

Modelo tridimensional de la calidad en organizaciones deportivas: calidad emocional en usuarios/as infantiles

Tridimensional model of quality in sport organizations: emotional quality in children users

Modelo tridimensional de qualidade em organizações desportivas: qualidade emocional de crianças utilizadoras

Rocío Pérez-López¹, Verónica Morales-Sánchez^{1*}, M. Teresa Anguera² y Antonio Hernández-Mendo¹

¹ Universidad de Málaga (España). ² Universidad de Barcelona (España).

Resumen: En el presente estudio el objetivo principal es evaluar la calidad en las organizaciones deportivas, centrado en el análisis de la *calidad emocional* de los servicios deportivos infantiles. Para ello, es necesario analizar los criterios relevantes para los/as usuarios/as más pequeños/as y contrastarla con la de sus padres/madres, empleados/as y responsables de las instalaciones deportivas y así poder contribuir a una mejora en la gestión de la *calidad total* de los servicios deportivos municipales. Se trabaja con 74 participantes obtenidos mediante un muestro intencional, de los cuales 47 participaron en las entrevistas individuales y 27 en los grupos focales. Se emplea una metodología mixta (*mixed methods*) con un diseño incrustado, realizando entrevistas individuales y grupos focales, desde la vertiente cualitativa, y hallando la comparación de proporciones entre las frecuencias de determinadas categorías desde la vertiente cuantitativa. El análisis de contenido se realizó con el programa Atlas ti v.7.1.8., y la comparación de proporciones con la prueba binomial y el programa Statgraphics. Los resultados obtenidos indican que las facetas referentes a la dimensión de calidad emocional o relacional, como la comprensión auténtica, iniciativa y empatía son determinantes para tener una calidad positiva del servicio, junto a los aspectos tangibles. Existen diferencias entre los aspectos óptimos y no óptimos. Se concluye, que una buena interacción entre los/as empleados/as y usuarios/as es determinante para la calidad de servicios deportivos, así como el buen estado, conservación, imagen y limpieza de los elementos tangibles, junto a una buena higiene y vestimenta adecuada por parte de los/as empleados/as.

Palabras Clave: calidad total, calidad emocional del servicio, gestión deportiva, usuarios/as infantiles.

Abstract: The main aim in this paper is the quality assessment in sport organizations, and is focused in the analysis of emotional quality of children's sport services. It's necessary to analyze the relevant criteria for youngest users and to contrast with the corresponding criteria from parents, workers and responsables from facilities sport, in order to improve the total quality management in children's sport services. There are 74 participants, chosen from an intentional sampling; 47 participants answered individual interview, and 27 participated in focused groups. This study has done from mixed methods, with an embedded design, that implies individual interviews

and focused groups from qualitative approach, and compared proportions in some categories from quantitative approach. The content analysis has done with Atlas ti v. 7.1.8 software, and compared proportions through binomial test and Statgraphics software. The results show us that the facets related with emotional or relational quality dimension, and also authentic comprehension, initiative and empathy, are relevant to have a positive quality of services, together the tangible aspects. There are some differences between optimal and non optimal services. As a conclusion, a good interaction between workers and users is very important for the quality of sport services, and also the good appearance, preservation, image and cleaning of tangible elements, moreover a good hygiene and idoneous clothes from workers.

Keywords: Total quality, emotional quality of service, sport management, children users.

Resumo: O presente estudo tem como principal objetivo avaliar a qualidade das organizações desportivas, centrando-se na análise da *qualidade emocional* dos serviços desportivos para crianças. Para isso, afigura-se necessário analisar os critérios relevantes para os utilizadores mais pequenos e contrastar com os dos seus pais/mães, funcionários e responsáveis pelas instalações desportivas, para assim contribuir para a melhoria da gestão da qualidade total dos serviços municipais. Utilizaram-se 74 participantes encontrados através de uma amostra intencional, dos quais 47 participaram em entrevistas individuais e 27 em grupos focais. Aplicou-se uma metodologia mista (*mixed methods*) com um desenho incrustado, realizando-se entrevistas individuais e grupos focais desde a vertente qualitativa, e realizando-se a comparação de proporções entre as frequências de determinadas categorías desde a vertente quantitativa. A análise de conteúdo realizou-se através do programa Atlas ti v.7.1.8., enquanto que a comparação de proporções foi realizada através da prova binomial e do programa Statgraphics. Os resultados obtidos com a prova binomial indicam que as facetas referentes à dimensão qualidade emocional ou relacional, assim como a compreensão autêntica, iniciativa e empatia são determinantes para obter uma qualidade positiva dos serviços em relação a aspetos tangíveis. Existem diferenças entre os aspetos ótimos e não ótimos. Conclui-se que uma boa interação entre os funcionários e os usuários é determinante para a qualidade dos serviços desportivos, assim como o bom estado, conservação, imagem e limpeza dos elementos tangíveis, incluindo-se uma boa higiene e vestuário adequado por parte dos funcionários.

Palavras Chave: qualidade total, qualidade emocional dos serviços, gestão desportiva, crianças utilizadoras.

Dirección para correspondencia [Correspondence address]: Verónica Morales-Sánchez. Depto. Psicología Social, Trabajo Social, Antropología Social y Estudios de Asia Oriental. Facultad de Psicología. Campus de Teatinos, s/n. Universidad de Málaga. 29071. Málaga (España). E-mail: vomorales@uma.es

Introducción

La mejora constante de la calidad de servicio es una condición indispensable para cualquier organización deportiva cuyo interés reside en prosperar. El interés por la calidad del servicio ha aumentado notablemente, tanto en las organizaciones como en el terreno de la investigación científica (Buttle, 1994).

En las últimas décadas del siglo XX se han caracterizado por otorgar mayor importancia a las relaciones interpersonales dentro de la gestión de los servicios (Clemmer y Schneider, 1996; Dorado, 2007) y especialmente a la relación empleado/a y usuario/a (Bove y Johnson, 2000).

Las investigaciones sobre calidad de servicio, en sus inicios, se centraban en el análisis de las exigencias del usuario/a sobre el servicio que ofrece la organización. Sin embargo, la evolución del fenómeno hacía un carácter más psicosocial (no sólo se busca la calidad en la tangibilidad del servicio sino también en sus elementos funcionales y relacionales o emocionales) demanda la realización de investigaciones provenientes de diferentes ciencias sociales (Parasuraman, 2007; Ribeiro, 2003). Así, muchas de las investigaciones recientes ya integran diferentes perspectivas que analizan y conceptualizan fenómenos psicosociales, tanto internos como externos a la organización, reflejados éstos últimos en la percepción de los/as usuarios/as (Benítez, Medina y Munduate, 2012).

Son muchos los trabajos que para la evaluación de la calidad de servicio han utilizado como instrumento de medida el Modelo SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985, 1988; Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1993, 1996), entre ellos, destacamos las investigaciones de Morales Sánchez (2003) y Morales-Sánchez, HernándezMendo y Blanco-Villaseñor (2005, 2009), donde evalúan la calidad de las instalaciones deportivas municipales. Parasuraman et al. (1988) acotaron su estructura, argumentando la presencia de cinco criterios para la evaluación de la calidad del servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. El SERVQUAL, se considera uno de las herramientas más utilizadas para medir la calidad del servicio. Sin embargo, en algunas de sus aplicaciones ha presentado limitaciones, razón por la cual se han generado numerosas críticas. En el estudio sobre las dimensiones emocionales de las transacciones del servicio, Arnould y Price (1993) y Price, Arnould y Tierney (1995) denuncian el sesgo cognitivo de las medidas de calidad de servicio e indican que en determinadas situaciones están limitadas. Price et al. (1995) distinguen dos tipos de servicios. En un primer grupo estarán aquellos en los que el usuario/a utiliza el servicio motivado por beneficios funcionales, si bien el contenido emocional es una parte fundamental en la interacción y satisfacción experimentada. En un segundo grupo se situarían aquellos servicios mediante los cuales los/as usuarios/as quieren conseguir una serie de

beneficios afectivos. En este segundo tipo las cuestiones emocionales no deben tratarse de manera superficial.

En 2001, Martínez-Tur, Peiró y Ramos, recogen los trabajos de Price et al. (1995) señalando la existencia de diferencias importantes entre transacciones abiertas y cerradas. Las primeras son encuentros parecidos a los que se producen entre amigos/as, por el hecho de que el personal empleado del servicio está implicado de manera activa y comparte sentimientos con los/as usuarios/as y por la creencia por parte de éstos de que los/as empleados/as están interesados en ellos/as como personas y no sólo como fuente de ingreso. Por lo contrario, las transacciones cerradas supone fijar los contactos entre empleados/as y usuario/a en objetivos específicos en la consecución de los cuales se pueden predecir una serie de comportamientos por parte de los/as empleados/as que no necesariamente llevan a establecer relaciones de amistad.

De modo que, en el caso de las transacciones abiertas o relaciones, la calidad de servicio emocional adquiere mayor importancia que en las transacciones cerradas. El/la usuario/a no sólo busca beneficios tangibles, funcionales y la profesionalidad del personal que trabaja en las IDM, sino que valora el cuidado de una relación socioemocional más allá de un mero intercambio de recursos.

En las organizaciones de servicios deportivos, los/as empleados/as llevan a cabo un trabajo emocional de mayor envergadura. El personal de contacto (monitores y atención al usuario/a) pasa mucho tiempo con los/as usuarios/as, estableciendo una relación socio-emocional que va más allá de una mera transacción o intercambio (Pérez-López, Morales-Sánchez, Anguera y Hernández-Mendo, 2015).

Para favorecer la aparición de las transacciones abiertas existen al menos dos factores que se deberían contemplar: la duración temporal y la proximidad espacial (Price et al., 1995). Cuando se alarga en el tiempo una relación entre usuario/a y empleado/a del servicio existen mayores posibilidades de que se pongan en juego determinadas emociones de signo positivo relacionadas con la confianza entre las dos partes. Así, en los servicios de larga duración, en contraposición con los de corta duración, la capacidad de respuesta, la empatía y la confianza tienen mayor importancia a la hora de explicar las evaluaciones de los/as usuarios/as. También observamos que los beneficios emocionales son especialmente evidentes cuando se alarga en el tiempo la relación entre empleado/a y usuario/a (Gwinner, Gremler y Bitner, 1998), siendo también en interacciones de corta duración (Dubé y Menon, 1998).

En los casos de gran proximidad espacial se experimentan en mayor medida sentimientos de apego y de implicación personal. La proximidad espacial también influye en las evaluaciones que realizan los participantes, de tal modo que una mayor intimidad suele provocar unos sentimientos y estados de ánimo más positivos, así como aumento de la atención que se presta.

Si queremos que los/as usuarios/as experimenten emociones positivas, y estamos hablando de transacciones abiertas, el comportamiento del empleado/a de contacto tiene mucha importancia. Según Hochschild (1979), el/la empleado/a de un servicio puede realizar su trabajo emocional de dos maneras distintas. En un primer lugar, puede expresar las emociones esperadas a través de lo que domina “actuación superficial”. En este caso, el empleado simula la expresión de las emociones esperadas cuando realmente no las experimenta, usando para ello información verbal, o no verbal (expresión facial, gestos, tono de voz). Esto puede ocurrir aun cuando el/la empleado/a está preocupado por el bienestar de los/as usuarios/as. El/la empleado/a puede simular esas emociones para no ofrecer una actuación superficial puramente mecánica. En segundo lugar, el trabajo emocional se puede llevar a cabo a través de una actuación profunda”. En este caso, el empleado experimenta realmente las emociones que ha de expresar. Tal y como indica Ashforth y Humphery (1993), la actuación superficial puede darse tanto cuando ésta es débil. En cambio, la actuación profunda siempre suele conllevar una fuerte preocupación por el/la usuario/a. Un mayor interés por el/la usuario/a supone un mayor esfuerzo y la consecución de mejores resultados, aunque están influyendo multitud de factores personales y situacionales (presión temporal, duración de la relación, diversidad de demandas de los/as usuarios/as, etc.).

Dubé y Menon (1998) señalan que no existe un modelo claro que explicita los procesos interpersonales en la experiencia de la emoción cuando se analiza la relación entre empleado/a de contacto y usuario/a. Los mismos autores proponen un modelo conceptual donde se consideran las dos perspectivas (usuario/a y empleado/a de contacto). En un primer momento, el/la usuario/a puede expresar emociones de diferentes modos (facialmente, corporalmente, verbalmente) en el contexto del servicio. Ahora bien, la expresión de estas emociones puede verse facilitada u obstaculizada por la influencia de una serie de factores. Así, cabe destacar que la expresión de las emociones por el/la usuario/a viene facilitada cuando existe una relación personal (transacciones abiertas). Otros factores son de carácter individual (autocontrol, habilidades de comunicación) y situacionales u organizacionales (diferencia de poder entre usuario/as y empleado). Una vez que el/la usuario/a expresa sus emociones, el/la empleado/a de contacto puede descifrarlas. Para que haya una comunicación eficaz a nivel emocional, tanto el/la usuario/a como el/la empleado/a de contacto han de compartir el mismo marco de referencia a la hora de entender la expresión y la interpretación de las emociones. No todos los/as empleados/as tienen las mismas capacidades para descifrar correctamente las emociones de los/as usuarios/as, influyendo factores individuales y organizacionales. Por ejemplo, en 1998, Dubé y Menon concluyen, a partir de numerosas investigaciones al respec-

to, que las mujeres están socializadas de manera más efectiva para expresar e interpretar un amplio rango de emociones. En este caso, cuando las emociones han sido ya descifradas, el/la empleado/a puede expresar emociones que favorezcan la prestación de un servicio de calidad. Incluso, en algunas ocasiones, se puede producir un contagio emocional, creando una sensación de solidaridad o bien, se pueden expresar emociones compensatorias que mejoren el estado emocional del usuario/a. Por lo tanto, en estas situaciones, se espera del empleado/a mayor implicación activa. Aumentando la intensidad en la relación, para una mejor sincronización entre empleado/a y usuario/a en las expresiones emocionales (Dubé y Menon, 1998).

En relación con la calidad, autores como Peiró, Martínez-Tur y Ramos (2005), establecen una estructura tridimensional de calidad de servicio que poseía tres dimensiones: funcional (eficiencia con la que los empleados prestan los servicios a los/as usuarios/as), relacional (aspectos socio-emocionales que surgen en la interacción entre empleados/as y usuarios/as) y tangibles (equipamientos y material). La influencia de los procesos psicosociales de carácter cognitivo y afectivo en la valoración de la calidad son también plasmados por Calabuig, Molina y Nuñez (2012).

Dentro de la gestión deportiva es importante conocer cuáles son los elementos de la calidad de servicio que los/as usuarios/as dan mayor importancia. Por ello, en nuestro estudio tenemos como objetivo específico conocer las dimensiones de la calidad de servicios deportivos, determinantes para los/as usuarios/as infantiles y empleados/as de IDM.

Método

Diseño

Se ha planteado un estudio *mixed methods* (Onwuegbuzie y Teddlie, 2003; Creswell y Plano Clark, 2011; Anguera, Camerino y Castañer, 2012; Anguera, Camerino, Castañer y Sánchez-Algarra, 2014), formulando un diseño incrustado (*embedded design*) en dos estadios sucesivos, dado que en el primero se han obtenido datos cualitativos a partir de la realización de una serie de entrevistas, y se han analizado mediante un análisis de contenido las entrevistas efectuadas, mientras que en el segundo estadio se lleva a cabo un estudio cuantitativo a partir de díadas de frecuencias obtenidas en el primer estadio.

Participantes

Se obtuvo una muestra de 74 participantes a través de un muestreo intencional, de los cuales 47 participaron en las entrevistas individuales y 27 en los grupos focales. Se ha elegido, de entre los tipos de muestreo existentes, el intencional,

porque es un muestreo no probabilístico, pero se ha escogido a los participantes idóneos de acuerdo con las características que se precisaban.

De los 47 participantes de las entrevistas en profundidad, 29 usuarios/as tienen un rango de edad de 5 a 12 años, 7 padres/madres, 6 monitores, 2 personas de atención al usuario, 2 gerentes y 1 coordinador del Área de Deportes del Excmo. Ayuntamiento.

Los integrantes de los grupos focales se distribuyeron en tres sesiones, la primera de ellas formada por 9 participantes con edades comprendidas entre los 5 y 8 años. Una segunda sesión con 8 usuarios/as con un rango de edad entre 9 y 12 años. Y la tercera sesión estuvo constituida por representantes de todos los ámbitos a evaluar; 2 gerentes, 1 coordinador, 1 persona de atención al usuario, 2 monitores, 2 madres y 2 niños.

Previo a la grabación de las sesiones a los/as usuarios/as infantiles se obtendrá el correspondiente consentimiento informado debidamente firmado por los padres de acuerdo con la declaración de Helsinki (Rothman, Michels y Baum, 2000).

Instrumentos

Se elaboraron entrevistas semi-estructurales e individuales para los 47 participantes y un conjunto de preguntas para los grupos focales. Ambos tipos de entrevistas se estructuraron con preguntas referidas a las actividades deportivas, el/la monitor/a, el material, la instalación deportiva y la organización.

En la recogida y grabación de la información de las entrevistas individuales y grupos focales se utilizó una cámara digital Sony HDR-CX505VE. Para el análisis cualitativo se empleó el programa Atlas ti versión 7.1.8. Para el análisis cuantitativo se utilizó el programa Statgraphics Centurion XVII.

Procedimiento

Las entrevistas individuales y los grupos focales se realizaron siguiendo el Modelo Tridimensional de la calidad de servicio (Price, Arnould y Tierney, 1995; Sánchez-Hernández, Martínez-Tur, Peiró y Ramos, 2009). Empleamos tres dimensiones con sus correspondientes categorías (Figura 1): a) aspectos tangibles, que se refiere a la apariencia del personal de contacto, instalaciones y equipamientos; b) calidad emocional/relacional de servicio, en la que contemplamos la comprensión auténtica, iniciativa y empatía y c) calidad funcional de servicio, que recoge, capacidad de respuesta, seguridad y fiabilidad.

Figura 1. Fundamentación de las categorías.

| Nombre | Fundamentado |
|---|--------------|
| ✘ Apariencia adecuada del personal de contacto | 46 |
| ✘ Apariencia no adecuada del personal de contacto | 0 |
| ✘ Calidad no optima de las instalaciones y equipamientos~ | 116 |
| ✘ Calidad optima de las instalaciones y equipamientos | 208 |
| ✘ Capacidad de respuesta | 96 |
| ✘ Comprensión auténtica~ | 112 |
| ✘ Empatía | 100 |
| ✘ Fiabilidad~ | 147 |
| ✘ Iniciativa~ | 8 |
| ✘ Inseguridad | 23 |
| ✘ No capacidad de respuesta | 32 |
| ✘ No comprensión auténtica | 8 |
| ✘ No empatía | 27 |
| ✘ No fiabilidad | 14 |
| ✘ No iniciativa | 2 |
| ✘ Seguridad~ | 55 |

Tras conocer las diferentes actividades deportivas infantiles que analizamos (fútbol, tenis, baloncesto, hockey, natación, acrosport, gimnasia rítmica) y ponernos en contacto con los participantes, se llevaron a cabo, las grabaciones de las entrevistas y grupos focales. La duración de la entrevista se ajustó al tiempo y capacidad de concentración de cada persona, lo cual permitió obtener una descripción detallada de sus experiencias, percepciones como participantes de las actividades deportivas, en el caso de los/as usuarios/as infantiles, así como la de los adultos. En cuanto a los grupos focales, que pueden definirse como una discusión diseñada para obtener las percepciones de una muestra sobre un tema particular de interés. En nuestro caso, cada sesión estuvo constituida entre 8 y 10 participantes con una duración alrededor de una hora.

Por último realizamos el análisis de contenido de los vídeos con el programa Atlas. Ti versión 7.1.8, un programa informático de gran alcance para el análisis cualitativo de grandes cuerpos de datos textuales, gráficos, audio y vídeo (Morales-Sánchez, Pérez-López y Anguera, 2014; Pérez-López, Morales-Sánchez, Anguera y Hernández-Mendo, 2015) y la comparación de proporciones entre las frecuencias de determinadas categorías (Anguera, Camerino, Castañer y Sánchez-Algarra, 2015).

Resultados

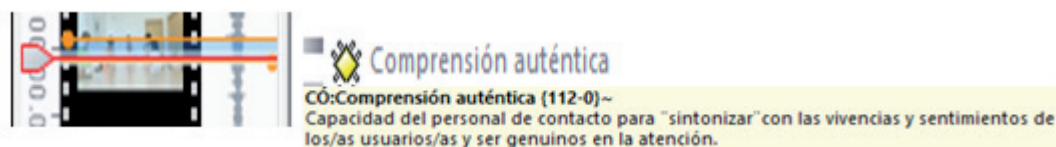
- a. *Resultados cualitativos.* Los/as usuarios/as perciben una calidad óptima con respecto a la decoración, ventilación y olor de los espacios deportivos donde realizan su actividad deportiva, sin embargo, en cuanto a la limpieza dejan reflejada una calidad no óptima. En referencia también a los aspectos tangibles, los padres y las madres de los/as usuarios/as infantiles resaltan que las IDM se encuentran bien situadas, que resulta fácil llegar, siendo fácil aparcar en ellas. En cuanto a los materiales deportivos los/as usuarios/as infantiles, consideran que se encuentran en buen estado, son variados

y renovados con frecuencia cuando se deterioran, del mismo modo, los/as monitores/as, los padres y las madres corroboran dicha información.

La faceta *comprensión auténtica* de la dimensión, calidad del *servicio emocional*, con 112 citas (Figura 1), es valorada muy positivamente por los/as usuarios/as. Los/as niños/as nos transmiten la importancia que para ellos/as tienen que su monitor/a principalmente, les traten bien, sean cariñosos, simpáticos, amables con ellos/as. Para ellos un factor importante es el que se sientan bien y cómodos realizando su actividad deportiva. Además los padres/madres reali-

zan una valoración muy positiva de todos los/as empleados/as de las IDM, principalmente el buen trato de los/as monitores y monitoras hacia sus hijos/as y la profesionalidad de los mismos, destacando su cercanía, definiéndola como una “relación familiar” (Figura 1), donde uno de los usuarios, nos transmite: “*Cuando voy a la piscina, me siento como si fuera mi casa porque los profesores son muy amables y como si fueran mis padres*”. Del mismo modo, una de las madres nos expresa “Yo cuando voy al poli, es como mi casa, me siento super a gusto, me dan confianza”.

Figura 1. Comprensión auténtica.



Con referencia al personal de contacto, en la calidad funcional del servicio, los/as usuarios/as nos transmiten que estos ofrecen un servicio rápido y con una buena predisposición en ayudarlos. Manifestando que el servicio deportivo es correcto y fiable, dado que los/as empleados/as cumplen con lo prometido. Uno de los usuarios infantiles, nos transmite directamente la expresión “son amables y me gusta cómo me tratan” (hace referencia a los/as monitores/as).

b. Resultados cuantitativos. Dado que en este estudio nos interesaban especialmente los aspectos tangibles, la calidad funcional, y la calidad relacional/emocional, las categorías correspondientes a cada uno de ellos, a partir de su frecuencia (obtenida mediante el ATLAS.ti) nos han permitido hallar mediante el programa Statgraphics si existen diferencias significativas entre su funcionamiento óptimo y no óptimo (Tabla 1).

Tabla 1. Comparación de proporciones correspondientes a características óptimas / no óptimas.

| Aspectos analizados | Ratio óptima | Ratio no óptima | p | Significación |
|--|--------------|-----------------|--------------------|--|
| Aspectos tangibles | | | | |
| Apariencia del personal de contacto | 46/46 | 0/46 | 0 | Se rechaza la H ₀ . Hay diferencia estadísticamente significativa entre apariencia óptima y no óptima |
| Calidad de las instalaciones y equipamientos | 208/324 | 116/324 | 1,5 ⁻¹³ | Se rechaza la H ₀ . Hay diferencia estadísticamente significativa entre calidad de instalaciones y equipamientos óptima y no óptima |
| Calidad funcional | | | | |
| Capacidad de respuesta | 96/128 | 32/128 | 1,3 ⁻¹⁵ | Se rechaza la H ₀ . Hay diferencia estadísticamente significativa entre capacidad de respuesta óptima y no óptima |
| Fiabilidad | 147/161 | 14/161 | 0 | Se rechaza la H ₀ . Hay diferencia estadísticamente significativa entre fiabilidad óptima y no óptima |
| Seguridad | 55/78 | 23/78 | 3,04 ⁻⁷ | Se rechaza la H ₀ . Hay diferencia estadísticamente significativa entre seguridad óptima y no óptima |
| Calidad relacional/emocional | | | | |
| Comprensión auténtica | 112/120 | 8/120 | 0 | Se rechaza la H ₀ . Hay diferencia estadísticamente significativa entre comprensión auténtica óptima y no óptima |
| Iniciativa | 8/10 | 2/10 | 0,007 | Se rechaza la H ₀ . Hay diferencia estadísticamente significativa entre iniciativa óptima y no óptima |
| Empatía | 101/128 | 27/128 | 0 | Se rechaza la H ₀ . Hay diferencia estadísticamente significativa entre empatía óptima y no óptima |

Los resultados nos muestran de forma contundente la existencia de diferencia estadísticamente significativa en todos los aspectos considerados.

Discusión

Como proponen Pastor Tejedor (2007), Quintanilla (2002) y Cela (1996), para realizar una gestión adecuada de la calidad de servicio es necesario saber qué buscan los/as usuarios/as. Por ello es importante centrarnos en la perspectiva del usuario/a, tal y como recogen estudios de Tse, Nicosia y Wilton (1990). En nuestra investigación nos centramos en conocer el punto de vista que tienen los propios/as usuarios/as de los servicios deportivos municipales, centrándonos en las percepciones que tienen del mismo. Tal como concluyen en sus investigaciones, Teas (1993) y Morales Sánchez (2003), la calidad de servicio percibida es un concepto amplio y estable. Supone una evaluación actitudinal, global y a largo plazo, por lo que en nuestro estudio se plasma esta idea, evaluando la calidad en las organizaciones deportivas, concretamente centrándonos en el análisis de la *calidad emocional* de los servicios deportivos infantiles.

En la percepción de los/as usuarios/as infantiles en cuando a la dimensión de aspectos tangibles, la limpieza de la IDM es una faceta fundamental para la percepción de calidad positiva y queda reflejado tanto en las respuestas de las entrevistas individuales como de los grupos focales. Los/as usuarios/as infantiles expresaron su preocupación respecto a la falta de limpieza y productos de higiene personal en casos puntuales. La higiene, imagen personal y vestimenta de los/as empleados/as son otros de los elementos que resaltan los/as usuarios/as infantiles, en las percepciones que nos transmiten, dejan reflejado que sus monitores/as, así como el resto de personal de contacto, van bien aseados, limpios y con ropa adecuada.

En cuanto a la calidad emocional, al igual que recogen Price et al. (1995) y Peiró et al. (2005) la presencia de los aspectos emocionales o relacionales en la prestación de un servicio es muy importante. Price et al. (1995) para recoger la faceta emocional de las relaciones entre empleados y usuarios/as, midieron la “comprensión auténtica” (grado en que el trabajador ofrece un servicio de manera sincera y genuina) y los “extras” (pequeñas ayudas por parte del trabajador que no estaban previstas). Peiró et al. (2005) recogieron estos argumentos y confirmaron que las dimensiones de calidad de servicio funcional y relacional conformaban dos facetas independientes del servicio que ofrecían una visión más completa. Los aspectos relacionales o emocionales de la calidad de servicio describen aquellos beneficios que recibe el/la usuario/a y que van más allá de lo que supone el núcleo central del servicio en cuestión (Gwinner et al., 1998).

Se asume que estos aspectos relacionales son críticos en los servicios en donde la duración del mismo se extiende en el

tiempo y hay proximidad física entre usuario/a y empleado/a (Price et al., 1995), ya que entonces, es más probable que el servicio se convierta en una relación que va más allá de una mera transacción (Bove y Johnson, 2000; Gwinner et al., 1998; Shemwell, Yavas, y Bilging, 1998). Nuestros datos también parecen evidenciar que los/as usuarios/as que tienen una mayor fidelización con el servicio, es decir, que llevan mayor tiempo participando en las actividades deportivas, tienen una relación más estrecha con los/as empleados, principalmente con el/la monitor. Del mismo modo, los padres y las madres de estos usuarios/as, expresan sus beneficios emocionales, en cuanto a la interacción de ellos/as con los/as empleados/as. Esto queda evidenciado con expresiones como “Yo cuando voy al polideportivo es como mi casa, me siento super a gusto, me dan una confianza”, “Yo estoy muy tranquila cuando dejo a mis niños en la piscina porque sé que si les pasará cualquier cosa están en muy buenas manos”. Aunque como establece Dubé y Menon (1998), también aparecen en interacciones de corta duración. Las respuestas individuales y grupales indican que les resulta cercano el trato que reciben por parte del personal que trabaja en las diferentes IDM y que se sienten cómodos en ellas.

Finalmente, destacamos la contundencia con que en todos los aspectos estudiados la comparación de proporciones muestra la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre las calificaciones de óptima y no óptima.

Aplicaciones Prácticas

Con este estudio se ha pretendido reflejar cuáles son los elementos y con ello, las dimensiones más determinantes para conseguir una evaluación positiva de servicios deportivos por parte de los/as usuarios/as infantiles. Y esperamos, que sea una propuesta de interés para la gestión deportiva y sea útil para la investigación.

Becas, ayudas o soporte financiero

Evaluación Psicosocial en contexto Naturales: Deporte y Consumo, de la Junta de Andalucía (SEJ444), financiado por la Junta de Andalucía (Consejería de innovación, Ciencia y Empresa) durante el 2004 a la actualidad. Investigador principal: Dr. Antonio Hernández Mendo.

Observación de la Interacción en Deporte y Actividad Física: Avances Técnicos y Metodológicos en Registros Automatizados cualitativos-cuantitativos, que ha sido subvencionado por la Secretaría de Investigación, Desarrollo e Innovación del Ministerio de Economía y Competitividad [DEP2012-32124], durante el trienio 2012-1015. Investigadora principal: Dra. M. Teresa Anguera Argilaga.

Referencias

- Anguera, M. T., Camerino, O., y Castañer, M. (2012). Mixed methods procedures and designs for research on sport, physical education and dance. In O. Camerino, M. Castañer & M. T. Anguera (Eds.), *Mixed Methods Research in the Movement Sciences - Case studies in sport, physical education and dance* (pp. 3-28). Abingdon, UK: Routledge.
- Anguera, M.T., Camerino, O., Castañer, M., y Sánchez-Algarra, P. (2014). *Mixed methods* en actividad física y deporte. *Revista de Psicología del Deporte*, 23(1), 123-130.
- Anguera, M.T., y Hernández-Mendo, A. (2013). Observational methodology in the field of sport. *E-balonmano.com: Revista de Ciencias del Deporte* 9(3), 135-160. <http://www.e-balonmano.com/ojs/index.php/revista/index>
- Arnould, E. J. y Price, L. L. (1993). River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20, 24-45.
- Ashforth, B. E. y Humphrey, R. H. (1995). Emotion in the Workplace: A Reappraisal. *Human Relations*, 48, (2), 97-125.
- Benítez, M., Medina, F. J., y Mundaate, L. (2012). La gestión de conflictos relacionales en las organizaciones de servicio. *Anales de Psicología*, 28(1), 139-149.
- Bove, L. L., y Johnson, L. W. (2000). A customer-service worker relationship model. *International Journal of Service Industry Management*, 11(5), 491-511.
- Buttle, F. (1994). SERVQUAL: Review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 8-32.
- Calabuig, F., Molina, N., y Núñez, J. (2012). Una aplicación inicial del modelo tridimensional de calidad de servicio en centros deportivos privados. *E-balonmano.com: Revista de Ciencias del Deporte*, 8(1), 67-81.
- Calabuig, F., Turco, D.M., Gómez, A., y Crespo, J. (2009). A closer look at perceived service quality of basketball spectators: Differences among groups of spectators and prediction of overall service quality. *International Journal of Sports Law & Management*, 8, 30-40.
- Cela, J.L. (1996). *Calidad: qué es y cómo hacerla*. Barcelona: Gestión 2000.
- Clemmer, E. C., y Schneider, B. (1996). Fair service. En T. A. Swartz, D.E. Bowen & S.W. Brown (Eds.), *Advances in service marketing and management* (vol. 5, pp. 109-126). Greenwich, CT: AI Press.
- Creswell, J. W., y Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dorado, A. (2007). Análisis de la satisfacción de los usuarios del servicio deportivo municipal. *Revista de Educación Física INDEref*. Recuperado de <http://www.inderef.com/content/view/35/113>.
- Dubé, L. y Menon, K. (1998). Why would certain types of in-process negative emotions increase post-purchase consumer satisfaction with services? En T.A. Swartz, D.E. Bowen y S. Brown (eds.): *Advances in service marketing and management* (vol. 7, pp. 131-158). Greenwich: JAI Press.
- Gwinner, K., Gremler, D.D., y Bitner, M.J. (1998). Relational benefits in services industries: The customer's perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26, 101-114.
- Hochschild, A. R. (1979). Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. *American Journal of Sociology*, 85, (3), 551-575.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis. An introduction to its methodology* (2nded.). Thousand Oaks: Sage.
- Martínez-Tur, V., Peiró, J.M., y Ramos, J. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Madrid: Síntesis.
- Morales-Sánchez, V. (2003). *Evaluación psicosocial de la calidad en servicios municipales deportivos: aportaciones desde el análisis de variabilidad*. Málaga: SPICUM.
- 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., Pérez-López, R., y Anguera, M.T. (2014) Tratamiento metodológico de la observación indirecta en la gestión de organizaciones deportivas. *Revista de Psicología del Deporte*, 23(1), 201-207.
- Onwuegbuzie, A. J., y Teddlie, C. (2003). A framework for analyzing data in mixed methods research. In A. Tashakkori & C. Teddlie (Eds.), *Handbook of mixed methods in social and behavioral research* (pp. 351-383). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.
- Parasuraman, A. (2007). JSR welcomes modeling papers and manuscripts from multiple disciplines. *Journal of Service Research*, 9, 291-2.
- Pastor Tejedor, J. (2007). *Modelo de gestión de la calidad en instituciones sanitarias. Integrando los modelos de gestión EFQM y CMI*. Madrid: Consejo Económico y Social.
- Peiró, J. M., Martínez-Tur, V., y Ramos, J. (2005). Employees' overestimation of functional and relational service quality: A gap analysis. *The Service Industries Journal*, 25, 1-17.
- Pérez-López, R., Morales-Sánchez, V., Anguera, M.T., y Hernández-Mendo, A. (2015). Hacia la calidad de servicio emocional en organizaciones deportivas orientadas a la población infantil: un análisis cualitativo. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 10(2), 243-250.
- Pérez-López, R., Morales-Sánchez, V., Anguera, M.T., y Hernández-Mendo, A. (2015). Evaluación de la calidad total en servicios municipales deportivos orientados a la población infantil: aportaciones desde el análisis con Atlas ti. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 15(1), 141-148.
- Price, L.L., Arnould, E.J., y Tierney, P. (1995). Going to extremes: Managing service encounters and assessing provider performance. *Journal of Marketing*, 59, 83-97.
- Quintanilla, I. (2002). *Psicología del consumidor*. Madrid: Pearson.
- Ribeiro, D. (2003). The Spanish restaurant sector: evaluating the perceptions of quality. *The Service Industries Journal*, 23, 183-94.
- Rothman KJ, Michels KB, Baum M. For and against: Declaration of Helsinki should be strengthened. *British Medical Journal* (2000). 321 (7258), 442-445.
- Sánchez-Hernández, R., Martínez-Tur, V., Peiró, J. M., y Ramos, J. (2009). Testing a hierarchical and integrated model of quality in the service sector: functional, relational, and tangible dimensions. *Total Quality Management*, 20(11), 1173-1188.
- Shemwell, D.J., Yava, U., y Bilgin, Z. (1998). Customer-service provider relationships: an empirical test of a model of service quality, satisfaction and relationship-oriented outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 87, 220-229.
- Teas, R. K. (1993). Expectations, performance, evaluation and consumer's perceptions of quality. *Journal of Marketing*, 57, 18-34.
- Tse, D., Nicosia, F., y Wilton, P. (1990). Consumer Satisfaction as a Process. *Psychology & Marketing*, 7, 177-193.