

# Uso del método Delphi para la elaboración de una medida de la calidad percibida de los espectadores de eventos deportivos

## Using Delphi method to develop a measure of perceived quality of sport event spectators

\*Ferran Calabuig Moreno, \*Josep Crespo Hervàs

\*Universidad de Valencia (España)

**Resumen:** Para el buen desarrollo de la gestión de eventos deportivos, la investigación trata de identificar los puntos clave para obtener el máximo rendimiento, coincidiendo una parte de los trabajos en el estudio de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. En la literatura se encuentra poco consenso en el uso de escalas estandarizadas para valorar las percepciones del espectador. El objetivo de este trabajo es definir la utilización de un método de consulta de expertos, como es el Delphi, para la elaboración de una escala de medida de la calidad percibida de los espectadores de eventos deportivos. Para ello se somete un cuestionario a la opinión de un panel de expertos en gestión deportiva y una muestra de espectadores, los cuales determinan que los factores clave para la calidad de los eventos deportivos son los tangibles, la accesibilidad, el personal, los servicios complementarios y las relaciones entre espectadores. A partir de este trabajo, se pudo elaborar una escala de medida de la calidad percibida por los espectadores de eventos deportivos conocida como EVENTQUAL.

**Palabras clave:** Método Delphi, calidad de servicio, eventos deportivos, gestión del deporte.

**Abstract:** For a good development of the sporting event management, research try to identify key points to obtain the maximum performance coinciding one part of the works in the study about the quality in services and satisfaction of the user. Not too much consensus were found in the research literature when was tried to use standard scales to valuate the perception of the spectators. The aim of this work is to define the utility of an expert's method of reference, like is the Delphi, for the elaboration of a measure scale of the quality perceived by the sporting event spectators. To that purpose one questionnaire was subjected to the opinion of a panel of experts in sport management and to a sample of spectators, which determine that the key factors to valuate the quality in sporting event are: the tangibles, accessibility, the staff, the complementary services and the relation between spectators. From this work, it was able elaborate a scale to measure the perceived quality of spectators in sporting events known EVENTQUAL.

**Key words:** Delphi method, perceived quality, sporting event, sport management.

### 1. Introducción

En la actualidad, la calidad se ha convertido en una necesidad para garantizar la continuidad y el progreso de las empresas, pues puede generar beneficios que repercutan en los clientes, en los directivos, en los empleados y en la imagen de la organización. El mundo del deporte ha sido sensible a esta preocupación y lo ha incorporado a sus organizaciones incorporándose este interés al mundo académico.

La calidad de servicio ofrecido por las entidades deportivas ha sido un tema recurrente en la literatura de la gestión del deporte (Tsitskari, Tsiotras y Tsiotras, 2006). Los trabajos se han centrado en determinar el nivel de calidad de los servicios y en la determinación de las dimensiones de calidad que conforman los servicios deportivos. Para ello se han utilizado distintos tipos de herramientas de medida, así, se han utilizado escalas de medida de la calidad adaptadas de otros contextos o se ha optado por desarrollar herramientas de medida nuevas (Calabuig, Quintanilla y Mundina, 2008; Martínez y Martínez, 2008; Morales, Hernández-Mendo y Blanco, 2005; Mundina y Calabuig, 1999; Nuviala y Casajús, 2005; Nuviala, Tamayo, Iranzo y Falcón, 2008; Sanz, Redondo, Gutiérrez y Cuadrado, 2005).

Este interés se ha trasladado a los eventos deportivos donde cada vez son 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 calidad de servicio y la satisfacción de los espectadores de eventos deportivos.

El objetivo de este trabajo es exponer la utilización de un método de consulta de expertos, como es el Delphi, para la elaboración de una escala de medida de la calidad percibida de los espectadores de eventos deportivos.

Se decidió crear una escala nueva para que se adaptara bien a las especificidades de los eventos deportivos. Para ello, se escoge una metodología mixta que combina el método Delphi, la encuesta y la intervención del grupo investigador. En el presente trabajo se realiza una

descripción de la utilización de este método como medio para la creación de una escala de calidad percibida y trata de extraer conclusiones que ayuden a la utilización de esta metodología en futuras investigaciones.

A partir de este trabajo, se ha podido desarrollar una escala de medida de la calidad percibida denominada EVENTQUAL que se ha puesto a prueba en diversos eventos deportivos.

### 2. El método Delphi y su utilización en la gestión del deporte

El método Delphi es una técnica que pretende llegar a opiniones de consenso en grupo. Consiste en una serie de preguntas repetidas a expertos en un tema que se pretende investigar por medio de cuestionarios. De esta manera, encontramos el método ubicado dentro de lo que se conoce como métodos de expertos (Konow y Pérez, 1990).

Con la utilización del método Delphi se intenta potenciar las ventajas que presentan los métodos basados en grupos de expertos y disminuir sus inconvenientes. Para ello se eliminan las interacciones que pueden dificultar el avance en una dinámica de grupo pero se trata de aprovechar la sinergia del debate que se genera en las interacciones sociales. Según Landeta (2002, 39), de esta forma se espera la «obtención de una opinión grupal fidedigna a partir de un conjunto de expertos».

El Delphi es un método especialmente apropiado para el estudio de temas en los cuales la información, tanto del pasado como del futuro no se encuentra disponible de forma clara, cuando esto ocurre, se puede

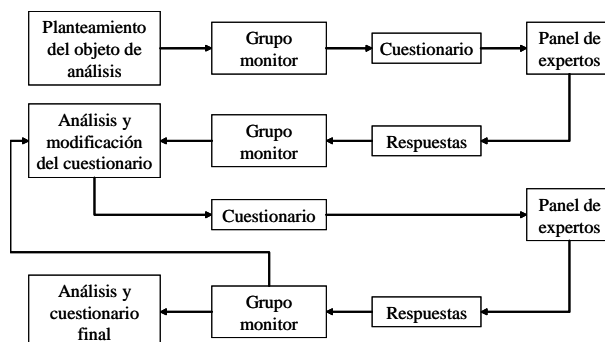


Figura 1. Proceso de comunicación durante el Delphi.  
Fuente: Adaptado de Landeta (2002)

obtener dicha información y hacer uso de ella de un modo más rápido y eficiente que con los métodos tradicionales (Vélez, 2002).

Linstone y Turoff (1975) afirman que el Delphi puede ser caracterizado como un método para estructurar procesos de comunicación grupal, de modo que permita a un grupo de individuos tratar con problemas complejos. Konow y Pérez (1990) explican las cuatro fases que componen el método Delphi en cualquiera de sus tipos. La primera de ellas se caracteriza por la exploración del tema en discusión. La segunda fase comprende el proceso en el cual el grupo logra una comprensión del tema. La tercera fase explora los desacuerdos, se extraen las razones de las diferencias y se hace una evaluación de ellas. La cuarta fase es la evaluación final por la cual se envía como retroalimentación para nuevas consideraciones toda la información previamente reunida y analizada.

En el proceso del Delphi participan dos grupos diferentes, uno es el grupo monitor, encargado del diseño del ejercicio en todas sus fases, y el otro son los panelistas, los cuales son expertos que responden las preguntas confeccionadas por el primer grupo. El grupo monitor debe delimitar el tema de estudio y tener claro el horizonte temporal, además tiene que seleccionar el panel de expertos y conseguir su compromiso de colaboración. También conviene explicar a los expertos en qué consiste el método ya que éstos necesitan conocer en todo momento cuál es el objetivo de cada uno de los pasos que requiere la metodología. Las respuestas y parte de la información se obtienen del panel, pero el uso que de ella se haga es responsabilidad del grupo monitor.

Este método presenta cinco características fundamentales según Loo (2002):

1) La muestra está compuesta por un grupo de expertos cuidadosamente seleccionado que representan un amplio espectro de opinión del objeto de estudio.

2) El anonimato es fundamental pues ningún experto debe conocer la identidad de los otros que componen el grupo de debate. Esta característica impide la posibilidad de ser influenciado por la mayoría o por miembros relevantes del grupo. También permite que un miembro cambie sus opiniones sin que eso suponga una pérdida de imagen. Y además, el experto puede defender sus argumentos con la tranquilidad de que sus equivocaciones no son conocidas por el resto.

3) Existe un moderador o investigador que construye y distribuye los cuestionarios e informes de resultados durante todo el proceso del Delphi.

4) La iteración es fruto de las diferentes circulaciones que se realizan con los cuestionarios. Al presentar los resultados obtenidos con los cuestionarios, se consigue que los expertos conozcan los distintos puntos de vista, de esta manera, cada experto puede reconsiderar su opinión si los argumentos presentados le parecen más apropiados que los suyos. Se suelen realizar entre tres y cuatro circulaciones o rondas.

5) El resultado final es un informe de investigación donde aparecen las respuestas, planes y estrategias que han sugerido los miembros del panel.

Además, en nuestro caso se incorpora la respuesta del grupo en forma estadística. Así, a los expertos no sólo se les informa del punto de vista de la mayoría, sino que se presentan todas las opiniones en forma estadística, indicando el grado de acuerdo que se ha obtenido en cada respuesta a través de la media, la mediana y los cuartiles.

Según Loo (2002) en un Delphi se suelen realizar tres o cuatro circulaciones. La primera de ellas sirve para establecer los objetivos y el proceso así como para iniciar la primera exploración a los expertos solicitándoles su opinión sobre el tema a tratar. En la siguiente ronda, los expertos reciben el cuestionario ya estructurado y realizan su primera valoración según el objetivo que se les solicita. Una vez contestados, los cuestionarios son devueltos al moderador, que realiza un análisis estadístico de cada elemento que se incorpora. Los resultados del análisis se les remiten a los expertos para que tomen en consideración la opinión del resto y vuelvan a valorar cada elemento analizado. Los resultados obtenidos se remiten de nuevo a los expertos junto a los comentarios que se han realizado. El panel vuelve a valorar los elementos del cuestionario manteniendo o cambiando su valoración. En la última ronda,

Tabla 1. Ejemplo de reducción de ítems por parte del grupo monitor.

ÍTEMS ORIGINALES	
1	Se accede fácilmente a la instalación
2	El personal de la organización ha colaborado en la localización de la instalación
3	Existe una buena señalización para llegar a la instalación
4	He tenido suficiente información previa para acceder a la instalación
AGRUPACIÓN DE ÍTEMS	
1	He llegado fácilmente a la instalación

Tabla 3. Proceso de eliminación de ítems mediante el alfa de Cronbach

Orden	Ítem	Alfa de la escala incluido	Alfa de la escala si se elimina	Nº ítem de la escala
1	7	.9290	.9291	43
2	39	.9291	.9313	42
3	40	.9313	.9341	41
4	8	.9341	.9361	40
5	28	.9361	.9378	39
6	9	.9378	.9383	38
7	38	.9383	.9385	37
		.9385		36

se solicita a los expertos que ultimen sus valoraciones teniendo en cuenta las explicaciones dadas por el resto. Además, se pide a todos ellos que den su opinión en relación con las discrepancias que han surgido en el cuestionario. Cuando el moderador recibe los cuestionarios, realiza un nuevo análisis y sintetiza los argumentos utilizados por los expertos.

Para finalizar el proceso se realiza un informe en el que se indican las valoraciones calculadas a partir del análisis de las respuestas y los comentarios de los panelistas. En la figura 1 se observa el proceso de comunicación que se establece durante el desarrollo del método Delphi. En nuestro caso se han realizado dos rondas completas, la última de ellas con datos cuantitativos sobre la dispersión-homogeneidad de las respuestas. De este modo seguimos las recomendaciones de Loo (2002) el cual aconseja ajustar el número de circulaciones a los objetivos de la investigación de manera que se evite la pérdida de expertos. En la figura 1 se observa el proceso seguido en este trabajo donde los expertos han podido expresar en dos ocasiones su opinión respecto a los ítems que se les planteaban mediante una puntuación de importancia expresada en formato likert.

De acuerdo con Vélez (2002) y vistas las características del método, se observa su potencial en temas con escasa información, temas donde se persigue un análisis prospectivo o en los que hay poco consenso. Ésta última razón es aplicable a la medida de la calidad percibida en los eventos deportivos, donde existen escasos trabajos y muy poco consenso en su medida.

En este sentido, si el foco de atención se centra al ámbito general de la gestión deportiva, se observan algunos trabajos que han utilizado o proponen esta metodología, pero son exigüos. La única aportación empírica española en este campo es la realizada por Cristóbal y Gómez (1999). Estos autores, presentan un trabajo en el que, aplicando el método Delphi, evalúan la viabilidad de la escala SERVQUAL (*service quality*) de Parasuraman, Zeithmal y Berry (1988) y su aplicación en las entidades deportivas. El panel de expertos lo conformaron profesionales de la gestión deportiva que mediante este método, reformularon las 22 declaraciones generalistas de la escala SERVQUAL adecuándola al sector deportivo.

En otro trabajo como el de Lam, Zhang y Jensen (2005), diseñan un cuestionario de calidad en centros de servicios de fitness donde los expertos reducen un cuestionario inicial de 56 ítems a 46 y que después es puesto a prueba como cuestionario piloto.

En nuestro caso, también hemos optado por la utilización del método Delphi de consulta de expertos con el objetivo de determinar los elementos clave de la calidad en los eventos deportivos para, a partir de ahí, operacionalizarlos finalmente en una escala de medida de la calidad percibida de los espectadores.

### 3. Material y métodos

Para conseguir el objetivo de la investigación se determinó el uso del método Delphi de consulta de expertos combinado con técnicas

cuantitativas como son las encuestas estructuradas a usuarios finales siguiendo así la metodología y propuestas de otros estudios como los de Dootson (1995) y Heras, Arana y Casadesús (2005). De este modo se mejora la calidad y la validez del proceso tal y como aconsejan Okio y Pawlowski (2004). El proceso se inició determinando el concepto de calidad percibida en los eventos deportivos. Se siguió con la revisión de los trabajos más relevantes para conocer la forma de operacionalizar el constructo. Se observó un escaso consenso en determinar las dimensiones y la forma de operacionalizar la calidad percibida en los eventos deportivos y se optó por diseñar una herramienta nueva. Para ello se dispuso una primera aproximación a través del método Delphi ya que parecía el más apropiado en este caso. Con esto se establecieron las bases para conformar el grupo monitor y el panel de expertos.

### 3.1 Creación del grupo monitor

Para la creación del grupo monitor fue vital la experiencia del grupo de investigación. Éste se compuso de dos doctores y un licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Siguiendo las características definitorias del grupo monitor propuestas por Konow y Pérez (1990), los integrantes cumplen con los requisitos establecidos, como son: buen conocimiento de la metodología Delphi, son investigadores académicos con relación al tema a estudiar y tienen gran facilidad de intercomunicación al trabajar conjuntamente en otros estudios.

### 3.2 Muestra

La muestra de la investigación está dividida en dos grupos, el panel de expertos y los espectadores de eventos deportivos.

El primer paso para conformar el panel de expertos fue fijar un criterio de selección con el que obtener los posibles participantes. Se determinó que debían ser expertos en gestión deportiva y/o calidad de servicio. A partir de estas dos premisas se elaboró una lista de 20 posibles candidatos de los que se descartaron la mitad por no encontrar suficiente compromiso, disponer de poco tiempo o tener contacto habitual con otros posibles miembros del panel. Del total quedaron 10 panelistas expertos en gestión o investigación deportiva.

La segunda muestra utilizada fue un grupo de estudiantes del postgrado en gestión deportiva de una universidad española y otro grupo de estudiantes de una asignatura de gestión de la facultad de ciencias de la actividad física y el deporte. Así, se entrevistó a 56 personas para evaluar el cuestionario piloto obtenido a través de la consulta de expertos. Esta muestra estaba compuesta por 23 mujeres y 33 hombres todos con experiencias como consumidores de eventos deportivos.

## 4. Resultados

### 4.1. Creación y primera circulación del cuestionario QUESTv1

Una vez conseguido establecer contacto con un buen número de panelistas y vincularles al panel de expertos se les suministró una información general que centrara el tema a definir de forma concreta. Por separado, a los integrantes del grupo monitor, se les encargó que plantearan una serie de afirmaciones que respondiera a todos los momentos en que el espectador entra en contacto con algún elemento del evento deportivo tal como propone Grönroos (1984) para los servicios en general.

Realizadas las listas se analizaron las versiones para desechar las afirmaciones repetidas y sumar las que

reunían mayor consenso. De esta manera, se formalizó una lista con 92 afirmaciones con la que se elaboró el QUESTv1 que se utilizó para realizar la primera circulación con el panel de expertos.

El envío del cuestionario QUESTv1 se realizó por correo electrónico en un archivo adjunto en una hoja de cálculo lo que facilita el manejo de los datos para el posterior análisis estadístico. En una primera página se realiza una breve introducción al tema y posteriormente se expone una clara explicación del objetivo, de la metodología utilizada, la fase en que se encuentra el proceso y las instrucciones para cumplimentar el cuestionario, todo ello teniendo en consideración que los expertos ya sabían que el cuestionario les iba a ser administrado. El plazo máximo que se daba para rellenar el cuestionario y comentar las aclaraciones oportunas era de una semana.

El sistema elegido para recoger las opiniones de los expertos fue una escala de respuesta tipo Likert de 7 puntos, donde contestar 1 significaba estar totalmente en desacuerdo en mantener la afirmación en la escala y 7 estar totalmente de acuerdo en que ésta se mantuviese en la escala. Además se les proponía la posibilidad de hacer los comentarios que estimaran convenientes sobre cada afirmación. El cuestionario fue enviado y recibido por correo electrónico en todos los casos.

### 4.2. Segunda circulación del cuestionario (QUESTv2)

Con los datos de la primera circulación se realizó un análisis estadístico donde se solicitaban descriptivos como la media y desviación estándar, la mediana y los cuartiles.

Una vez estudiados y organizados los resultados obtenidos se reformuló el cuestionario, obteniendo el QUESTv2. En este nuevo pase

Tabla 2. Resultados descriptivos del cuestionario piloto

V	ÍTEMS	N	Min.	Max.	Media	D.T
1	Se accede fácilmente a la instalación	56	2	7	5,33	1,53
2	El personal de la organización ha colaborado en la localización de la instalación	48	1	7	4,53	1,74
3	Existe una buena señalización para llegar a la instalación	53	1	7	3,90	1,60
4	He tenido suficiente información previa para acceder a la instalación	53	1	7	4,18	1,71
5	La señalización del parking es correcta	45	1	7	3,25	1,81
6	No se generan colas para aparcar	42	1	7	2,53	1,84
7	La ubicación del parking es satisfactoria	43	1	7	3,18	2,04
8	Hay suficiente parking para la gente que se acerca al evento	40	1	7	2,40	1,79
9	No he tenido que hacer grandes colas para la compra de mi entrada	50	1	7	4,85	1,79
10	Hay facilidad para la compra de entradas	52	2	7	4,98	1,48
11	La información sobre disponibilidad y precios de las entradas es clara	55	1	7	5,05	1,36
12	Existen facilidades de venta anticipada de entradas	48	1	7	5,15	1,46
13	La venta de entradas se realiza con eficacia	50	2	7	5,18	1,32
14	No he tenido que hacer grandes colas para llegar a mi asiento	53	2	7	5,40	1,41
15	Los accesos están bien preparados para asumir las colas	53	1	7	4,55	1,50
16	Existe una buena señalización en el interior de la instalación	53	2	7	4,60	1,41
17	Los servicios auxiliares están bien señalizados (cafetería, aseos,...)	48	1	7	4,63	1,56
18	La instalación permite desplazarse con facilidad por el interior	53	1	7	4,83	1,50
19	El personal de la organización ha facilitado la localización de mi asiento	50	2	7	4,03	1,75
20	Hay suficiente personal de la organización para atender a los usuarios	50	2	7	4,18	1,57
21	El personal de la organización realiza bien su trabajo	50	2	7	4,73	1,24
22	Al entrar a la instalación me he sentido impresionado	56	2	7	4,20	1,60
23	La instalación me produce buenas sensaciones	56	1	7	4,73	1,48
24	La visión del evento es buena	56	2	7	5,10	1,41
25	En general la audición es buena	48	2	7	5,00	1,38
26	Se da buena información para conocer el transcurso del evento	49	1	7	4,53	1,50
27	Me he sentido identificado con los seguidores de mi equipo/deportista	53	1	7	4,98	1,46
28	He podido expresar mis emociones sin problemas	56	1	7	5,43	1,47
29	Los servicios de cafetería han cumplido con mis necesidades	50	1	7	4,05	1,43
32	El personal del servicio de cafetería realiza bien su trabajo	50	1	7	3,13	1,42
33	Hay suficientes aseos en la instalación	55	2	7	3,38	1,27
34	La limpieza e higiene de los aseos es correcta	55	2	7	4,43	1,30
36	La relación calidad-precio de los productos del evento es buena	40	1	7	4,20	1,47
37	Hay gran variedad de productos del evento	40	1	7	3,85	1,70
38	Estoy satisfecho con el nivel ofrecido por los deportistas	53	2	7	3,48	1,38
39	Me siento satisfecho con el resultado de la competición	53	2	7	3,60	1,32
40	El arbitraje ha sido justo	53	2	7	3,68	1,16
41	La instalación es ideal para la práctica de la actividad deportiva	53	2	7	5,35	1,33
42	Las salidas de la instalación están correctamente señalizadas	53	1	7	4,90	1,63
43	La salida de la instalación se puede realizar con rapidez	53	1	7	4,68	1,61

Nº de ítems	Método de reducción	Nº ítems reducidos
92	Mediana QUEST v2 $\leq 4$	25
67	Mediana QUEST v2 $>4$ y $<5$	7
60	Agrupación y reformulación por parte del grupo investigador	17
43	Reducción según Alfa de Cronbach. Análisis de fiabilidad del cuestionario piloto. Criterio de Churchill (1979)	7
36	Agrupación y reformulación por parte del grupo investigador	14
22	EVENTQUAL definitivo	

se especificaba que era la ronda 2 y se añadía la información estadística obtenida de los resultados del pase 1. En la información inicial se hacía constancia de la importancia de consensuar los resultados, además, también se explicaba que se había introducido a la derecha de la casilla de puntuación los cuartiles en forma de 25%, 50% y 75% y un breve ejemplo del significado que los resultados tenían. Se les pedía a los expertos que con la información que se ofrecía del resto de expertos volvieran a decidir sobre el mantener o no cada afirmación en la escala de calidad percibida, recordándoles que la intención era reducir la escala. Con esto, se procedió a enviar por correo electrónico el cuestionario y se repitió el proceso realizado en la primera ocasión.

En esta segunda circulación hubo más problemas para recoger la información de los expertos, de hecho se generaron 2 bajas que no entregaron la información. De los 8 restantes se repitió el mismo análisis estadístico que en el primer pase, se obtuvieron los descriptivos y las frecuencias con mediana y cuartiles.

#### 4.3. Reducción de la escala

Al estudiar los resultados obtenidos, se apreciaba en algunos casos un gran consenso, había ítems que claramente consideraban que debían eliminarse y también otros que consideraban interesante mantener.

De los 92 ítems se eliminaron, en un primer paso todos aquellos que tenían una mediana igual o menor a 4 siguiendo el criterio de Cristóbal y Gómez (1999). Con este criterio se eliminaron 25 ítems de tal manera que la escala se quedaba en 67, considerándose aún demasiado extensa para el objetivo de la investigación.

A continuación se observaron los ítems que puntuaban con una mediana situada entre 4 y 5 y se analizó su exclusión. Con este criterio se redujo en otros 7 ítems que dejaban la escala en 60, todavía extensa para un instrumento que se pretendía reducir a no más de 45 ítems y ponerla a prueba.

Con el objetivo de seguir reduciendo la escala, se agruparon diferentes ítems y siguiendo las indicaciones del panel de expertos, fueron eliminados otros referidos a aspectos del servicio y de las instalaciones que de acuerdo con la normativa vigente eran de obligado cumplimiento (discapacitados y señalización). Con este criterio se redujo la escala en otros 17 ítems. En la tabla 1 se puede observar un ejemplo de la agrupación de sentencias que realizó el grupo monitor a sugerencia del panel de expertos.

Con los procedimientos mencionados se redujo la escala hasta conseguir un cuestionario piloto compuesto por 43 ítems como puede observarse en la tabla 2. De este modo se consiguió un amplio consenso en la formulación de todos ellos, pues la mediana superaba en la mayoría de casos la puntuación de 6 sobre un máximo posible de 7.

Una vez construido el cuestionario piloto, fue puesto a prueba con una muestra de 56 sujetos cuyos resultados descriptivos se pueden observar en la tabla 3. La muestra estaba formada por estudiantes de la asignatura de gestión en la FCAFÉ o matriculados en el Máster de Gestión del Deporte de la Universidad de Valencia que habían asistido a un evento deportivo como espectadores y comprando entrada en el último mes. Con los resultados extraídos se realizó el análisis de fiabilidad de la escala mediante el alpha de Cronbach. Con este procedimiento se extrajeron algunos ítems que mostraban una escasa correlación con el resto de la escala y que con su eliminación mejoraban la fiabilidad del instrumento siguiendo de este modo las recomendaciones de Churchill (1979).

Una vez eliminados los 7 ítems producto del análisis de fiabilidad (ver tabla 3) realizado sobre el cuestionario piloto, se volvió a revisar el contenido de la escala por parte del grupo monitor. Siguiendo con el procedimiento utilizado en la fase anterior, después de la reducción según el alfa de Cronbach ya comentado, se realizó una nueva reagrupación de ítems. De este modo se reformularon y combinaron algunas sentencias para reducir la escala en otros catorce ítems.

En la tabla 4 se observa el procedimiento seguido para la reducción de ítems mediante los cuales se ha pasado de una escala inicial de 92 ítems a la definitiva de 22 en diversas fases, utilizando métodos cualitativos y cuantitativos.

Una vez estudiado el resultado se volvió a enviar al grupo de expertos para que emitieran su opinión sobre la reducción de la escala. Con sus aportaciones se procedió a la reformulación de cuatro ítems que podían llegar a confundir o no tenían una expresión clara pero no fue necesario aumentar ni reducir más la escala.

En la tabla 5 se observa el resultado final del proceso, quedando en una escala de 22 ítems que mide la calidad percibida de los espectadores de eventos deportivos denominada EVENTQUAL. La valoración se realiza sobre una alternativa de respuesta de siete puntos en formato Likert donde contestar 1 significa estar totalmente en desacuerdo con la afirmación y contestar 7 significa estar totalmente de acuerdo.

Para profundizar sobre el método Delphi se pueden consultar las obras de Landeta (2002) y de Linstone y Turoff (1975) donde se describe minuciosamente el proceso de consulta de expertos.

#### 5. Discusión y conclusiones

La principal conclusión del trabajo es que el hecho de utilizar una metodología mixta, entre un Delphi puro y el conocimiento de los investigadores crea una interesante relación entre información recogida y economía de tiempo. La utilización del método de forma pura creaba problemas por no llegar a conseguir el objetivo deseado de reducción de la escala de calidad percibida. Al atender las propuestas del panel de expertos y reconsiderar algunas afirmaciones por parte del grupo monitor, se creó una dinámica positiva que acercó el proceso hacia el objetivo propuesto. Coincidimos con Dootson (1995), Loo (2002) y Mara (2000) en que la utilización de distintos métodos cualitativos y cuantitativos mejora la calidad del resultado y la confiabilidad en los mismos. Además, creemos como argumentan Okio y Pawlowski (2004) que el investigador debe de explorar todas las posibilidades metodológicas necesarias para alcanzar los objetivos de la investigación.

Respecto al proceso, es destacable de acuerdo con Loo (2002), que el método utilizado permite un cómodo manejo de la información mediante sistemas informáticos que actualmente se encuentran muy desarrollados, como es el correo electrónico. Esto facilita la participación de los expertos y evita encontrarse con grandes problemas de mortandad por parte de la muestra de panelistas. Además, permite agilizar el proceso y finalizarlo en algunas semanas cuando anteriormente se necesitaban meses de trabajo. También es importante recalcar, coincidiendo con Loo (2002), que la motivación del panel de expertos resulta primordial, por lo que debe de cuidarse con una buena relación de interés y atención por parte del grupo monitor.

Otros trabajos de gestión deportiva donde se ha utilizado el mismo método como los de Cristóbal y Gómez (1999) y Lam et al. (2005) se observa como las circulaciones del cuestionario no exceden de tres, con lo que entendemos que en este caso dos circulaciones son suficientes ya que el objetivo se cumple y así lo expresan los expertos en sus evaluaciones.

Finalmente, cabe señalar que los expertos en gestión e investigación de eventos deportivos consideran como factores fundamentales en la valoración de la calidad de los eventos deportivos aspectos relacionados con las instalaciones o los tangibles, la accesibilidad, el personal de la organización, los servicios complementarios (cafetería, tiendas) y la interacción entre los espectadores. Las tres primeras dimensiones coinciden con la mayoría de trabajos realizados anteriormente (Greenwell, Fink, y Pastore, 2002; Kelly y Turley, 2001; Theodorakis, Kambitsis,

Tabla 5. Escala de calidad percibida en eventos deportivos: EVENTQUAL	
ÍTEMS	
1	He llegado fácilmente a la instalación
2	Ha resultado sencillo adquirir mi entrada
3	He conseguido la entrada que deseaba
4	He localizado mi asiento con facilidad
5	La instalación permite desplazarse con facilidad por su interior (señalización, pasillos,...)
6	Hay suficiente personal de la organización para atender a los usuarios
7	Los empleados de la organización están bien formados
8	Los empleados de la organización realizan bien su trabajo
9	Los empleados de la organización atienden con amabilidad
10	Al entrar a la instalación me he sentido impresionado
11	La instalación me produce buenas sensaciones
12	La visión del evento es buena
13	En general, la audición es correcta
14	En general, la limpieza de las instalaciones es correcta
15	La instalación es ideal para la práctica de la actividad deportiva
16	Se da buena información para conocer el desarrollo de la competición
17	Me he sentido bien con el resto de espectadores
18	El servicio de cafetería ha cumplido con mis necesidades
19	Los empleados del servicio de cafetería realizan bien su trabajo
20	La limpieza e higiene de los aseos es correcta
21	Existe una buena oferta de productos del evento (cantidad, calidad, precio,...)
22	La salida de la instalación se puede realizar con rapidez

Laios y Koutelios, 2001), en cambio la interacción entre los espectadores solo había sido referida por Ko y Pastore (2005). En futuros trabajos, creemos que debe de tenerse en cuenta aspectos referidos al juego y la competición, ya que en estudios como el de Kelley y Turley (2001) y de Ko y Pastore (2005) se han mostrado relevantes. Así, se podría añadir una dimensión más a las cuatro referidas obteniendo de este modo una quinta entendida como calidad del resultado.

## 6. Referencias

Calabuig Moreno, F., Quintanilla Pardo, I., & Mundina Gómez, 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* [en línea], 10(4), 25-43. Disponible en: <http://www.cafyd.com/REVISTA/01003.pdf> [Consulta: 2008, 20 de enero].

Cristóbal Fransi, E., & Gómez Adillón, 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.

Churchill, G.A. Jr. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs, *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.

Dootson, S. (1995). An in-depth study in triangulation. *Journal of Advanced Nursing*, 22(1), 183-187.

Greenwell, T.C., Fink, J.S., & Pastore, D.L. (2002). Assessing the influence of the physical sports facility on customer satisfaction within the context of service experience. *Sport Management Review*, 5(2), 129-148.

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.

Heras Saizarbitoria, I., Arana Landín, G., & Casadesús Fa, M. (2005). Conclusiones de un estudio tipo Delphi: resultados de la implantación de la norma ISO 9000 y el Modelo EFQM, *Forum calidad*, 158, 32-40.

Kelley, S.W., & Turley, L.W. (2001). Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events. *Journal of Business Research*, 54(2), 161-166.

Ko, Y.J., & Pastore, D.L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 84-97.

Konow, I., & Pérez, G. (1990). *Métodos y técnicas de investigación prospectiva para la toma de decisiones*. Santiago de Chile: Funturo Universidad de Chile.

Lam, E. T. C., Zhang, J. J., & Jensen, B. E. (2005). Service quality assessment scale (SQAS): An instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 9(2), 79-111.

Landeta Rodríguez, J. (2002). *El método Delphi. Una técnica de previsión del futuro*, Barcelona: Ariel.

Linstone, A., & Turoff, M. (1975). *The Delphi Method: Technique and Applications*. London: Addison-Wesley.

Loo, R. (2002). The Delphi method: a powerful tool for strategic management. *Policing: An International Journal of Police Strategies and Management*, 25(4), 762-769.

Mara, C.M. (2000). A strategic planning process for a small nonprofit organizations: a hospice example. *Nonprofit Management and Leadership*, 11(2), 211-220.

Martínez García, J.A., & Martínez Caro, L. (2008). La medición de la calidad percibida en servicios deportivos: un enfoque en primera persona. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte* [en línea], 8(31), 244-255. Disponible en: <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista31/artmedición96.htm> [Consulta: 2008, 30 de septiembre].

Morales Sánchez, V., Hernández-Mendo, A., & Blanco Villaseñor, A. (2005). Evaluación de la calidad en los programas de actividad física. *Psicothema*, 2(17), 311-317.

Mundina Gómez, J., & Calabuig Moreno, 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.

Nuviala Nuviala, A., & Casajús Mallén, 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* [en línea], nº 18. Disponible en: <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista18> [Consulta: 2008, 2 de septiembre]

Nuviala Nuviala, A., Tamayo Fajardo, J.A., Iranzo Llopis, J., & Falcón Miguel, D. (2008). Creación, diseño, validación y puesta en práctica de un instrumento de medición de la satisfacción de usuarios de organizaciones que prestan servicios deportivos. *Retos. Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación* [en línea], nº 14, 10-16. Disponible en: <http://www.retos.org> [Consulta: 2008, 25 de septiembre].

Okoli, C., & Pawlowski, S.D. (2004). The Delphi method as a research tool: an example, design considerations and applications, *Information & Management*, 42(1), 15-29.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Sanz, I., Redondo, J.C., Gutiérrez, P., & Cuadrado, G. (2005). La satisfacción en los practicantes de spinning: Elaboración de una escala para su medición. *Motricidad. European Journal of Human Movement*, 13, 17-36.

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.

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

Vélez Pareja, I. (2002). *Decisiones de inversión enfocadas a la valoración de empresas*. Bogotá: CEJA.

## 7. Agradecimientos

Este trabajo se ha realizado gracias a la ayuda y financiación del Comité Organizador de los Juegos Mediterráneos de Almería (COJMA).