



**Cano-Coyle, L.; Vegara-Ferri, J.M.; Martínez-Quiles, M.; Díaz-Suárez, A.; López-Gullón, J.M. (2023).** Análisis de la calidad percibida del Campeonato de España de Selecciones Autonómicas de Balonmano 2022 (CESA BM 2022) - La percepción de espectadores según género - *Journal of Sport and Health Research*. 17(1):1-10. <https://doi.org/10.58727/jshr.101232>

**Original**

**Análisis de la calidad percibida del Campeonato de España de Selecciones  
Autonómicas de Balonmano 2022 (CESA BM 2022)  
- La percepción de espectadores según género –**

**Analysis of the perceived quality of Campeonato de España de Selecciones  
Autonómicas de Balonmano 2022 (CESA BM 2022)  
- The perception of spectators according to gender –**

Cano-Coyle, L.<sup>1</sup>; Vegara-Ferri, J.M.<sup>1</sup>; Martínez-Quiles, M. <sup>1</sup>; Díaz-Suárez, A. <sup>1</sup>; López-Gullón, J.M.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *University of Murcia*

---

Correspondence to:  
**Cano-Coyle, Liam**  
Institution Faculty of Sports Sciences  
University of Murcia  
Email: [liamjose.canoc@um.es](mailto:liamjose.canoc@um.es)

---

*Edited by: D.A.A. Scientific Section  
Martos (Spain)*



Received: 28/07/2023  
Accepted: 22/08/2023



## ANÁLISIS DE LA CALIDAD PERCIBIDA DEL CAMPEONATO DE ESPAÑA DE SELECCIONES AUTONÓMICAS DE BALONMANO 2022 (CESA BM 2022).

### - LA PERCEPCIÓN DE ESPECTADORES SEGÚN GÉNERO -

#### RESUMEN

Actualmente, cada semana, tienen lugar un gran número de eventos deportivos de diferentes tipos y características. Este hecho remarca la importancia de la realización de estudios que permitan evaluar la calidad de los mismos y determinar qué evento es mejor para participar, tanto como espectador y/o deportista. Este tipo de información permitirá a organizadores y gestores mejorar los servicios ofertados con el fin de satisfacer las necesidades de un usuario cada vez más exigente. El objetivo de este estudio fue analizar la calidad percibida de los usuarios que asistieron al Campeonato de España de Selecciones Autonómicas de Balonmano 2022 (CESA BM 2022). La muestra estuvo compuesta por 335 espectadores, llegados de 16 comunidades autónomas distintas, de los que 163 eran varones (48,7%) y 172 mujeres (51,3%). La recolección de datos se realizó de manera telemática con una encuesta online a través de la herramienta 'Encuestas' de la Universidad de Murcia. Los principales resultados mostraron que la dimensión más valorada por los espectadores fue 'Personal del evento', mientras que los 'Elementos tangibles' fueron lo peor percibido. Algunas de las conclusiones que se obtuvieron de este estudio son que las mujeres perciben mejor la calidad que los hombres; que los que viven en pareja y/o no tienen estudios la perciben peor que aquellos que son solteros o tienen estudios universitarios, hallando diferencias estadísticamente significativas.

**Palabras clave:** SSQRS, Instalaciones, Calidad, Deporte, Servicio.

## ANALYSIS OF THE PERCEIVED QUALITY OF CAMPEONATO DE ESPAÑA DE SELECCIONES AUTONÓMICAS DE BALONMANO 2022 (CESA BM 2022).

### -THE PERCEPTION OF SPECTATORS ACCORDING TO GENDER-

#### ABSTRACT

Currently, a large number of sporting events of different types and characteristics take place every week. This fact underlines the importance of carrying out studies to evaluate the quality of these events and to determine which event is the best one to participate in, both as a spectator and/or sportsperson. This type of information will allow organisers and managers to improve the services offered in order to satisfy the needs of an increasingly demanding user. The aim of this study was to analyse the perceived quality of the users who attended the Campeonato de España de Selecciones Autonómicas de Balonmano 2022 (CESA BM 2022). The sample consisted of 335 spectators from 16 different autonomous communities, of whom 163 were male (48.7%) and 172 female (51.3%). The data collection was carried out telematically with an online survey through the 'Encuestas' tool of the University of Murcia. The main results showed that the dimension most valued by the spectators was "Event staff", while "Tangible elements" were the worst perceived. Some of the conclusions obtained from this study are that women perceive the quality better than men; that those who live in a couple and/or have no studies perceive it worse than those who are single or have university studies, finding statistically significant differences.

**Keywords:** SSQRS, Facilities, Quality, Sport, Service.



## INTRODUCCIÓN

Los eventos deportivos pueden actuar como grandes estimulantes de la vida social en una localidad, además de contribuir a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos mediante la promoción del deporte y actividad física. De igual modo, los eventos deportivos se estiman como una pieza clave del desarrollo económico y turístico de la localidad organizadora. Por ello, los eventos deportivos con un fin turístico han experimentado un importante crecimiento e interés en los últimos años (Tadini, et al, 2021), a pesar de su cese temporal por la pandemia COVID-19. Según Tadini, et al. (2021) los eventos deportivos tienen un gran potencial de generar beneficios económicos.

Ante una gran demanda el mercado de eventos deportivos, un servicio de calidad se ha vuelto indispensable a la hora de desarrollar una actividad que resulte atractiva para los usuarios y que permita destacar en un mercado saturado (Gálvez y Morales-Sánchez, 2011). Con el aumento de demanda y oferta que se da en el sector del deporte crece también una sociedad clientelar cada vez más exigente con el servicio que contrata, demandando por ello, unos niveles de calidad que sacien sus requerimientos más concretos. Se entenderá, por lo tanto, la calidad de servicio como la concordancia entre satisfacción y expectativas de un cliente y la organización que resuelve sus necesidades (Campaña, et al., 2019). Además, estos autores exponen que pese a haber gran cantidad de estudios midiendo la calidad de un servicio, todavía no hay un consenso sobre cómo medir este tipo de variables.

En el ámbito de la gestión deportiva se pueden identificar y clasificar los eventos deportivos de múltiples formas, por ejemplo, según su tipo, su escala o el público al que están enfocados. Esta investigación analizará un evento deportivo de categoría base nacional, un Campeonato de España por Comunidades Autónomas. Este tipo de eventos resulta atractivo de acoger por parte de los municipios ya que durante una semana atrae jóvenes provenientes de todas las comunidades españolas. De forma paralela, los familiares y amigos de los jóvenes acuden a la localidad a ver a sus deportistas y, de paso, realizar turismo local.

Ofrecer un evento deportivo de calidad podrá asentar a la localidad como un punto de referencia nacional o internacional como organizadora de eventos deportivos. Por ejemplo, el caso de Barcelona en España. Desde la celebración de los Juegos Olímpicos de 1992, Barcelona se ha identificado como una ciudad con potencial para organizar eventos deportivos. Desde 1992, esta ciudad ha sido sede principal de multitud de eventos deportivos de carácter europeo y mundial en diferentes modalidades deportivas como atletismo, natación, baloncesto o balonmano.

En el caso de este estudio, el denominado Campeonato de España de Selecciones Autonómicas de Balonmano 2022 (CESA BM 2022) fue pospuesto, por la situación pandémica del momento, de las fechas de entre el 3 y 8 de enero a las fechas del 9 y 14 de abril.

El CESA BM 2022 se organizó en el litoral murciano del Mar Menor, organizado por la Real Federación Española de Balonmano (RFEB), el Consejo Superior de Deportes (CSD), y la Federación de Balonmano de la Región de Murcia (FBMRMU). Además, se contó con la colaboración de los Ayuntamientos de Cartagena, San Javier, San Pedro del Pinatar, Los Alcázares y de Torre Pacheco, del Gobierno de la Región de Murcia y Costa Cálida Región de Murcia.

## MATERIAL Y MÉTODOS

### *Participantes*

Para este estudio se definió un grupo de estudio a los que medir su percepción de calidad. El grupo de espectadores está conformado por una muestra de 335 encuestados llegados de 16 comunidades autónomas distintas, de los que 163 eran varones (48,7%) y 172 mujeres (51,3%). Algunas de las características de esta muestra describen que el 54,6% estaba casado/a o viviendo en pareja, mientras que un 38,5% estaban solteros. Otros datos de interés nos indican que: casi el 40% de los espectadores tenían estudios universitarios y el 12% estudios de posgrado; en cuanto a la situación laboral de la muestra tan solo se hallaban sin empleo 18 encuestados, habiendo 170 empleados por cuenta ajena, 81 estudiantes y 42 autónomos; finalmente, se



observa que las categorías que atrajeron mayor expectación son las categorías masculinas infantil (18,8%), cadete (20,3%) y juvenil (21,8%).

**Tabla 1.** Estadísticas descriptivas de espectadores

	<b>Frecuencia (n)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>Género</b>		
Hombre	163	48,7
Mujer	172	51,3
<b>Nivel de estudios</b>		
Sin estudios	6	1,8
Graduado escolar	10	3,0
Bachillerato	69	20,6
Estudios universitarios	77	23,0
Estudios posgrado	133	39,7
<b>Estado civil</b>		
Soltero/a	129	38,5
Casado/a o conviviendo en pareja	183	54,6
Divorciado/a o separado/a	17	5,1
Viudo/a	6	1,8
<b>Ocupación</b>		
Trabajador por cuenta propia	42	12,5
Estudiante	81	24,2
Estudiante y trabajador a tiempo parcial	10	3,0
Desemplead o/a	18	5,4
Jubilado/a y/o Pensionista	9	2,7
Amo/a de casa	5	1,5
<b>Categoría que vienen a ver</b>		

Infantil masculino	63	18,8
Infantil femenino	38	11,3
Cadete masculino	68	20,3
Cadete femenino	56	16,7
Juvenil masculino	73	21,8
Juvenil femenino	37	11,0
<b>Comunidad Autónoma de residencia</b>		
Andalucía	22	6,6
Aragón	19	5,7
Asturias	9	2,7
Canarias	4	1,2
Cantabria	15	4,5
Castilla y León	24	7,2
Castilla La Mancha	5	1,5
Cataluña	11	3,3
Comunidad Valenciana	17	5,1
Extremadura	30	9,0
Galicia	20	6,0
Comunidad de Madrid	21	6,3
Región de Murcia	90	26,9
Navarra	22	6,6
País Vasco	10	3,0
La Rioja	16	4,8

#### Instrumento

Para evaluar la calidad percibida de los espectadores se utilizó la herramienta EVENTQUAL (Calabuig et al., 2010). Este cuestionario está compuesto por 18 ítems divididos en cinco dimensiones: limpieza, visualización del evento, empleados y voluntarios del evento, oferta de servicios y productos, y sensaciones producidas por el evento y su organización.



En este estudio se seleccionaron 15 ítems que fueron divididos en 4 dimensiones, siendo estos: Elementos Tangibles (7), Personal del evento (4) y Servicios complementarios (4). Un ítem adicional fue añadido que trataba sobre las intenciones futuras, que puntuaba en una escala del 1 al 10.

La escala de respuesta fue de tipo Likert de cinco puntos (1- Muy en desacuerdo; 5- Muy de acuerdo). Por último, se incluyeron variables sociodemográficas y deportivas como son la edad, género, estudios finalizados, comunidad autónoma en la que reside el encuestado.

### *Procedimiento*

El procedimiento llevado a cabo para desarrollar este estudio de investigación consistió, en primer lugar, realizar una revisión de la literatura existente sobre calidad percibida y los instrumentos utilizados para identificar qué herramientas son más adecuadas para evaluar a espectadores y participantes en un evento. Finalmente se definió que el instrumento más apto para este trabajo sería el de Calabuig et al. (2010). Posteriormente, una vez identificado el instrumento de evaluación, se contactó con la organización del evento para informarles del interés de realizar un estudio de evaluación del mismo, los objetivos y las herramientas de evaluación.

En la segunda fase, la encuesta se pasó, tanto a espectadores como deportistas del CESA BM 22, por los voluntarios del evento. Los cuestionarios fueron administrados los días 9,10,11, 12 y 13 de abril de manera presencial a los espectadores del evento mediante unos flyers que tenían impreso un código QR, éste redireccionaba a los encuestados al cuestionario pertinente. Estos flyers se facilitaron al término de los partidos, tras la conclusión de la competición y a la salida y descanso de los partidos de las instalaciones. Los datos se registraron electrónicamente a través de la herramienta "Encuestas" de la Universidad de Murcia. Por último, una vez finalizado el evento los datos se codificaron y se analizaron para la redacción del estudio final.

### *Análisis estadístico*

El análisis de los datos se realizó mediante el programa estadístico SPSS v.28.0 con licencia de la

Universidad de Murcia. Se calcularon estadísticos descriptivos para variables cuantitativas (media y desviación típica) y para variables cualitativas (frecuencia y porcentaje). Para el análisis comparativo entre grupos se realizó una prueba t de Student para analizar las diferencias entre dos grupos, por un lado, la diferencia entre género de los encuestados (masculino y femenino), por otro lado, el nivel académico de los sujetos y finalmente con el estado civil de los encuestados. El nivel de significación se estableció un valor de  $p \leq 0,05$ . Se estimó el tamaño del efecto d de Cohen (puntos de corte: 0,20 = efecto pequeño; 0,50 = efecto mediano; 0,80 = efecto grande) para las variables continuas (Domínguez-Lara, 2018). De igual modo  $\eta^2$ : eta cuadrado parcial: Tamaño del efecto 0,01(pequeno), 0,06 (mediano), 0,14 (grande) según Cohen (1988);  $p < 0,05$ .

## **RESULTADOS**

### *Percepción de Calidad de los espectadores*

La Tabla 2 muestra los datos obtenidos de los cuestionarios realizados por los espectadores del evento de los cuales se obtuvo información de los aspectos comentados anteriormente y que van a ser comentados a continuación.

Respecto a la dimensión "Elementos tangibles" el ítem mejor valorado fue la limpieza de la instalación ( $M = 4,42 \pm 0,8$ ); seguido de 'las buenas sensaciones' ( $M = 4,25 \pm 1,0$ ) y 'la idoneidad de la instalación para la práctica deportiva' ( $M = 4,23 \pm 0,9$ ).

La dimensión "Personal del evento", mostró que el ítem mejor valorado fue la cantidad de personal existente para atender adecuadamente el evento ( $M = 4,5 \pm 0,8$ ); mientras el ítem peor valorado se trató de la amabilidad del personal ( $M = 3,81 \pm 1,3$ ). Por último, la última dimensión que se planteó a los encuestados fue la de "Servicios complementarios", siendo el ítem mejor valorado la labor del personal de cafetería ( $M = 4,41 \pm 0,8$ ); seguido de la higiene de los aseos ( $M = 4,28 \pm 0,9$ ). El ítem sobre intenciones futuras mostró una puntuación de 8,88 ( $\pm 1,6$ ).

**Tabla 2.** Calidad percibida de los espectadores.



	Media	Desv. Típica
<b>Elementos tangibles</b>	4,05	0,8
La instalación me produce buenas sensaciones	4,25	1
La visualización del evento es buena	4,03	1,2
Al entrar a la instalación me he sentido impresionado	3,49	1,2
La instalación es ideal para la práctica deportiva	4,23	0,9
En general, la audición es correcta	3,88	1,2
En general, la limpieza de las instalaciones es correcta	4,42	0,8
Se da buena información para conocer el desarrollo del evento	4,03	1,1
<b>Personal del evento</b>	4,20	0,9
Los empleados de la organización están bien formados	4,25	17
Los empleados de la organización realizan bien su trabajo	4,26	1
Hay suficiente personal de la organización para atender a los usuarios	4,50	0,8
Los empleados de la organización atienden con amabilidad	3,81	1,3
<b>Servicios complementarios</b>	4,14	0,8
El servicio de cafetería ha cumplido con mis necesidades	3,99	1,3
Los empleados del servicio de cafetería realizan bien su trabajo	4,41	0,8
La limpieza e higiene de los aseos es correcta	4,28	0,9
<b>De 0 a 10, ¿Qué posibilidades hay de que recomiende "CESA Balonmano" a un amigo o colega?</b>	8,88	1,6

#### Percepción de Calidad según género

A continuación, se observarán los datos obtenidos desde una perspectiva de género (Tabla 3). En general, las mujeres tuvieron una mejor percepción

de la calidad del evento que los hombres en elementos materiales y servicios complementarios, mientras que en personal los hombres puntuaron ligeramente superior a las mujeres (Hombres= 4,21±0,8; Mujeres: 4,20±0,9). En cuanto a la intención de recomendar el evento, las mujeres tuvieron mayor puntuación. No se observaron diferencias estadísticamente significativas según género en ninguna variable.

Tabla 3. Calidad percibida según género.

Dimensión	Hombre M (DT)	Mujer M (DT)	t (gl)	p valor	d de Cohen
Elementos tangibles	3,98 (0,8)	4,11 (0,85)	-1,47 (333)	0,141	- 0,16
Personal del evento	4,21 (0,84)	4,20 (0,88)	0,15 (333)	0,882	0,02
Servicios complementarios	4,12 (0,84)	4,17 (0,81)	-0,59 (333)	0,554	- 0,06
Recomendación CESA	8,76 (1,53)	8,99 (1,68)	-1,33 (333)	0,186	- 0,14

\* $p < 0,05$ ; d Cohen: d de Cohen; (0,20= efecto pequeño; 0,50= efecto mediano; 0,80= efecto grande)

#### Percepción de Calidad según estudios

En cuanto a las diferencias según los espectadores con estudios universitarios (Tabla 4), los resultados mostraron la existencia de diferencias estadísticamente significativas en las variables de calidad percibida ( $p < 0,05$ ) con un ligero efecto en la diferencia de las medias de ambos grupos ( $d > 0,02$ ). Igualmente se pudo percibir la tendencia de los espectadores con estudios universitarios a percibir mejor la calidad que los que no tienen estudios universitarios.

Tabla 4. Calidad percibida de los espectadores.

Dimensión	Hombre M (DT)	Mujer M (DT)	t (gl)	p valor	d de Cohen
Elementos tangibles	4,21 (0,76)	3,90 (0,86)	3,44 (333)	0,001 *	0,38
Personal del evento	4,31 (0,78)	4,11 (0,92)	2,09 (333)	0,037 *	0,23
Servicios complementarios	4,26 (0,74)	4,04 (0,89)	2,46 (333)	0,014 *	0,27
Recomendación CESA	9,04 (1,44)	8,73 (1,75)	1,79 (333)	0,074	0,20





\* $p < 0,05$ ;  $d$  Cohen:  $d$  de Cohen; (0,20= efecto pequeño; 0,50= efecto mediano; 0,80= efecto grande)

### Percepción de Calidad según estado civil

Por último, comparando los resultados según el estado civil (Tabla 5), los resultados indicaron que los solteros tuvieron mejor percepción de la calidad percibida del evento y mayor intención de recomendar el evento que los espectadores casados. Igualmente, los datos mostraron la existencia de diferencias estadísticamente significativas en las variables de calidad percibida ( $p < 0,05$ ) con un ligero efecto en la diferencia de las medias de ambos grupos ( $d > 0,02$ ).

**Tabla 5.** Calidad percibida según estado civil.

Dimensión	Hombre M (DT)	Mujer M (DT)	$t$ (gl)	$p$ valor	$d$ de Cohen
Elementos tangibles	4,18 (0,74)	3,94 (0,88)	2,75 (333)	0,006 *	0,30
Personal del evento	4,35 (0,76)	4,08 (0,92)	2,83 (333)	0,005 *	0,31
Servicios complementarios	4,32 (0,73)	4,00 (0,87)	3,67(33)	0,001 *	0,40
Recomendación CESA	9,00 (1,45)	8,78 (1,73)	1,24 (333)	0,217	0,14

\* $p < 0,05$ ;  $d$  Cohen:  $d$  de Cohen; (0,20= efecto pequeño; 0,50= efecto mediano; 0,80= efecto grande)

## DISCUSIÓN

El objetivo principal de este trabajo era evaluar la calidad percibida de los espectadores del Campeonato de España de Balonmano 2022 organizado en el litoral de la Región de Murcia. Esto permite observar y con ello analizar diferentes formas de percibir y evaluar un mismo servicio, teniendo en cuenta distintas variables como puede ser el género, el estado civil, el nivel de estudios y/o la categoría en la que se ha competido. Con este trabajo también se ha conseguido obtener información pormenorizada sobre las percepciones relacionadas con la: comunicación en el evento, las instalaciones, los servicios complementarios y el personal voluntario, entre otras cosas. Con estos datos se pretende obtener información sobre cuáles son las dimensiones con los que los usuarios

perciben mejor y están más satisfechos y por el contrario cuáles son los peor valorados, para así implementar mejoras y cambios en futuras ediciones y acaecimientos deportivos de cualquier índole.

Tras analizar los resultados, realizar una revisión de la literatura científica actual y hacer un trabajo comparativo, encontramos que los resultados obtenidos con respecto a la calidad percibida de los espectadores tienen semejanzas. Los resultados obtenidos de este cuestionario permiten afirmar que algunas de las variables mejor valoradas por los espectadores es la profesionalidad del personal de la organización del evento. Estos resultados confirman los resultados obtenidos por Montesinos-Saura et al. (2018) o Madruga- Vicente et al. (2021). La literatura muestra que la prestación de un servicio de alta calidad provoca efectos positivos sobre los participantes, mejorando sus intenciones de realizar ejercicio regular (Chen et al. 2012; Ma & Kaplanidou 2019). De igual forma, es importante remarcar que la percepción de los espectadores sobre las instalaciones no fue mala, pero sí la peor valorada, lo cual según trabajos como el de Mátic et al. (2017) y Ornelas-Martínez et al. (2019) puede reducir la satisfacción del espectador y su potencial lealtad.

Seguidamente, se comentarán los aspectos más destacables sobre los resultados obtenidos de la comparación de géneros, en la cual se comparan los resultados obtenidos con una segregación por sexo, con el objetivo de comprobar las distintas maneras que tienen los espectadores de percibir un servicio dependiendo de su género. En este trabajo se puede observar que el género femenino, de manera general, perciben mejor la calidad que los varones. Algunos trabajos como los de Moreno et al (2008), Fernández et al (2014), Castillo-Rodríguez et al (2019) o Nuviala et al (2021), confirman esta tendencia. Cabe destacar que los investigadores Iacobucci y Ostrom (1994) intentaron dar respuesta a este suceso, afirmando que la principal de las casuísticas que podría provocar estas diferencias está en los esquemas cerebrales que los diferentes géneros utilizan para valorar un evento o servicio. Se podría entonces explicar, atendiendo a esta reflexión, que cada usuario, dependiendo de su sexo emplee distintos mecanismos para valorar la calidad de un servicio (Ferrer, 2007).



A continuación, se hará un análisis, en la cual se ven reflejadas las comparaciones sobre los resultados obtenidos con una segregación según el nivel académico de los espectadores encuestados. Los resultados de esta muestra indican que las diferencias encontradas entre ambos grupos son estadísticamente significativas. Igualmente, muestran que los espectadores con un nivel académico superior perciben mejor la calidad, en términos generales, que los que no tienen estudios superiores. Cabe destacar que no se han podido corroborar estos datos, tras una exhaustiva búsqueda de literatura científica, de igual manera se plantean algunas hipótesis. La primera de las conjeturas que se plantean para dichos resultados son que a menor nivel de estudios mayor es el desconocimiento de dificultad, de organización y gestión de un evento de estas características, al igual que de comprensión de los ítems preguntados; por el contrario, los espectadores con estudios universitarios pueden valorar estas situaciones con mayor clarividencia y apreciar los servicios que le han sido presentados y ofertados. Otra conjetura que se plantea es que el nivel de empleo de una persona con estudios superiores es mayor a alguien con estudios no universitarios (Hualde y Serrano, 2005) y por ello su calidad de vida es, generalmente, mayor y por lo tanto es más feliz (Satuf y Reis, 2017) y vive sus experiencias de manera más positiva.

El siguiente análisis que se va a comentar es el que enfrenta las respuestas dadas por los espectadores solteros/as con los espectadores que viven en pareja o casadas. Los resultados de esta muestra indican que las diferencias encontradas son estadísticamente significativas. Es importante reseñar, que como ha ocurrido anteriormente, no se han podido encontrar estudios que corroboren o desmientan estos datos, tras una búsqueda exhaustiva. Los resultados nos muestran cómo, los espectadores solteros/as perciben mejor, de manera general, la calidad que los espectadores que viven en pareja. Para ambos grupos la subdimensión mejor valorada fue la del personal del evento, datos que concuerdan con lo encontrado por Ramos et al (2021). La conjetura que se expone para poder explicar estos resultados es que cabe la posibilidad de que las parejas que asistieron al evento fueran padres con muchos años viendo y visitando diferentes CESAs, esto lo que otorga es un mayor abanico de experiencias que

permite analizar y comparar organizaciones, eventos y ediciones, teniendo por ello una evaluación más crítica. Otra conjetura que se plantea va relacionando la soltería de algunos de los espectadores con su edad; se puede especular que un porcentaje de los espectadores solteros son familiares más jóvenes que acompañan a los padres y que por lo tanto tienen un menor número de experiencias vitales con las que comparar los servicios que le han sido prestados, esta hipótesis está avalada por trabajos de Moreno et al (2008), Montesinos-Saura et al (2018) y Nuviala et al (2021).

## CONCLUSIONES

Una vez expuestos los resultados y haberlos enfrentado con la literatura científica existente, se mencionarán algunas de las conclusiones obtenidas, de los dos grupos de muestra y las aportaciones este estudio, en el ámbito de la gestión deportiva y la calidad percibida.

Las principales conclusiones que se obtienen de los objetivos específicos establecidos en este estudio son:

1. La dimensión de calidad percibida con mayor puntuación del evento por parte de los espectadores es el personal del evento. Por el contrario, la dimensión menos valorada son las instalaciones.
2. Hay altas intenciones de seguir yendo a ver futuras ediciones de CESAs.
3. Se valora muy positivamente las intenciones de recomendar el evento a sus amigos o terceras personas.
4. Los resultados según género muestran mayores puntuaciones de las mujeres respecto a los hombres.
5. La calidad percibida según el nivel académico resultó mayor en los espectadores con estudios universitarios que los espectadores sin estudios universitarios





6. Se concluye que los individuos solteros perciben mejor la calidad que los individuos casados o que viven en pareja.

### AGRADECIMIENTOS

Agradecemos las facilidades puestas por la organización del CESA y a los participantes encuestados.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS (REFERENCES)

1. Calabuig, F.; Burillo, P.; Crespo, J.; Mundina, J.J. y Gallardo, L. (2010). Satisfacción, calidad y valor percibido en espectadores de atletismo. [Http://cdeporte.rediris.es/revista/revista40/artssatisfaccion182.htm](http://cdeporte.rediris.es/revista/revista40/artssatisfaccion182.htm)
2. Campaña, I. C. J., Romero-Galisteo, R. P., Manzanares, M. T. L., & Morales, N. M. (2019, May). Evaluación de la calidad de servicio en Atención Temprana: revisión sistemática. In *Anales de Pediatría* (Vol. 90, No. 5, pp. 301-309). Elsevier Doyma.
3. Castillo-Rodriguez, A., Onetti-Onetti, W., y Chinchilla-Minguet, J. L. (2019). Perceived quality in sports centers in southern Spain: a case study. *Sustainability*, 11(14), 3983. <https://doi.org/10.3390/su11143983>
4. Chen, L. H., Chen, M. Y., Ye, Y. C., Tung, I. W., Cheng, C. F., & Tung, S. (2012). Perceived service quality and life satisfaction: The mediating role of the actor's satisfaction-with- event. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
5. Domínguez-Lara, S. (2018). Magnitud del efecto, una guía rápida. *Educación Médica*, 19(4), 251-254.
6. Fernández, J. G., Gavira, J. F., y García, A. B. (2014). La percepción de calidad y fidelidad en clientes de centros de fitness low cost. *Suma psicológica*, 21(2), 123-130. [https://doi.org/10.1016/S0121-4381\(14\)70015-3](https://doi.org/10.1016/S0121-4381(14)70015-3)
7. Ferrer, C. M. S. (2007). Diferencias de género en la percepción de la calidad del servicio. Un estudio exploratorio. *Boletín de Psicología*, (89), 29-45.
8. Gálvez, P. y Morales Sánchez, V. (2011). Evaluación de la calidad en programas municipales deportivos: generalizabilidad y optimización de diseños de medida. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 11(2), 123-130.
9. Hualde, A. & Serrano, A. (2005). La calidad del empleo de asalariados con educación superior en Tijuana y Monterrey. Un análisis cuantitativo. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 10(25), 345-374
10. Iacobucci, D. y Ostrom, A. (1994): Men and women: Seeing services differently. *Store*, 76, 4, 8-15. [https://doi.org/10.1016/S1067-5671\(94\)03013-8](https://doi.org/10.1016/S1067-5671(94)03013-8)
11. Ma, S. C., & Kaplanidou, K. (2019). Service quality, perceived value and behavioral intentions among highly and lowly identified baseball consumers across nations. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
12. Madruga-Vicente, M., Cerro-Herrero, D., Angosto-Sánchez, S., & Prieto-Prieto, J. (2021). Calidad percibida e intenciones futuras en eventos deportivos: segmentación de participantes de carreras por montaña. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 16(50), 605-615. <http://dx.doi.org/10.12800/ccd.v16i50.1584>
13. Matic, R., Maksimović, N., Maksimović, B., Popović, S., Opsenica, S. y Tovilović, S. (2017). Quality of services in fitness centres: importance of physical support and assisting staff. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 39(3), 67-78.
14. Montesinos-Saura, E., Vegara-Ferri, J. M., Morales-Baños, V., López-Gullón, J. M., López-Sánchez, G. F., & Angosto, S. (2018). Perceived quality, perceived value, satisfaction and future intentions in participants in swimming crossings. *Journal of Physical Education and Sport*, 18, 1316-1322.
15. Moreno, F. C., Pardo, I. Q., y Gómez, J. M. (2008). 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). *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*. 4(10), 25-43. <https://doi.org/10.5232/ricyde2008.01003>
16. Nuviala, R. N., Ordás, R. P., Gámez, G. M., & Miguel, D. F. (2021). Incidencia del género y la edad sobre la calidad, satisfacción y valor percibido de los usuarios de actividades deportivas organizadas. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (42), 37-46.



17. Ornelas Martínez, D. M. (2019). Calidad percibida y satisfacción de los espectadores de la Liga MX Femenil. Caso: Tigres Sinergia Deportiva, SA de CV (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de Nuevo León).
18. Ramos, J. R., Herrero, D. C., Vicente, M. M., & Prieto, J. P. (2021). Evaluación de eventos deportivos: el caso del campeonato de España de descenso de cañones 2019. *riccafd: Revista Iberoamericana de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 10(2), 60-78.
19. Satuf, C., & Reis, I. P. D. (2017). Satisfacción laboral y felicidad: un estudio comparativo entre portugueses y brasileiros. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 17(4), 201-209.
20. Tadini, R., Gauna Ruiz de León, C., Gandara, J. M., & Sacramento Pereira, E. C. (2021). Eventos deportivos y turismo: revisión sistemática de la literatura. *Investigaciones Turísticas*. 2021, 21: 22-45. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.2>