



Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Organización Deportiva

Producción Científica

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
Sistema Nacional de Investigadores



Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Organización Deportiva

Artículos

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
Sistema Nacional de Investigadores



Universidad
Tecnológica
de Pereira



III Congreso de la Asociación
Latinoamericana
de Gerencia Deportiva

Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva
ALGED



GIGEDE

Gerencia Deportiva

Colombia, Pereira 13 de Febrero de 2013

MC

Raquel Morquecho Sánchez
Nuevo León, México

El Comité Científico del III Congreso de la Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva, que se celebrará en Pereira – Colombia, del 25 al 27 de abril de 2013, le presenta un saludo de bienvenida y se complace en manifestarle que ha considerado aceptar su ponencia: “Enfoque Diacrónico del Cuestionario SERVQUAL para su Aplicación a Entidades Deportivas” para ser presentada en el evento.

Teniendo en cuenta, los requerimientos de la Editorial Kinesis quien publicará las memorias, le solicitamos comedidamente enviar su trabajo completo el día 28 de febrero.

La organización requiere, adicionalmente, la confirmación de su asistencia al Congreso.

Reiteramos nuestra complacencia al tenerla como ponente en el Congreso Internacional, que reunirá a profesionales y referentes nacionales e internacionales, en el ámbito de la gestión en el sector.

Agradecemos su colaboración y participación. .

ÁNGELA JASMIN GÓMEZ HINCAPIÉ
Directora del evento

CARLOS DANILO ZAPATA VALENCIA
Director Comité Académico

III Congreso de la Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva
informacion@gigede.com
ponencias@gigede.com
www.gigede.com



Acreditada Institucionalmente de Alta Calidad por el Ministerio de Educación Nacional
NIT: 891.480.035-9 Apartado Aéreo: 097 - Tel. Comutador: (57) (6) 313 7300 - Fax: 321 3206
www.utp.edu.co - Pereira (Risaralda) Colombia

**Enfoque Diacrónico del Cuestionario SERVQUAL para su Aplicación a Entidades
Deportivas**

Autores: Raquel Morquecho-Sánchez¹, Rosa Elena Medina-Rodríguez¹, Verónica Morales-Sánchez², Mireya Medina Villanueva¹, Jesús Eduardo Duelos-Martínez¹.

Procedencia:

¹Facultad de Organización Deportiva, Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

²Departamento de Psicología Social, Antropología Social, Trabajo Social y Servicios Sociales. Facultad de Psicología. Universidad de Málaga, España.

Área: Educación para la Gerencia del Deporte.

Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León. C.P. 66451. México.

rmorquecho7@hotmail.com Tel. 0448112750834

Palabras Claves: calidad, gestión, servicio deportivo, SERVQUAL, entidades deportivas.

MC. Raquel Morquecho Sánchez, autorizo al Comité Organizador del III Congreso de la Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva que se llevará a cabo en Pereira, Colombia, a publicar el presente trabajo en el libro/CD de actas del congreso, cediendo los derechos de reproducción a la Editorial para que difunda el CD de actas del evento.

Fdo. M.C Raquel Morquecho Sánchez.

Dra. Rosa Elena Medina Rodríguez.

Dra. Verónica Morales Sánchez.

MC. Mireya Medina Villanueva.

Jesús Eduardo Duelos Martínez.

Enfoque Diacrónico del Cuestionario SERVQUAL para su Aplicación a Entidades Deportivas

Resumen

Recientemente en las organizaciones el constructo de la calidad de servicios se ha ido estableciendo como una herramienta necesaria para lograr el éxito, por lo tanto, es esencial analizar y conocer sus dimensiones para ser capaces de obtener la mejora continua del servicio. El propósito de este trabajo es analizar las dimensiones que conforman la calidad del servicio y la influencia de las mismas en contextos socioculturales, específicamente en el deporte, utilizando como referencia para este análisis el *modelo SERVQUAL*. El presente estudio está formado por tres apartados, en el primero se abordan los conceptos relacionados con la evolución y el desarrollo de la calidad del servicio, en el segundo apartado se presenta el origen y la estructura del *SERVQUAL*; mientras que en el tercer apartado se aborda su evolución y aplicación en diferentes contextos, hasta llegar a su aplicación al ámbito deportivo. Para los cuales se realizó una búsqueda documental entre los años de 1985 a 2010, en inglés y español, en bases de datos como *Sport Discus* y *Dial net*, con los descriptores *calidad, servicio, servicio deportivo, SERVQUAL, entidades deportivas y gestión*. De acuerdo a los resultados de la búsqueda bibliográfica que se realizó, diferentes autores, coinciden que es importante conocer no solo las necesidades; si no también las expectativas y las percepciones de los usuarios, para conseguir la calidad total de las organizaciones deportivas, mediante el uso de herramientas válidas y fiables, así como una evaluación que permita a las organizaciones establecer los criterios de calidad y estrategias adecuadas de gestión deportiva. Concluimos que a pesar que el cuestionario *SERVQUAL* ha sido la principal referencia para la mayoría de los estudios, es necesario complementarlo con un adecuado y riguroso programa de intervención *ad hoc*.

Palabras Claves: calidad, gestión, servicio deportivo, SERVQUAL, entidades deportivas.

Introducción

En la actualidad, la *calidad de servicios*, se ha ido consolidando como una alternativa necesaria para lograr el éxito organizacional. El interés por la calidad obedece a las numerosas ventajas que ofrece la filosofía de buscar la mejora continua, potenciar el número de usuarios leales, incrementar la atracción de nuevos usuarios, presentar oportunidades para el desarrollo organizacional (Reboloso, 2000). Es por esto, que en los últimos años, se defiende de manera insistente la *gestión de calidad* como un principio activo para la mejora de la posición social de las organizaciones. Esta revolución por la calidad está creciendo progresivamente, convirtiéndose en un modelo de gestión que involucra a todos los actores sociales que intervienen en el proceso de la organización.

Existe un interés creciente por incorporar sistemas de gestión de la calidad en las organizaciones; pero actualmente existe la falta de conocimientos teóricos en torno a estos conceptos. Es por esto que el objetivo de este trabajo es analizar las dimensiones que conforman la calidad del servicio y la influencia de las mismas en contextos socioculturales, específicamente en el deporte. Utilizando como referencia para este análisis el cuestionario *SERVQUAL* (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988).

La calidad del servicio es un factor decisivo para el desarrollo de las organizaciones (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985), por lo tanto, es esencial analizar y conocer sus dimensiones para ser capaces de obtener la mejora continua del servicio.

El efectuar este trabajo se realizó una búsqueda documental entre los años de 1985 a 2010, en inglés y español, en bases de datos como *Sport Discus* y *Dial net*, con los descriptores *calidad, servicio, servicio deportivo, SERVQUAL, entidades deportivas y gestión*. Para sistematizar los principales argumentos teóricos de revisión el artículo se ha dividido en tres apartados. En el primero se abordan los conceptos relacionados con la evolución y el desarrollo de la calidad del servicio, aportando diferentes definiciones de los autores de mayor reconocimiento en esta materia y diferenciando las perspectivas básicas, así como los enfoques de la gestión de la calidad hasta llegar a la actual gestión de la calidad total en las organizaciones deportivas. En el segundo apartado se presenta el origen y la estructura del *SERVQUAL*, donde se muestra el porqué del surgimiento de este instrumento para medir la calidad del servicio; así como su estructura basada en las dimensiones de la calidad. El tercer apartado se destina a revisar la evolución y la aplicación del *SERVQUAL* en diferentes contextos, hasta llegar a su aplicación al ámbito deportivo.

Desarrollo

1. Evolución y desarrollo de la calidad del servicio.

Según Calabuig (2010) la calidad del servicio resulta importante a la hora de asegurar los procesos de lealtad y mantenimiento de estándares que permitan la comparación con otras organizaciones o con la misma en procesos de gestión de la calidad.

Las características que poseen los servicios, como la universalidad, temporalidad y la heterogeneidad, hacen que las estrategias de gestión deban adaptarse, por lo que para el consumidor, la calidad de un servicio, es mucho más difícil de evaluar que la calidad de un producto tangible. Por lo tanto, el comprender la calidad del servicio presenta complicaciones que los gestores deportivos deben afrontar; así como su medición teniendo en cuenta una serie de dimensiones, entendidas estas como las características del servicio que son percibidas a juicio de los usuarios (Nuviala et al., 2008).

Rial y Varela (2010) sugieren que llevar a cabo una evaluación periódica, válida y fiable de la calidad percibida del servicio no es tarea fácil, ya que implica establecer con anterioridad un modelo en el que se recojan las dimensiones y elementos relevantes del propio servicio en diferentes momentos en que se oferta.

Dorado y Gallardo (2005) indican que existen pocos estudios en el contexto de los servicios deportivos que permitan determinar cuáles son las dimensiones que definen la valoración sobre la calidad percibida de los servicios que se dan durante la oferta deportiva.

2. Origen y estructura del SERVQUAL.

Los trabajos de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) actualmente son referentes, en el estudio de la gestión de la calidad del servicio. Estos autores desarrollaron este modelo conceptual en 1985, basándose en los trabajos anteriores de Grönroos (1978, 1982, 1984), los cuales mencionan que la calidad del servicio percibida es una forma de actitud, como resultado de la comparación entre las expectativas previas de los sujetos y el rendimiento que realmente perciben del servicio (Parasuraman et al., 1985, 1988).

La base de este modelo conceptual tiene su origen en estudios exploratorios de carácter cualitativo basados en las líneas de valorar la calidad del servicio percibida como un desajuste entre expectativas y percepciones de resultados, lo que se denomina teoría del paradigma desconfirmatorio.

Las expectativas serían los deseos y necesidades de los consumidores, y las percepciones son las creencias de los consumidores relativas al servicio recibido. De tal modo que, un cliente percibirá un servicio como de alta calidad cuando su experiencia con la prestación de ese servicio iguale o exceda sus expectativas iniciales. Por el

contrario, el servicio será catalogado de mala calidad cuando las expectativas no se vean satisfechas por la experiencia de la prestación del servicio.

Parasuraman et al. (1988) nos indican que a la hora de evaluar la calidad de servicio y en ausencia de criterios de carácter objetivo, es necesario realizar un diagnóstico de dicho servicio a partir del análisis de las percepciones de los clientes o usuarios con relación al servicio recibido.

La escala de medida y las cinco dimensiones que definen la calidad de servicio son: elementos tangibles, fiabilidad, empatía, capacidad de respuesta y seguridad, los cuales han sido los elementos significativos para el uso generalizado de este modelo; así como para estudiar la calidad de servicio en diferentes ámbitos del sector de servicios.



Figura 1. Estructura SERVQUAL

El cuestionario SERVQUAL fue desarrollado sobre la base de una perspectiva de marketing, con el apoyo del Instituto de Marketing Science, por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1985. Su objetivo era proporcionar un instrumento para medir la calidad del servicio que pudiera aplicarse a una amplia gama de servicios, con modificaciones menores en la escala.

La escala SERVQUAL fue desarrollada y probada a través de cuatro entornos de servicios: banca, servicios de tarjetas de crédito, reparación y mantenimiento, y servicios telefónicos de larga distancia.

Con respecto a la estructura del SERVQUAL originalmente, Parasuraman y cols. (1985) consideran que la calidad es un constructo compuesto por diez dimensiones: fiabilidad, responsabilidad, competencia, accesibilidad, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, comprensión y elementos tangibles.

Parasuraman y cols. en su trabajo de 1988 acotaron la estructura a cinco dimensiones de la calidad del servicio que son aplicables a proporcionar un servicio de las empresas en general: (a) *fiabilidad*, definida como la prestación del servicio prometido y estable en el tiempo; (b) *capacidad de respuesta*, disposición del personal para prestar ayuda y

servicio rápido a los usuarios; (c) *seguridad*, atención y habilidades proporcionadas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza; (d) *empatía*, capacidad para entender la perspectiva del usuario; y (e) *elementos tangibles*, apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. (Véase Figura 1).

En su forma final, el cuestionario SERVQUAL consta de 22 ítems, la mitad de estos están destinados a medir el nivel de los consumidores de acuerdo a la espera del servicio para un sector particular (expectativas). Los otros 11 ítems están diseñados para medir la percepción de los consumidores sobre el nivel actual de los servicios prestados por una organización particular (percepciones).

El cuestionario se complementa con otra sección de preguntas que incluye la más importante: la calificación general de la calidad del servicio en una escala del 1 al 10, calidad muy pobre a calidad excelente. Esta pregunta compara la percepción general del servicio con respecto a cada aspecto particular del mismo. La calidad del servicio se mide sobre la base de los puntajes de diferencia restando puntajes expectativa de las puntuaciones de percepción correspondientes.

Finalmente se completa esta sección con preguntas generales (opcionales) como la intención de recomendar el servicio, y el tiempo que el cliente lleva contratándolo, además de datos demográficos de cada cliente para poder identificar tendencias en las respuestas.

3. Evolución y aplicación del SERVQUAL.

El cuestionario SERVQUAL según Morales (2003) es consecuencia de los trabajos realizados por Grönroos (1978, 1982, 1984). Se trata de una de las herramientas más utilizadas y ha sido aplicada en diversas áreas y contextos desde su creación (Arunasalam, Paulson y Wallace, 2003; Lowndes y Dawes, 2001; Mundina, Quintanilla, Sanpedro, Calabuig y Crespo, 2005). En los últimos años destaca el trabajo de Arunasalam, Paulson y Wallace (2003) donde obtienen resultados óptimos en la aplicación del cuestionario en la estimación de satisfacción en trabajadores que participan en un programa de compensación de salud.

En el trabajo de Lowndes y Dawes (2001) examinan las dimensiones de la calidad del servicio que emergen del análisis factorial; basados en el instrumento de SERVQUAL, los resultados demuestran que las dimensiones que emergen de los datos de las compras son iguales a las dimensiones de SERVQUAL, además encontraron que las dimensiones son estables.

Pero también han existido críticas al instrumento SERVQUAL, las cuales se han centrado en dos cuestiones. La primera aborda el problema de la medida, cuestionando su construcción (Carman, 1990) y las limitaciones culturales asociadas a la escala (Orledge, 1991; Smith, 1992; Salvador Ferrer, 2005).

La segunda cuestión está referida a la distribución de los pesos de cada una de las dimensiones. Inicialmente se hipotetizaba que todas las dimensiones del constructo calidad del servicio tenían el mismo valor.

Reboloso, Fernández Ramírez, y Cantón, (2001) no confirma este supuesto; sin embargo, es posible que la disparidad en los hallazgos sea debido a la elevación de la

supuesta validez, consistencia y coherencia de la herramienta (Buttle, 1994) o bien que las distintas adaptaciones no han sido realizadas con garantías.

En el trabajo de Reboloso, Salvador, Fernández Ramírez, y Cantón, (2000) se analiza la calidad percibida por los usuarios de un servicio de atención a estudiantes universitarios. Se emplearon los ítems de cada una de las dimensiones del SERVQUAL, y se incorporaron otros pertenecientes a nuevas categorías como la expectativa del servicio, superación de las expectativas y precios.

Reboloso y cols. (2000), con el fin de solventar los problemas existentes en la composición del Servqual se incrementó el número de ítems en todas las dimensiones, tratando de alcanzar mayores niveles de consistencia intradimensional.

Los resultados encontrados muestran que la escala SERVQUAL posee una estructura bidimensional: un factor llamado mixto que agrupa la eficacia percibida por el usuario, satisfacción de necesidades, experiencia previa y accesibilidad, y con la eficiencia entendida en términos de superioridad profesional, rapidez y precio asociado al servicio; y otro factor denominado elementos tangibles que atañe a la calidad percibida de los recursos materiales del servicio, lo cual no significa que estos hallazgos invaliden el cuestionario original de cinco dimensiones.

Morales Sánchez (2003) en un estudio realizado en organizaciones deportivas municipales de Málaga, España, determina que a la vista de los resultados del análisis, se puede considerar que este cuestionario, es una herramienta fiable y válida, con una estructura factorial minuciosa; ya que los índices de parsimonia son superiores 0.50, 0.69 para la escala de expectativas y 0.68 para la escala de percepciones, y aporta información de gran utilidad en la evaluación de programas de actividad física. El cuestionario permite realizar tanto una evaluación sumativa como formativa, siendo esta la más usada en el ámbito de los programas de actividad física.

En este sentido, el SERVQUAL permite determinar la importancia de las cinco dimensiones en la valoración global de las percepciones de calidad por parte de los clientes. Además, tiene otras aplicaciones que se presentan a continuación:

- *Comparar las expectativas y las percepciones de los clientes a lo largo del tiempo.
- *Comparar las puntuaciones Servqual de una empresa con las puntuaciones de sus competidores.
- *Examinar segmentos de clientes que poseen diferentes percepciones sobre la calidad.
- *Evaluar las percepciones de los clientes internos sobre la calidad.

De acuerdo a la literatura las recientes investigaciones se han concentrado en establecer las dimensiones relevantes del constructo de la calidad en los servicios deportivos, a través de la evaluación de programas de actividad física muy específicos del servicio, sin que exista actualmente unanimidad al respecto.

Por lo cual consideramos que en este sentido, es importante conocer no solo las necesidades; si no también las expectativas y las percepciones de los usuarios, y aplicar programas de intervención para conseguir la calidad total de las organizaciones

deportivas, mediante el uso de herramientas válidas y fiables, así como una evaluación que permita a las organizaciones establecer los criterios de calidad y estrategias de la gestión deportiva.

Parece claro la variedad de teorías basadas en el paradigma del enfoque adecuado para medir la gestión de calidad en el servicio. Por esto es que en el proceso de aplicar la mejora continua en la calidad de los servicios; primero hay que concientizar a todo el personal que conforma la organización, sobre la importancia de brindar un servicio de calidad, después hay que medir cuantitativamente los niveles de calidad que percibe el cliente, de los cuales se identifican los aspectos positivos y negativos del servicio, potenciar los positivos y disminuir los negativos, y repetir este proceso constantemente, aspirando siempre a lograr una mejora continua.

Sin embargo, dada la subjetividad de los servicios, proponemos que para lograr resultados más significativos y poder determinar el impacto que provocan, es importante la aplicación de herramientas de medición como la presentada en este trabajo, el cuestionario Servqual.

Conclusiones

Concluimos que a pesar que el cuestionario SERVQUAL ha sido la principal referencia para la mayoría de los estudios, es insuficiente para evaluar la calidad de los servicios deportivos, desde nuestro punto de vista se necesitan aplicar programas de intervención entre una evaluación y otra; así como en diferentes momentos en que se oferta el servicio.

Es por esta insuficiencia que las organizaciones deportivas se han apoyado con la utilización de sistemas de gestión de calidad. Dentro de estos, los más utilizados son los modelos ISO y EFQM.

Se sugiere la necesidad de evaluar la calidad de los servicios deportivos, la aplicación de las dimensiones o principios de calidad externa (de una manera objetiva y cuantitativa) y luego a una evaluación cualitativa (prestando la debida atención a la satisfacción del cliente).

Proponemos aplicaciones *ad hoc* de modelo o instrumentos específicos para la propia organización. Debemos ampliar nuestro espectro, el estar abiertos a conocer y aplicar otros modelos e instrumentos alternativos para medir la calidad de servicio deportivo, como podría ser el Cuestionario de Evaluación de la Calidad Percibida en Servicios Deportivos (CECASDEP), (Gálvez, P. y Morales Sánchez, V., 2011) entre otros.

Bibliografía

- Arunasalam, M., Paulson, A. y Wallace, W. (2003). Service Quality Assessment of Workers' Compensation Health Care Delivery Programs in New York State Using SERVQUAL. *Health Marketing Quarterly*, 21 (1-2), 29-64.
- Barrera, R. y Reyes, M. C. (2003). Análisis comparado de las escalas de medición de la calidad de servicio. En XIII Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica, 13, 285-294. Lugo: Universidad de Santiago de Compostela.
- Buttle, F. (1994). SERVQUAL: Review, critique, and research agenda. *European Journal of Marketing*, 8-32.
- Calabuig, F., Mundina, J. y Crespo, J. (2010b). 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. y Mundina, J. (2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos. *International Journal of Sport Science*, 10(4), 25-43.
- Carman, J. M. (1990). Customer perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 66, 33-35.
- Cottrell, S. y Bricker, K. S. (2003). Calidad en el Servicio y su repercusión en la fidelidad de los clientes entre los relectores de viajes incentivos a Islas Fiji y Kenia. En A. Apraiz y M. S. Iribar, *Experiencias y Técnicas en la Gestión del Ocio*. Documentos de Estudio del Ocio, 25 (143-159). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cronin, J. J. y Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- Cronin, J. J. y Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance based and perceptions minus expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58, 125-131.
- Crosby, P. B. (1979). *Quality is free. The Art of Making Quality Certain*. New York: McGrawHill.
- Dorado, A. y Gallardo, L. (2005). *La gestión del deporte a través de la calidad*. Barcelona: Inde.
- Dorado, A. (2006). La gestión privada en las organizaciones deportivas. En L. Gallardo y J. Lozano (Dir.), *Futuras claves en la gestión de organizaciones deportivas* (103-116). Cuenca: Universidad de Castilla La Mancha.

Dorado, A., Gambau, V. y Gallardo, L. (2006). La calidad en la gestión deportiva: un valor en alza. En A. Fraile y X. Pujadas (Eds.), *Culturas deportivas y valores sociales. Investigación social y deporte*. Pamplona: Asociación Española de Investigación Social Aplicada al Deporte.

Gálvez Ruíz, P y Morales Sánchez, V. (2010). Evaluación de la calidad del servicio percibida en servicios deportivos. *Revista: Lecturas: EF y Deportes Revista Digital*, 14(141), febrero. <http://www.efdeportes.com/efd141/calidad-percibida-en-servicios-deportivos.htm>. ISSN 1514-3465. RNPI 976811.

Gálvez Ruíz, P y Morales Sánchez, V. (2010). La calidad del servicio percibida evaluada mediante un cuestionario. *Revista: Lecturas: EF y Deportes Revista Digital*, 15(146), julio. <http://www.efdeportes.com/efd145/atencion-temprana-y-calidad-del-servicio.htm>. ISSN 1514-3465. RNPI 976811.

Gálvez, P. y Morales Sánchez, V. (2011). Cuestionario para evaluar la calidad de servicios deportivos: estudio inicial de las propiedades psicométricas. Tesis Doctoral. *Revista: Lecturas: EF y Deportes. Revista Digital*, 16(162), noviembre. <http://www.efdeportes.com/efd162/evaluar-la-calidad-de-servicios-deportivos.htm>. ISSN 1514-3465. RNPI 976811.

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, suple. Junio), 123-130.

Grönroos, C. (1978). A service oriented approach to marketing for services. *European Journal of Marketing*, 12, 588-601.

Grönroos, C. (1982). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Swedish School of Economics and Business Administration. Sweden: Helsingfors.

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

Grönroos, C. (1988). *Service Quality: The six criteria of good service quality*. New York: St. John's University Press.

Kim, D. y Kim, S. Y. (1995). QUESC: an instrument for assessing service quality in sports and leisure centres. *Managing Leisure*, 1, 77-89.

Lowndes, M. y Dawes, J. (2001). Do distinct SERVQUAL dimensions emerge from mystery shopping data? A test of convergent validity. *Canadian Journal of Program Evaluation*, 16(2), 41-53.

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

Morales Sánchez, V. (2003). Evaluación psicosocial de la calidad en servicios municipales deportivos: aportaciones desde el análisis de variabilidad. Málaga: SPICUM.

Morales Sánchez, V. y Correal, J. (2003). La calidad en la gestión de los servicios deportivos. En A. Hernández Mendo (Coord.), *Psicología del Deporte* (Vol. III): Aplicaciones 2 (81101). Buenos Aires: Tulio Guterman. Extraído de <http://www.efdeportes.com>

Morales Sánchez, V. y Hernández Mendo, A. (2004). Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización. *Lecturas: Educación Física y Deportes. Revista Digital*, 73, junio. Extraído de <http://www.efdeportes.com/edf73/calidad.htm>

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

Morales Sánchez, V., Hernández Mendo, A. y Blanco Villaseñor, A. (2009). Evaluación de la calidad en organizaciones deportivas: adaptación del modelo SERVQUAL. *Revista de Psicología del Deporte*, 18(2), 137-150.

Morales Sánchez, V. (2009). Evaluación de la calidad en organizaciones deportivas: análisis de generalizabilidad. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 62(12), 99-109.

Morales Sánchez, V y Gálvez, P. (2011). La percepción del usuario en la evaluación de la calidad de los servicios municipales deportivos. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 11(2, suple. Junio), 147-154.

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

Nuviala, A., Tamayo, J. A., Iranzo, J. y Falcón, 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*, 14, 1016.

Orledge, J. (1991). *Service quality: An empirical investigation of two measurement techniques*. Msc disertation: Manchester School of Management.

Parasuraman, A.-Zeithaml, V.A.-Berry, L.L. (1985): A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.

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

Parasuraman, A. Zeithaml, V. y Berry, L. (1993). More on improving service quality measurement. *Journal of Retailing*, 69, 140-147.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124.

Rial, J., Varela, J., Rial, A. y Real, E. (2010). Modelización y medida de la Calidad Percibida en centros deportivos: la escala QSport10. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 18(6), 57-73.

Reboloso, E., Salvador, C., Fernández Ramírez, B. y Cantón, P. (2000). Análisis de la estructura dimensional del SERVQUAL en los servicios universitarios. <http://www.sociedadevaluacion.org/docs/conferencias/4thMadrid2005/com112.pdf>

Salvador, C. (2005). La percepción del cliente de los elementos determinantes de la calidad del servicio universitario características del servicio y habilidades profesionales. *Papeles del Psicólogo*, 90.

Sanz, I., Redondo, J., Gutiérrez, P. y Cuadrado, G. (2005). La satisfacción en los practicantes de spinning: elaboración de una escala para su medición. *European Journal of Human Movement*, 71(13), 17-36.

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