

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS: EL CASO DEL MUNDIAL DE ATLETISMO

1.º Premio (Ex-equ) de artículos científicos sobre Actividad Física y Deporte

Carlos Pérez Campos.

Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte.
Universidad Católica de Valencia.

Josep Crespo Hervàs. Colegiado n.º 11.678

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

Ferran Calabuig Moreno. Colegiado n.º 7.580

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

RESUMEN

La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de servicios deportivos se constituyen como elementos importantes para la gestión de centros deportivos. Este trabajo presenta el análisis de la satisfacción y la calidad percibida de los espectadores de un evento deportivo puntual, el Campeonato del Mundo de atletismo en pista cubierta celebrado en Valencia. Se analiza una muestra de 666 espectadores. Para ello se utiliza un cuestionario autoadministrado con una escala de calidad de servicio basada en el modelo tridimensional que ha mostrado buenos índices de fiabilidad. Los resultados indican una alta valoración de la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores del mundial. Estos resultados ayudan a la comprensión de los eventos deportivos y deben permitir implementar estrategias de gestión que mejoren la calidad ofrecida en los eventos deportivos.

Palabras clave: Calidad percibida, evento deportivo, atletismo, satisfacción del espectador.

Title: evaluation the service quality of the sport events: The case of the Championship of Athletics.

ABSTRACT

The service quality and the satisfaction of the users of sport services are constituted like important elements for the management of sport centers. This work presents/displays the analysis of the satisfaction and the perceived quality of the spectators of an precise sport event, the Championship of the World of athletics indoor celebrated in Valencia. A sample of 666 spectators is analyzed. For it a questionnaire autoadministrado with a scale of service quality on watch based on the three-dimensional model is used that has shown good reliability indices. The results indicate a high valuation of the perceived quality and the satisfaction of the spectators of the competition. These results help the compression of the sport events and must allow to implement management strategies that improve the quality offered in the sport events.

Key words: Perceived quality, sport event, athletics, satisfaction of the spectator.



INTRODUCCIÓN

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.

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 que fundamenta sus estudios únicamente en el análisis de 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 (Calabuig, Quintanilla y Mundina, 2008). 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 estudio hemos utilizado el modelo de Brady y Cronin (2001), con adaptaciones al tipo de evento que analizábamos.

En la primera línea de investigación, existen estudios en la literatura que analizan los eventos deportivos, es el caso de 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.

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.

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.

Otros autores como Yusof y See (2008), analizaron a los espectadores de la liga profesional de fútbol en Malasia. 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, Crespo y Calabuig (2008) pusieron a prueba la escala Eventqual, propuesta por Calabuig y Crespo (2009), para medir la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores de la 7ª Reunión Internacional de atletismo de Valencia. Finalmente, en 2010, Calabuig, Mundina y Crespo presentan un análisis de calidad percibida de los espectadores de un evento multideportivo con la herramienta Eventqual.

Con las aportaciones al conocimiento mencionadas se evidencia la inquietud que existe 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.

El trabajo que presentamos tiene como objetivo el determinar el grado de calidad percibida y de satisfacción de los espectadores del Campeonato del Mundo de atletismo en pista cubierta, celebrado en Valencia.

METODOLOGÍA

Se describen a continuación por un lado las características de la muestra, los instrumentos utilizados para llevar a cabo la investigación y se comenta brevemente el procedimiento llevado a cabo durante el trabajo de campo.

Muestra

Se recogió una muestra de 666 espectadores de los 7.400 aproximadamente asistentes al evento deportivo. Los datos de los espectadores asistentes fueron ofrecidos por la organización (RFEA, 2008).

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

Del total de espectadores encuestados durante la competición de atletismo, 398 fueron hombres lo que supone el 59'8%, mientras que 268 fueron mujeres lo que supone el 40'2%. El 41,1% de la muestra tiene edades comprendidas entre los 24 y los 35 años. Los espectadores mayores de 35 años suponen un 31,50% y el 27,3% los espectadores entre 18 y 23 años. En relación a la formación académica, el 60,3% de los espectadores afirman tener estudios universitarios, el 33,2% estudios secundarios y una mínima representación, el 6,5% de la muestra admite no haber cursado estudios o tener estudios primarios. El criterio práctica deportiva suponía realizar deporte al menos 2 veces por semana, el 81,8% de los espectadores afirmaban practicar deporte de forma habitual, frente al 18,2% que no practicaba deporte. Finalmente del total de la muestra el 4,7% de los espectadores era la primera vez que asistía a un evento deportivo, y el 95,3% ya había asistido con anterioridad a otros eventos deportivos.



Instrumentos

Para la obtención de datos se utilizó un cuestionario diseñado para tal efecto en el cual se adaptaron distintas escalas de medida para analizar tanto la calidad percibida como la satisfacción del espectador.

Para el estudio de la calidad de servicio ofrecido se realizó una adaptación de la escala tridimensional de calidad propuesta por Brady y Cronin (2001). Las medidas generales de calidad de servicio y de satisfacción se analizaron a partir de las propuestas por Hightower, Brady y Baker (2002).

Propiedades psicométricas de las escalas utilizadas: fiabilidad y validez.

Para calcular la consistencia interna de un conjunto de ítems o su fiabilidad, la medida más utilizada 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 para la muestra de espectadores del Cpto. del Mundo de atletismo.*

Escalas	Alfa de Cronbach	Nº
Calidad Percibida Total	,906	24
Calidad del Servicio Global	,932	5
Satisfacción General	,898	5
Elementos de la Competición	,740	3
Intenciones Futuras	,877	3

A su vez, también se procedió a analizar la fiabilidad de cada una de las dimensiones de calidad obtenidas a partir del análisis factorial de componentes principales con rotación varimax ($KMO= ,921$ y la prueba de esfericidad de Bartlett = 7208,785; g.l. = 276; sig.< ,001). La solución de cuatro factores explica el 57,53% de la varianza.

Así, podemos observar en la tabla 2 como todas y cada una de las dimensiones que se desprenden de la escala de calidad percibida obtienen índices buenos o muy buenos.

Tabla 2.- *Fiabilidad de las dimensiones de calidad para la muestra de espectadores del Cpto. del Mundo de atletismo.*

Dimensiones	Alfa de Cronbach	Nº
Calidad de la Interacción (Personal)	,912	6
Calidad del Entorno (Tangibles)	,814	6
Calidad del Entorno (Ambiente)	,815	4
Calidad del Resultado	,820	8

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. 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.

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 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).

Para determinar la validez de constructo hemos realizado un análisis de la correlación entre los factores de calidad así como de la suma total de la escala de calidad percibida con una medida de calidad de servicio general adaptada de Hightower, et al. (2002). Los datos que se obtuvieron del análisis pueden observarse en la tabla 3.

Tabla 3. Correlación entre la escala de calidad percibida y sus dimensiones con la escala de calidad de servicio global.

Escala y dimensiones de calidad	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(**)
Nota: ** indica una $p < 0.01$		

Se aprecia una relación significativa y positiva entre la escala de calidad percibida y sus dimensiones con la calidad de servicio global así como con la satisfacción general, lo cual indica que existe validez de constructo de la escala de calidad percibida así como de sus dimensiones.

Procedimiento

El trabajo de campo referido a la administración y recogida de cuestionarios se desarrolló durante el 12º Campeonato del Mundo de atletismo en pista cubierta celebrado en el velódromo Luís Puig de Paterna (Valencia). El cuestionario se administró en las gradas de la instalación deportiva durante los últimos momentos de la competición y una vez finalizada la misma. La administración se llevó a cabo mediante voluntarios formados específicamente para la investigación. Estos colaboradores eran profesores de educación física, estudiantes del doctorado y del master de Gestión del Deporte de la Universitat de València.

RESULTADOS

Valoración general de los espectadores del Campeonato del Mundo.

Para analizar la valoración de un modo general se describen los resultados de cada una de

las áreas del cuestionario de forma global 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.

Tras el análisis estadístico cabe destacar la alta puntuación media obtenida por todas las áreas analizadas, tal y como podemos observar en la tabla 5, todas las puntuaciones se encuentran por encima de 5,40.

Tabla 5. Valoración general del servicio.

Valoración General	Media	DT	
Calidad Percibida.	5,68	,77	666
Calidad de Servicio Global.	5,40	1,03	666
Satisfacción General.	5,88	,84	666

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 analizados los 666 cuestionarios que componen la muestra de los espectadores del Cpto. del Mundo es de 5,68 (\pm 0,77). La calidad del servicio global obtiene una media ligeramente por debajo de ésta con un 5,40 (\pm 1,03). Otra de las variables analizadas fue la satisfacción general que obtuvo una media de 5,88 (\pm 0,84).

Para profundizar en el detalle de la valoración realizada por los espectadores, se han organizado los resultados de acuerdo a las dimensiones de calidad de servicio resultantes del análisis factorial realizado sobre la escala de calidad percibida.

El primero de los factores que se desprenden de la escala de calidad percibida 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, “Los empleados muestran disposición a ayudar a los espectadores” fue el ítem mejor valorado con una puntuación de 5,81 (DT 1,18). Podemos observar estos resultados en la tabla 6.

Tabla 6. 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 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, la escala se compone de un total de 6 ítems los cuales analizan de un modo físico la instalación. Los espectadores se mostraron muy satisfechos con las condiciones que la instalación reunía para el buen desarrollo de la competición. Las puntuaciones obtenidas en dicho factor podemos observarlas en la tabla 7.

Tabla 7. Calidad del entorno (Tangibles) 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 se ha 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 8 que es la dimensión mejor valorada, los ítems que componen dicho factor obtienen las mayores puntuaciones por parte de los espectadores, por lo que se deduce que el ambiente vivido durante el Cpto. del Mundo fue realmente agradable.

Tabla 8. Calidad del entorno (Ambiente) 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. 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 9. 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 durante la competición análisis de estudio. Estos datos podemos observarlos en la tabla 10, donde se muestra la media obtenida en cada dimensión durante el Cpto. del Mundo de atletismo en pista cubierta.

Tabla 10. Valoración de las dimensiones de calidad percibida.

Dimensiones	Media	DT	N
Calidad de la Interacción (Personal)	5,62	,97	666
Calidad del Entorno (Tangibles)	5,47	,94	666
Calidad del Entorno (Ambiente)	6,08	,84	666
Calidad del Resultado*	5,24*	,62	666

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. del Mundo la dimensión que analizaba al personal obtuvo una media de 5,62 ($\pm 0,97$).

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. del Mundo, obtuvo una media de 5,47 ($\pm 0,94$).

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 el Cpto. del Mundo, obtuvo una media de 6,08 ($\pm 0,84$).

Finalmente, el cuarto y último factor que se desprende de la escala de calidad percibida es la calidad del resultado. Para la correcta interpretación de los resultados obtenidos por esta dimensión cabe recordar que en este apartado la puntuación oscilaba entre valores 1 (estar totalmente en desacuerdo con la afirmación) y la máxima de 6 (estar totalmente de acuerdo

con la afirmación), por lo tanto, en la ponderación de resultados, serían la calidad del entorno (ambiente) y la calidad del resultado, las que obtendrían las puntuaciones más altas por parte de los espectadores del Cpto. del Mundo.

CONCLUSIONES

La principal conclusión es que el Campeonato del Mundo de atletismo en pista cubierta celebrado en Valencia fue muy bien valorado por parte de los espectadores que presenciaron la competición.

Además, los espectadores se sintieron muy satisfechos con la organización del evento. Podemos deducir de estos resultados, que dichos espectadores son potenciales futuros consumidores de nuevos eventos deportivos de ésta índole, aspecto positivo a destacar por parte de la organización del evento puesto que este indicador muestra la buena organización llevada a cabo durante la competición.

Los espectadores de atletismo, muestran con sus valoraciones una alta calidad percibida, valorando positivamente cada una de las dimensiones extraídas de la escala de calidad percibida.

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. Es por esto que el presente trabajo pretende servir de ayuda para mejorar la gestión de los eventos deportivos, desde el punto de vista del espectador que compra una entrada y consume un servicio deportivo en este caso un espectáculo deportivo.

REFERENCIAS

- Agudo, A. & Toyos, F. (2003). *Marketing del fútbol*. Madrid: Pirámide.
- Bitner, M. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54, 69-82.
- Brady, K.M. & Cronin, J.J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65, 17-31.
- 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, 18-24.
- Calabuig, F., Mundina, F. & 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.
- 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. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 4(10), 25-43.
- Carman, J.M. (1990). Consumer Perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 66, 33-55.
- Cronin, J. Jr. & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: A re-examination and extension. *Journal of marketing*, 56, 55-68.



- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Hightower, R., Brady, M. K. y Baker, T. L. (2002). Investigating the role of the physical environment in hedonic service consumption: An exploratory study of sporting events. *Journal of Business Research*, 55(9), 697-707.
- 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.
- Miquel, S., Bigné, E., Lévy, J.P., Cuenca, A.C. & Miquel, M.J. (2000). *Investigación de mercados*. Madrid: McGraw-Hill.
- Nunnally, J.C. (1987). *Teoría Psicométrica*. Méjico: Trillas.
- 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.
- Pérez, C., Crespo, P. & Calabuig, F. (2008). 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.
- 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. & 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*.
- 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.
- 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.
- 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.
- RFEA. (2008, 1 de Marzo). El mundial de Valencia pulveriza el récord de países participantes con 159. Madrid. [Disponible en: <http://www.rfea.es/competi/2008valencia/noticias/noticias.asp>]