Van Leeuwen, Quick, y Daniel, 2002) aunque de modo tentativo. Agudo y Toyos optan por adaptar el SERVQUAL y reducen la escala de calidad percibida de 22 a 13 ítems obteniendo 4 factores de calidad de servicio percibida.

Parece evidente que existe una inquietud por investigar sobre la calidad percibida y la satisfacción en los eventos deportivos, cuyo objetivo final es disponer de información contrastada que pueda mejorar el éxito en la gestión de tales eventos (Mundina y Calabuig, 2011).

El presente trabajo es el resultado de un estudio realizado para determinar la calidad de servicio percibida y la satisfacción de los espectadores de los Juegos

Mediterráneos Almería. El objetivo de esta aportación es analizar estas variables en los espectadores de fútbol e identificar las diferencias existentes según el género, la edad y también con los espectadores de otros deportes.

2. Material y método

La investigación se desarrolló en un evento deportivo multideporte desarrollado en Almería. Se utilizó un cuestionario autoadministrado para obtener la información de los espectadores del evento.

2.1. Muestra

Se recogieron un total de 203 cuestionarios considerados válidos que completan la muestra de espectadores. El cuestionario se administró en las gradas de las instalaciones deportivas durante los últimos minutos de competición y una vez finalizada la misma.

Del total de espectadores encuestados en los partidos de fútbol de los Juegos Mediterráneos de Almería, el 75,40% fueron hombres y el 24,60% mujeres. El 47,30% del total de la muestra tiene edades comprendidas entre los 24 y los 35 años. Los espectadores mayores de 35 años suponen un 28,10%. El resto de la muestra se reparte entre el 14,80% de los espectadores de 19 a 23 años y el 9,90% de los espectadores con una edad de 16 a 18 años. Cabe destacar que el 97,00% de la muestra eran españoles, el otro 3,00% se encuentra repartido entre el 1,50% de nacionalidad ecuatoriana, los espectadores de nacionalidad italiana que suponen el 1,00% y los franceses que acumulan el 0,50 del total de la muestra.

2.2. Instrumentos

La recogida de la información se realizó mediante un cuestionario compuesto por distintas escalas de medida desarrolladas a partir de la literatura científica. También se incluyó un apartado para recoger información sociodemográfica. La calidad de servicio percibida se analizó mediante la escala Eventqual de Calabuig, Crespo y Mundina (2010). También se analizó la calidad de servicio global y la satisfacción general con dos escalas de cinco ítems cada que fueron adaptados de la propuesta de Hightower et al. (2002). Las intenciones futuras de los espectadores se analizaron mediante cuatro ítems tomados de Zeithaml, Berry y Parasuraman (1996). Finalmente, una escala de elaboración propia con tres reactivos se diseñó para analizar los elementos de la competición.

Como datos sociodemográficos se recogió la edad, el género, el deporte al que asiste y la nacionalidad de cada espectador.

Para el estudio de la calidad percibida de los espectadores se ha desarrollado una escala de calidad percibida específica para eventos deportivos que hemos denominado EVENTQUAL.

Propiedades psicométricas de las escalas utilizadas: fiabilidad y validez.

La medida más utilizada para calcular la consistencia interna de un conjunto de ítems o su fiabilidad, es la proporcionada por el coeficiente del alfa de Cronbach. En la tabla 1 se pueden observar los diferentes coeficientes alfa de Cronbach de cada escala utilizada. Todos los coeficientes se consideran buenos, pues en todos los casos superan el 0,8 propuesto por diversos autores (Nunnally, 1987; Peterson, 1994).

Tabla 1. Fiabilidad de las escalas utilizadas mediante el alpha de Cronbach.

Escala	Alfa de Cronbach	Nº de ítems
Calidad percibida (EVENTQUAL)	0,91	20
Calidad de servicio	0,94	5
Satisfacción general	0,92	5
Intenciones futuras	0,90	4

También se procedió a analizar la fiabilidad de cada una de las dimensiones de calidad obtenidas a partir de la escala de percepciones del EVENTQUAL tras realizar un análisis factorial de componentes principales con rotación varimax. Así, se puede observar en la tabla 2 como todas las dimensiones obtienen índices alfa de Cronbach aceptables. Únicamente la dimensión de accesibilidad obtiene un valor considerado aceptable ($\alpha = 0,66$).

Tabla 2. Fiabilidad de las dimensiones de calidad percibida.

Escala	Alfa de Cronbach	% de varianza	Nº de ítems
Accesibilidad	0,91	0,66	10,46%
Personal	0,94	0,86	14,63%
Tangibles	0,92	0,83	18,33%
Servicios complementarios	0,90	0,76	12,87%

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

Respecto a la validez de contenido entendemos, después de realizar una exhaustiva revisión de la literatura sobre la calidad y la satisfacción en el ámbito de la gestión del deporte, que la escala EVENTQUAL recoge todos los principales elementos a valorar en este tipo de servicios. Además, el proceso de elaboración de la escala donde participaron diferentes expertos en la gestión del deporte y de la organización de eventos deportivos, así como, profesores universitarios investigadores en el ámbito de la gestión deportiva, avala esta afirmación.

Para determinar la validez de constructo hemos realizado un análisis de correlación de Pearson entre los factores de calidad y la suma total del EVENTQUAL, con los ítems resumen de la calidad de servicio global. La calidad de servicio global se determinó calculando una nueva variable. Para ello se extrajo la media aritmética de los ítems que componen la escala de calidad de servicio global. Se obtuvo una correlación positiva y significativa de 0,752 ($p \leq 0,01$) entre la puntuación EVENTQUAL total y calidad de servicio global. Del mismo modo se obtuvieron correlaciones estadísticamente significativas y positivas entre todos los factores de calidad percibida y la calidad de servicio global (ver tabla 3).

Tabla 3. Fiabilidad de las dimensiones de calidad percibida.

Escala	Alfa de Cronbach
Eventqual Total	,75(**)
Tangibles	,67(**)
Personal	,64(**)
Servicios complementarios	,52(**)
Accesibilidad	,51(**)

** La correlación es significativa al nivel 0,01

2.3. Procedimientos

El cuestionario se administró a los espectadores mediante voluntarios formados específicamente para el evento. Estos voluntarios eran estudiantes del doctorado en Educación Física y del Master de Gestión del Deporte de la Universitat de València.

Durante el primer día de competición de cada deporte se realizó la administración del cuestionario al final de la celebración del evento y en las mismas instalaciones. El segundo día y sucesivos se introdujo una pregunta filtro, a saber; “¿ha asistido con anterioridad como espectador?”. A estos sujetos se les entrevistó en la misma instalación durante la celebración del evento. Si la respuesta era negativa se desechó al sujeto durante el evento y se le encuestó al final, de este modo se aseguraba que había tenido al menos una experiencia con el servicio.

3. Resultados

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

3.1. Valoración general de los espectadores de fútbol de los juegos mediterráneos.

Para analizar la valoración que éstos hacen de un modo general, se describen los resultados de cada una de las áreas analizadas. En primer lugar se muestra la media y la desviación típica (D.T.) de todas ellas. A continuación, se hace referencia a la escala de calidad percibida EVENTQUAL y a las dimensiones de calidad de servicio resultantes del análisis factorial realizado sobre esta misma escala.

Una vez desarrollado todo el estudio estadístico hay que destacar la alta puntuación media obtenida por todas las áreas analizadas, como se puede observar en la tabla 4, todas las puntuaciones medias se encuentran por encima de 5,32.

La escala de calidad percibida está compuesta por un total de 20 ítems que se agrupan en 4 dimensiones, la media obtenida de forma general por esta área, analizados los 203 espectadores, es de 6,04 (DT 0,65). La calidad del servicio global obtiene una media muy parecida a la anterior 6,16 (DT 1,00). Otra variable analizada es la satisfacción general, obtiene una de las puntuaciones medias más elevadas con 6,26 (DT 0,73). Los elementos de la competición obtienen la media de respuesta más baja con 5,32 (DT 0,99) aunque debe considerarse como positiva. Esta escala está compuesta por una serie de variables relacionadas con factores propios de la competición que no pueden ser controlados desde la gestión como son, el resultado deportivo, el comportamiento arbitral y el nivel ofrecido por los deportistas. La escala que completa el cuestionario es la que valora las intenciones futuras de los espectadores respecto a los eventos deportivos. Incluye ítems como: a) esperaría algún problema al asistir a un evento deportivo, b) la intención de continuar asistiendo a eventos deportivos, c) la intención de recomendarlo a amigos y parientes, y d) la intención de volver a un evento deportivo si tuviera la oportunidad. Las intenciones futuras es la variable que mayor puntuación media obtiene con un 6,52 (DT 0,75).

Tabla 4. Valoración general de los espectadores de fútbol de los Juegos Mediterráneos.

Escala	N	Media	D.T.
EVENTQUAL (Calidad percibida)	203	6,04	0,65
Calidad de servicio global	203	6,16	1,00
Satisfacción general	203	6,27	0,73
Elementos de la competición	203	5,32	0,99
Intenciones futuras	203	6,53	0,76

En la tabla 5 podemos observar como la valoración de todos los ítems es alta, subrayando especialmente los ítems referidos a la accesibilidad del que destacamos el ítem “He llegado fácilmente a la instalación” con la media más alta 6,64 (DT 0,90). También destaca el ítem “La instalación es ideal para la práctica deportiva” con una media de 6,51 (DT 1,02). Cabe nombrar como ítem con puntuación más baja el que se refiere al servicio de cafetería con una media de 5,12 (DT 1,73).

Tabla 5. Valoración de la calidad percibida de los espectadores de fútbol de los Juegos Mediterráneos.

EVENTQUAL	N	Media	D.T.
He llegado fácilmente a la instalación	203	6,64	0,90
Ha resultado sencillo adquirir mi entrada	203	6,56	1,03
He conseguido la entrada que deseaba	203	6,48	1,16
He localizado mi asiento con facilidad	203	6,58	1,01
Hay suficiente personal de la organización para atender a los usuarios	203	6,22	1,09
Los empleados de la organización están bien formados	203	5,90	1,21
Los empleados de la organización realizan bien su trabajo	203	6,15	1,15
Los empleados de la organización atienden con amabilidad	203	6,17	1,25
Al entrar a la instalación me he sentido impresionado	203	5,38	1,53
La instalación me produce buenas sensaciones	203	6,06	1,24
La visión del evento es buena	203	6,44	0,95
En general, la audición es correcta	203	5,87	1,34
En general, la limpieza de las instalaciones es correcta	203	6,06	1,10
La instalación es ideal para la práctica deportiva	203	6,51	1,02
Se da buena información para conocer el desarrollo del evento	203	5,31	1,71
Me he sentido bien con el resto de espectadores	203	6,34	0,99
El servicio de cafetería ha cumplido con mis necesidades	203	5,12	1,73
Los empleados del servicio de cafetería realiza bien su trabajo	203	5,56	1,50
La limpieza e higiene de los aseos es correcta	203	5,81	1,20
Existe una buena oferta de productos del evento (cantidad, calidad, precio,...)	203	5,27	1,78

Las dimensiones que se desprenden de la escala EVENTQUAL, una vez realizado un análisis factorial de componentes principales son cuatro tal y como observamos en la tabla 6.

El primer factor o dimensión está formado por 8 ítems que describen los elementos tangibles de los JJMM, la media obtenida es de 6,01 (DT 0,78). Le sigue el factor que se ocupa del personal, reúne 4 ítems y obtiene una media de 6,12 (DT 0,94). La dimensión que nombramos servicios complementarios agrupa otros 4 ítems referidos a la cafetería, la limpieza y los productos del evento, esta dimensión recibe una puntuación de 5,43 (DT 1,16) siendo ésta la valoración más baja de todas las dimensiones, aunque puede considerarse como positiva ya que el máximo posibles es de siete.

Tabla 6. Valoración de las dimensiones de calidad del fútbol en los Juegos Mediterráneos.

Dimensiones EVENTQUAL	N	Media	D.T.
Tangibles	203	6,04	0,65
Personal	203	6,16	1,00
Servicios complementarios	203	5,32	0,99
Accesibilidad	203	6,53	0,76

La última de las dimensiones que componen la escala de calidad es la referida a la accesibilidad, la cual obtiene la puntuación media más elevada 6,57 (DT 0,68), esta dimensión esta compuesta por 4 ítems.

Una vez descritos los resultados y las valoraciones generales de los espectadores de fútbol de los XV Juegos Mediterráneos, se han identificado las diferencias más destacables según el género y edad de los espectadores, así como las diferencias existentes entre los espectadores del fútbol y de otros deportes dentro de los Juegos Mediterráneos.

3.2. Diferencias según género, edad y otros deportes.

Una vez realizado la comparación de medias según el género de los espectadores mediante una prueba T para muestras independientes, podemos señalar que no existen diferencias estadísticamente significativas entre los espectadores y espectadoras de los eventos futbolísticos de los Juegos Mediterráneos de Almería 2005.

En cuanto a las diferencias encontradas en el estudio analizando los cuatro tramos de edad identificados según la calidad percibida de EVENTQUAL, una vez realizado el análisis estadístico mediante una ANOVA, observamos diferencias estadísticamente significativas a nivel 0,05 entre el grupo de edad de 19 a 23 años y el grupo de mayores de 35 años, puntuando estos últimos de forma más positiva la calidad percibida con una media de 6,22 (DT 0,54) frente a la media de 5,68 (DT 0,70) del primer grupo.

Igualmente, encontramos diferencias significativas a nivel 0,05 en la dimensión de calidad nominada como servicios complementarios. Mientras que el grupo de edad entre los 19 y los 23 valoran los servicios complementarios con una media de 4,93 (DT 1,09), el grupo de los mayores de 35 años muestra en sus respuestas una mayor percepción de calidad en esta dimensión valorada con una media de 5,71 (DT 1,02).

Para finalizar, también encontramos diferencias en la dimensión que se encarga de la accesibilidad. En esta dimensión o factor de calidad, los jóvenes entre 19 y 23 años valoran con una percepción de calidad inferior que los dos grupos que le siguen en edad. Mientras que el grupo de menor edad otorga una puntuación media de 6,21 (DT 0,99), el grupo entre 24 y 35 obtiene una puntuación media de 6,67 (DT 0,60) y el grupo de los mayores de 35, 6,65 (DT 0,53), siendo ésta una de las valoraciones más altas de las medias obtenidas. De esta manera, podemos decir que existen diferencias significativas a nivel 0,05 entre el grupo de edad que comprende de los 19 a los 23 años y los grupos de edad entre 24 y 35 años y los mayores de 35 años, mostrando estos últimos mayor percepción de calidad en cuando a la dimensión de accesibilidad obtenida de la escala EVENTQUAL.

Para el resto de variables estudiadas y siguiendo con las comparaciones entre los diferentes grupos de edad, solamente encontramos diferencias estadísticamente significativas en la agrupación de ítems que se encarga de valorar los elementos de la competición. Existen diferencias estadísticamente significativas a nivel 0,05 entre el grupo de edad que incluye las edades de 19 a 23 años y el grupo de edad de los mayores de 35 años, valorando estos últimos los elementos de competición con una calidad percibida mayor, 5,51 (DT 0,75) frente a 4,90 (DT 1,27) de los más jóvenes.

En cuanto a las diferencias encontradas comparando los espectadores del fútbol con el resto de deportes del los Juegos Mediterráneos, encontramos diferencias estadísticamente significativas en la escala de Calidad percibida EVENTQUAL y concretamente en las dimensiones de calidad de los elementos tangibles y la accesibilidad.

En el caso de EVENTQUAL observamos que mientras que los espectadores del resto de deportes puntúan obteniendo una media de 5,80 (DT 0,80), los espectadores del fútbol realizan una mayor puntuación, llegando la media a 6,04 (DT 0,65), mostrando diferencias estadísticamente significativas ($p < 0,001$).

En la dimensión de calidad de los elementos tangibles encontramos diferencias estadísticamente significativas ($p < 0,05$) entre el fútbol que valora esta dimensión con una media de 6,01 (DT 0,77) y el resto de espectadores que llegan a una puntuación media de 5,88 (DT 0,84). Además, en cuanto a la

accesibilidad, los espectadores del fútbol muestran una percepción de calidad superior a la del resto de espectadores, obteniendo en el primer caso una media de 6,57 (DT 0,68) y en el caso de los espectadores de otros deportes 5,98 (DT 1,07), considerándose esta diferencia estadísticamente significativa ($p < 0,001$).

La última de las comparaciones realizadas es la que se encarga de analizar si existen diferencias entre los espectadores del fútbol de los Juegos Mediterráneos y el resto de espectadores de otros deportes en cuanto al resto de variables estudiadas. Se observa como existen diferencias estadísticamente significativas en todas las variables estudiadas menos en las intenciones futuras. Esta diferencia se corresponde con la valoración más alta del fútbol, pudiéndose afirmar que los espectadores de fútbol de los Juegos Mediterráneos identifican el servicio como de mayor calidad de servicio, muestran mayor grado de satisfacción general, valoran de forma más positiva los elementos de la competición y le otorgan mayor valor al servicio que los espectadores del resto de deportes del evento.

4. Conclusiones

La principal conclusión que se puede extraer del trabajo es que los eventos futbolísticos de los Juegos Mediterráneos de Almería 2005 fueron muy bien valorados por parte de los espectadores participantes en este gran evento deportivo.

Los espectadores del fútbol muestran con sus valoraciones una alta calidad percibida, valorando las cuatro dimensiones de calidad resultantes de la escala EVENQUAL de manera elevada. En concreto, las dimensiones mejor valoradas son la Accesibilidad y el Personal.

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

Según el estudio realizado, en los eventos futbolísticos no parece que la variable género sea determinante en cuanto a las valoraciones de los espectadores.

Sin embargo, sí que influye la variable edad según los resultados obtenidos. Los mayores de 35 años muestran mayor calidad percibida que el grupo entre 19 y

23 años. Siguiendo esta línea, también muestran mayor calidad percibida en cuanto a la dimensión de los servicios complementarios y sobre la accesibilidad. Además, respecto del resto de variables estudiadas, el grupo de mayores de 35 años valora de forma más positiva los elementos de la competición que el grupo entre 19 y 23 años.

Centrando el estudio en la comparación entre los espectadores del fútbol y el resto de espectadores de otros deportes dentro de los Juegos Mediterráneos, observamos que los espectadores del fútbol perciben mayor calidad que el resto de espectadores del evento, en concreto muestran mayor calidad en las dimensiones de los elementos tangibles y la accesibilidad.

Para finalizar, los espectadores de fútbol de los Juegos Mediterráneos identifican el servicio como de mayor calidad de servicio, muestran mayor grado de satisfacción general, valoran de forma más positiva los elementos de la competición y le otorgan mayor valor al servicio que los espectadores del resto de deportes del evento.

5. Referencias

- Agudo, A. & Toyos, F. (2003). *Marketing del fútbol*. Madrid: Pirámide.
- Alexandris, K., Kouthouris, C., & Meligdis, A. (2006). Increasing customers' loyalty in a skiing resort. The contribution of place attachment and service quality. *International journal of contemporary hospitality management*, 18(5), 414-425.
- Calabuig, F., Mundina, J., & Crespo, J. (2010). Eventqual: una medida de la calidad percibida por los espectadores de eventos deportivos. *Retos. Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, (18), 66-70.
- Crespo, J., & Pérez-Campos, C. (2011). La influencia de la satisfacción con la programación de partidos en la intención de asistir de los espectadores. *Journal of Sports Economics & Management*, 1(1), 48-54.
- 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.
- 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.
- Kelley, S.W. & Turley L.W. (2001). Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events. *Journal of Business Research*, 54, 161-166.
- Mundina, J., & Calabuig, F. (2011). The perceived service quality as management indicator in a major sporting event. *Journal of Sports Economics & Management*, 1(1), 31-47.
- Nunnally, J.C. (1987). *Teoría psicométrica*. Méjico: Trillas.

Crespo, J., Pérez-Campos, C., & Mundina, J. (2012)
Journal of Sports Economics & Management, 2(1), 4-15.

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.

Peterson, R.A. (1994). A meta-analysis of Cronbach's coefficient alpha. *Journal of Consumer Research*, 21, 133-145.

Theodorakis, N., Kambitsis, C., Laios, A., & Koutelios, A. (2001). Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports. *Managing Service Quality*, 11(6), 413-438.

Van Leeuwen, 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.

Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

Este trabajo fue presentado como comunicación oral en el IV Congreso Internacional de Educación Física de Córdoba celebrado en 2008.