



*Revista Digital de Educación Física*

ISSN: 1989-8304 D.L.: J 864-2009

## **EVALUACIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA DE LOS ATLETAS PARTICIPANTES EN UN MEDIO MARATÓN INTERNACIONAL**

**Isidro González Ballesteros**

Docente en Facultad de Deportes de la Universidad Autónoma de Baja California,  
México  
Email: [isidro.gonzalez@uabc.edu.mx](mailto:isidro.gonzalez@uabc.edu.mx)

### **RESUMEN**

El objetivo de la presente investigación consistió en evaluar la calidad del servicio percibida de los atletas participantes y correlacionar con variables sociodemográficas en el XVII Medio Maratón de 2018 para mejorar la gestión y ser más competitivos en futuros eventos. El método utilizado fue cuantitativo, transversal y correlacional. El instrumento para la evaluación fue el cuestionario Calidad Percibida en Eventos Deportivos Populares (CAPPEP V.2.0 de Angosto-Sánchez, 2014) pero con una adaptación y adecuación mínima al contexto mexicano del término avituallamiento por abastecimiento y las respuestas fueron a escala tipo Likert de cinco respuestas por el presente autor en 2018, pues el original era de seis. La muestra constó de 44 atletas participantes en el Medio Maratón. El resultado arrojó una alta consistencia interna del instrumento con un Alfa de Cronbach de .838. El análisis factorial exploratorio confirmó los cuatro factores que conforma el instrumento completo: Servicios Complementarios, Comunicación, Interacción Personal e Infraestructura Logística. Se encontró que existen correlaciones significativas con las cuatro dimensiones del instrumento y el uso de la tecnología. El análisis de clúster mostró que la percepción de la calidad del servicio fue valorada como buena, pero todavía pudiera aspirar a la excelencia. Se detectó que el Medio Maratón es un deporte muy completo y exigente y pocos atletas cuentan con entrenador preparado y certificado, por lo tanto, se abre un área oportunidad a considerar como profesional.

### **PALABRAS CLAVE:**

Gestión de eventos deportivos; Correlación Pearson; Alfa de Cronbach; Análisis Factorial Exploratorio; Análisis de Clúster.

## 1. INTRODUCCION.

El deporte de larga distancia, de fondo o popular (Ogueta-Alday, & García-López, 2016; Castro-Marcelo, 2002; Salas-Sánchez, 2012; Delgado, & Medina, 2019) se clasifica desde los 10,000 metros, medio maratón de 21 km (normalmente es urbana y son considerados dentro del nivel popular), y maratón de 42 km según la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF, 2017). Salas-Sánchez, (2012) menciona que para algunos es importante considerar al atletismo como un conjunto de disciplinas agrupadas y que cada una tiene sus implicaciones como en el medio maratón que es carrera, velocidad, resistencia, distancia y se trata de superar el rendimiento de los adversarios, para otros (Rosales-Obando, Araya-Vargas, & Rivas-Borbón, 2018) se trata de vencer la distancia de la prueba, o ir por otros factores como premios, regalías, hasta incluso una camiseta o medalla.

La definición de la calidad tiene que ver como menciona Zeithaml, (1988) con la descripción técnica de superioridad actual de productos o servicios de excelencia, así como los términos japoneses de cero defectos o hacerlo bien a la primera (Díaz-Valenzuela, 2015; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985). Morales Sánchez, Hernández Mendo, & Blanco Villaseñor, (2009) el interés de toda organización por la calidad de los servicios tiene que ver con el concepto de la excelencia. Cárdenas García, (2018) la gestión de la calidad como una estrategia corporativa de relevancia para el posicionamiento del mercado, la obtención de mayores beneficios y su aporte al logro de diversas metas empresariales. Para (Martínez-Moreno, & Suárez, 2016) tiende a mejorar la calidad asegurando competitividad con criterios de excelencia.

Ya existen estudios en diversos deportes: Bisschoff, & Lotriet, (2009) investigaron sobre la alta calidad del servicio en los equipos de rugby; Koo, Hardin, McClung, Jung, Cronin, Vorhees, & Bourdeau, (2009) estudiaron equipos de ligas menores de baseball; Maksimović, Matic, Tovilović, Popović, Maksimović, & Opsenica, (2017) evaluaron diversos centros de fitness; Kim, Yim, Byon, Yu, Lee, & Park, (2016) valoraron la percepción de los espectadores en un evento de Fórmula 1; midieron la calidad y satisfacción de los clientes en turismo ecuestre (Sigurdardottir, & Helgadottir, 2015); Serrano, & Segado, (2015) retomaron que existen diversos instrumentos para evaluar la calidad percibida.

Estudios llevados a cabo sobre la calidad en el servicio deportivo percibido, como a servicios deportivos universitarios (Morquecho-Sánchez, Morales-Sánchez, Ceballos-Gurrola, & Medina-Rodríguez, 2016), centros deportivos municipales (Aparicio Chueca, Elasri Ejjaber, i Ivern, & Ma, 2018); también se sabe que en España, a pesar de que los eventos deportivos están siendo muy populares, tanto en la práctica como en la investigación hay factores poco estudiados o poco concluyentes (Ogueta-Alday, & García-López, 2016; Cerro-Herrero, 2018).

Apremia que gestores deportivos tengan presente el compromiso con la calidad de estos servicios para progresar en el mercado altamente competitivo (Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016), también que la gestión de eventos deportivos sean más eficientes y contar con una mejor organización (Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016b), porque implica lograr la competitividad y la eficiencia de los gestores de eventos deportivos pues tienen que comprender las necesidades de sus clientes y mejorar la calidad de sus servicios para satisfacción de ellos (Cerro-Herrero, 2018). Así, (Gómez, 2015) la gestión de la

calidad en las organizaciones deportivas es un objetivo fundamental para llegar al éxito y para poder competir con otras organizaciones.

El problema científico que se detecta es que, a pesar de haber varias investigaciones sobre la percepción de la calidad del servicio en el deporte, solo se han llevado a cabo en instalaciones deportivas o en eventos deportivos, espectadores, y pocas han evaluado a los actores del deporte, en este caso a los atletas directos. Cabe mencionar que, aunque ya se llevaron 17 ediciones en la organización de este evento, todavía no se ha realizado ninguna evaluación-investigación al respecto y ésta sería la primera vez y con los hallazgos poder mejorar las áreas de oportunidad que se lleguen a detectar. E incluso apoya a la inquietud Cerro-Herrero (2018) aportando a investigaciones de eventos populares como los medios maratones. Y también Blanco-Pereira (2016) pues asevera que una de las manifestaciones más representativas es la tendencia ciudadana a la carrera en diferentes distancias. Además, porque existen pocas investigaciones sobre medios maratones (Vera, s.f.; Andreu, 2016).

En consecuencia, la presente investigación se llevó a cabo en el Medio Maratón Internacional en el Puerto de Ensenada, Baja California, México, tomando en cuenta dos situaciones: el Medio Maratón celebró su XVII edición, un evento internacional en el que participan atletas extranjeros, entre ellos los kenianos y porque su realización fue dentro del marco del 136 aniversario de fundación de la Ciudad de Ensenada. Por lo que implica que cada evento y más al tratarse de uno magno su organización y gestión sea eficiente y tiene que tener un impacto positivo tanto en el deportista como en el espectador (Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016b). Entonces, el objetivo del estudio fue evaluar la calidad percibida de los atletas participantes y correlacionar con variables sociodemográficas en el Medio Maratón XVII de 2018 para mejorar la gestión de la calidad del servicio y ser más competitivos en futuros eventos.

## 2. MÉTODO.

### 2.1. MUESTRA Y SECUENCIA LÓGICA.

La muestra fue de 44 atletas entrevistados con el cuestionario CAPPEP V.2.0 el cual fue enviado vía correo electrónico. Los datos se recabaron en un margen que fue desde el 9 de julio al 3 de septiembre de 2018 para que lo contestaran y se recibiera las respuestas para analizarlas posteriormente. La secuencia lógica del proyecto fue la siguiente: por el lado de la gestión del evento se contactó a los organizadores, se les entregó la solicitud por escrito del proyecto de investigación, así también se solicitó el permiso para abordar a los atletas para darles a conocer que se llevaría a cabo esta investigación. Obtenidos los permisos pertinentes, se les solicitó el respectivo correo electrónico personal donde se les enviaría el cuestionario a aplicar. En el mismo cuestionario se dio a conocer el consentimiento informado que implicaría participar de manera voluntaria y se cuidaría la confidencialidad y los datos serían cuidadosamente tratados con anonimato y solo con fines académicos y de investigación.

## 2.2. METODOLOGÍA.

La metodología fue de tipo cuantitativa pues toma en cuenta la cantidad, la medición y el cálculo (Rojas, 2011), la utilización de cuestionario como técnica de recolección para el análisis cuantitativo así como estadística descriptiva e inferencial (Hueso González, & Cascant i Sempere, 2012), de corte transversal pues las investigaciones que recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández, & Bautista, 2014), índice de fiabilidad del Alfa de Cronbach pues (Campo-Arias, & Oviedo, 2008), los instrumentos de medición como las escalas se utilizan para cuantificar atributos, cualidades o propiedades, constructos o conceptos, completamente teóricos. El Alfa de Cronbach se utiliza para las escalas policotómicas. Este mide la consistencia interna del instrumento y los valores son aceptables si son superiores a .70 o iguales a .90. Este coeficiente debe calcularse siempre que se aplique un instrumento en una población. La consistencia interna varía según las características de los participantes, el análisis factorial exploratorio sirve para encontrar la más alta significación y poder explicativo de los factores (Herrera, & De Jesús, 2018; Morales Sánchez, Hernández Mendo, & Blanco Villaseñor, 2009) y la correlacional donde se asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población (Hernández, Fernández, & Bautista, 2014). También mide el grado en que están asociadas dos o más variables, en el sentido positivo, negativo o mixto (Rivas-Tovar, 2006). Y el análisis de clúster el cual tiene la función de análisis discriminante, es decir cuando ya existen grupos clasificados y generar nuevos o los que el investigador considere pertinentes (Landau & Everitt, 2004) para tener una valoración global del evento.

## 2.3. INSTRUMENTO

El instrumento utilizado fue el CAPPEP V.2.0 que consta de 16 ítems y considera cuatro factores: Comunicación, Interacción Personal, Infraestructura Logística y Servicios Complementarios. Sus índices de respuesta fueron adaptados en Escala Likert de cinco categorías, pues puede ser de tres, cinco y siete opciones de respuesta cuando los ítems son afirmaciones (Hernández, Fernández, & Bautista, 2014: p.238) donde 1 Muy en desacuerdo, 2 en Desacuerdo, 3 Medianamente de acuerdo, 4 de Acuerdo y 5 Muy de acuerdo (eso fue lo adaptado pues en la escala original solo menciona que va de 1 Muy en Desacuerdo y 6 Muy de acuerdo. Así como la adecuación del término avituallamiento (IAAF, 2017; Angosto-Sánchez, 2014; Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016; Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016b;) al de abastecimiento que es un concepto más inteligible al contexto mexicano. Y además las variables sociodemográficas que ayudaron a contextualizar a los sujetos estudiados. Y por último se utilizó el paquete estadístico del SPSS versión 21 para el análisis de datos, así también para obtener el Alfa de Cronbach, Análisis Factorial Exploratorio, Correlación de Pearson y Análisis de Clústers.

## 3. RESULTADOS.

Los resultados se presentan en el siguiente orden: la descripción de las variables sociodemográficas, la fiabilidad del alfa de cronbach, el análisis factorial exploratorio, las correlaciones de Pearson y el análisis de clústers.

### 3.1. VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Las variables sociodemográficas de los 44 sujetos participantes en el estudio fueron las siguientes: el género consistió del 70.5% hombres y el 29.5% mujeres. Las edades oscilaron entre los 17 y 69 años de edad, la media fue de 33 años y la moda de 24 respectivamente. El nivel de estudios académicos predomina el de licenciatura con un 68.2%, le siguió el de maestría con un 11.4%, continua con el de preparatoria con 9.1%, tanto el nivel de doctorado como de secundaria con 4.5% para cada uno y con carrera técnica con un 2.3%. En cuanto a la situación laboral actual predomina la que trabaja con 72.7%, continua la que estudia con 13.6%, le sigue la que estudia y trabaja con 11.4% y jubilado/pensionado con el 2.3%. Los atletas provienen de Ensenada con 40.9%, de Tijuana con 36.45%, de Mexicali con 11.4%, de Tecate y otro lugar con 4.5% respectivamente y de Vicente Guerrero con el 2.3%. Los atletas que no están federados son del 97.7% y sí lo están con solo el 2.3%. En cuanto a experiencia participando en medios y maratones completos oscilan de 0 hasta 30 años. Las horas de entrenamiento semanales son de 3 a 6 horas con el 43.2%, de 0 a 3 horas con el 27.3% y de 6 a 10 horas y más con el 13.6% cada una respectivamente. Para la participación en alguna otra edición del Medio Maratón de Ensenada el 63.6% sí ha participado y el 36.4% no lo había realizado anteriormente. En participación en otros eventos fuera de Ensenada el 81.8% sí ha participado y el 18.2% no lo ha hecho. El ítem de que si los atletas cuentan con entrenador deportivo el 68.2% no cuenta con uno y el 31.8% sí tiene entrenador. Y para los que sí cuentan con entrenador solo el 27.3% tiene licenciatura en actividad física o deporte o licenciatura afín y además está certificado y el 72.7% no cuenta con alguno de ellos. Para el servicio del hospedaje el 63.6% lo consideran bueno, el 29.5% lo consideran regular y el 6.8% lo valoran como excelente. El servicio de seguridad pública (policía) lo aprecian como bueno con el 61.4%, servicio excelente el 25% y regular el 13.6%. Para dar a conocer el evento los medios de información fueron las redes sociales con el 59.1%, le siguieron los amigos y familiares con el 27.3%, los centros deportivos con el 11.4% y otro medio con solo el 2.3%. Y por último en cuanto al uso de la tecnología en el evento el 61.4% lo consideran como buena, el 27.3% excelente y el 11.4% regular.

### 3.2. FIABILIDAD DEL ALFA DE CRONBACH.

El índice de fiabilidad del Alfa de Cronbach del instrumento CAPPEP V.2.0 fue de .838 con alta confiabilidad. También se obtuvieron los índices de comunalidades desde el más alto de .829 hasta el mínimo de .458, y se mantuvo el instrumento completo para los cuatro factores y los 16 ítems que componen el instrumento. La teoría sugiere que solo se eliminan aquellos ítems menores a .300 (Vallejo, 2013). También se obtuvieron los índices adecuados de los cuatro factores como lo muestra la Tabla 1.

Tabla 1.  
*Fiabilidad de factores y escala*

Escala	Alfa de Cronbach	No. de ítems
Comunicación	.802	3
Organización logística	.810	4
Interacción personal	.740	4
Servicios complementarios	.764	5
Total dimensiones	.838	16

### 3.3. ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO

Primeramente, la Tabla 2 muestra la pertinencia de realizar el AFE cuando se observan los valores del determinante de matriz de correlaciones, el test de esfericidad de Bartlett y el índice de Kaiser-Meyer-Olkin como adecuados.

Tabla 2.  
KMO y la prueba de Bartlett

Kaiser-Meyer-Olkin Adequacy.	Measure of Sampling	.685
	Approx. Chi-Square	335.817
Bartlett's Test of Sphericity	Df	120
	Sig.	.000

Para saber de cuántos factores estaba compuesto el instrumento se tomó en cuenta la gráfica de sedimentación Figura 1. Vallejo, (2013) menciona que el P Valor consiste en tomar los ítems que se encuentran mayores a la unidad. Se llevó a cabo el análisis factorial exploratorio, se hizo un ajuste pues en un primer momento el CAPPEP V.2.0 iniciaba con cinco factores hasta que quedó con cuatro, pues los factores cuatro y cinco solo estaban compuestos por dos ítems cada uno. El análisis factorial exploratorio de componentes principales y rotación varimax realizado con las respuestas de los sujetos encuestados agrupó los 16 ítems en cuatro factores que explican el 64.680% de la varianza total explicada, pues según (García-García, Jiménez-Ponce, Ramírez-Tapia, Lino-Pérez, & Reding-Bernal, 2014) tiene que estar compuesto con un mínimo de tres ítems por variable, también lo confirma (Vallejo, 2013) y los investigadores (Lloret-Segura, Ferreres-Traver, Hernández-Baeza, & Tomás-Marco, 2014). Por lo que al final quedó con cuatro factores como lo muestra la Tabla 3, estos hacen referencia a los resultados de (Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016): Factor 1: Servicios Complementarios, Factor 2: Comunicación, Factor 3: Interacción Personal y Factor 4: Infraestructura Logística.

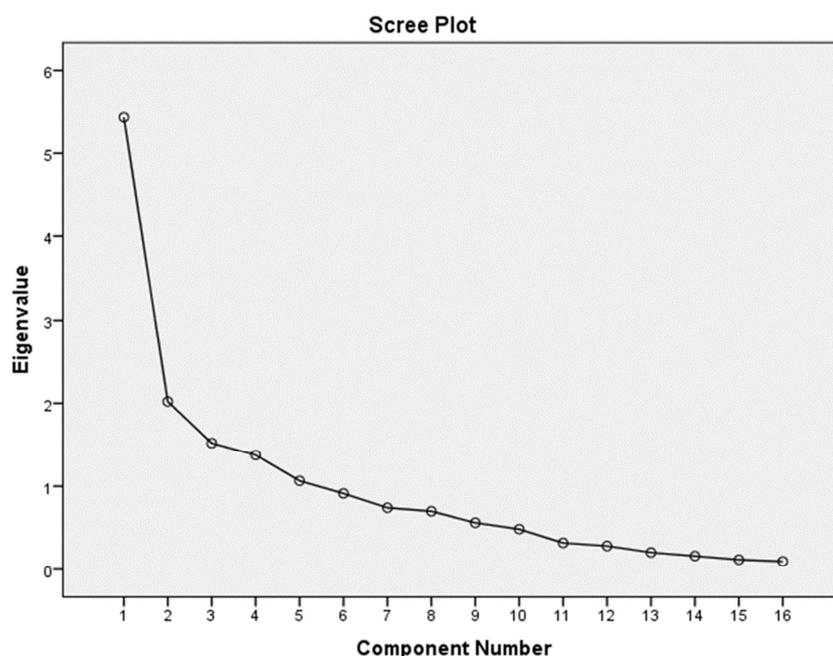


Figura 1: Gráfica de sedimentación del CAPPEP V.2.0

### 3.4. CORRELACIONES DE PEARSON

Se llevó a cabo el análisis de correlación de Pearson que es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014; Dăncică, 2017) en este caso de las variables sociodemográficas con los cuatro factores del CAPPEP V.2.0.

Para las correlaciones se toma en cuenta que si el valor de S o P es menor del valor de 0.05, se dice que el coeficiente es significativo o en el nivel de 0.05 (95% de confianza en que la correlación sea verdadera y 5% de probabilidad de error. Si es menor a 0.01, el coeficiente es significativo al nivel de 0.01 (99% de confianza de que la correlación sea verdadera y 1% de probabilidad de error. En el caso de los programas de SPSS se marca con un asterisco (\*) e implica si el coeficiente es significativo al nivel de 0.05 y dos asteriscos (\*\*) que es significativo al nivel 0.01 (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). La Tabla 3 muestra las correlaciones de las variables sociodemográficas: nivel de estudios académicos, situación laboral actual, años de experiencia en medios maratonos y completos, la cantidad de participación en medios maratonos, contar con entrenador deportivo, las horas semanales de entrenamiento; en cuanto a los cuatro factores de del CAPPEP V.2.0. lugar de residencia con servicios complementarios, comunicación con entrenador deportivo, seguridad publica con infraestructura-logística, el uso de la tecnología con servicios complementarios y con infraestructura-logística, interaccion personal y con infraestructura-logistica por lo que estas correlaciones son significativas al nivel 0.01. Las variables sociodemográficas: competir en otros medios maratonos, si está federado, tiempo promedio en un kilómetro, lugar de residencia y si cuenta con un entrenador, los lugares en los que uno ha quedado en las competencias, la información del medio maratón, años de experiencia en medios maratonos, tiempo promedio y el uso de la tecnología en los medios maratonos, cantidad de medios maratonos, seguridad pública, lugar en los medios maratonos, tiempo promedio por kilómetro; en cuanto a la tecnología con comunicación e interaccion interpersonal por lo que son significativos al nivel 0.05. Se puede observar que son 29 correlaciones en ambos niveles significativos. Se nota que son 14 correlaciones en el nivel 0.01 y 15 para el nivel 0.05.

Se observa que existen correlaciones significativas entre la variable el uso de la tecnología con los cuatro factores del CAPPEP V.2.0. También las correlaciones van desde una sola como el caso de estudios académicos y si el atleta está federado hasta nueve correlaciones como el caso de la cantidad de medios maratonos participados con la edad, experiencia, horas semanales de entrenamiento, competencia y número en otras ediciones, uso de tecnología, servicios complementarios e interacción personal.

**Tabla 3 Correlaciones de Pearson de Variables Sociodemográficas y cuatro factores de CAPPEP V.2.0**

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1 Edad en años	Pearson	1	.393**	.516**	.017	.143	.592**	.009	-.196	-.146	.236	.339**	.465**	.208	.434**	.273	.117	.068	.020	.063	-.219	.145	-.065
	Sig. (2-tailed)		.008	.000	.375	.354	.000	.480	.202	.344	.03	.024	.001	.090	.003	.073	.449	.661	.999	.683	.164	.349	.876
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
2 Nivel de estudios académicos	Pearson	.393**	1	.208	-.088	-.020	.295	.114	-.063	.054	.02	-.109	.229	.160	.099	.067	.024	-.020	.035	-.081	-.103	-.057	-.007
	Sig. (2-tailed)	.008		.175	.571	.897	.095	.460	.656	.728	.432	.483	.155	.331	.525	.665	.875	.896	.822	.603	.507	.715	.963
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
3 Situación laboral actual	Pearson	.516**	.208	1	-.105	.013	.433**	-.057	-.052	-.187	.169	-.192	.205	-.043	.152	-.012	.031	-.093	.171	.102	-.011	.084	.160
	Sig. (2-tailed)	.000	.175		.420	.932	.003	.765	.736	.224	.285	.211	.162	.780	.429	.939	.840	.549	.268	.511	.945	.966	.238
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
4 Lugar de residencia	Pearson	-.137	-.088	-.125	1	.081	.013	-.044	.008	-.146	.025	-.250	.040	-.189	.362**	.233	.12	.076	-.073	.446**	.012	.253	.365**
	Sig. (2-tailed)	.375	.571	.420		.602	.934	.777	.958	.343	.871	.102	.796	.218	.016	.521	.502	.624	.640	.002	.938	.097	.015
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
5 ¿Estás federado en atletismo?	Pearson	-.143	-.020	.013	.081	1	-.001	-.169	.201	.115	-.195	.323**	.102	-.170	.223	.249	-.221	.01	.040	-.044	-.064	-.124	-.099
	Sig. (2-tailed)	.354	.897	.932	.602		.995	.273	.192	.456	.316	.032	.510	.269	.145	.103	.149	.435	.795	.798	.680	.423	.523
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
6 Años de experiencia en carreras	Pearson	.592**	.295	.433**	.013	.001	1	.543**	-.151	.410**	.691**	-.273	.566**	-.190	.032	-.066	.10	.323**	.111	.194	.107	.218	.145
	Sig. (2-tailed)	.000	.095	.003	.934	.995		.000	.416	.006	.000	.073	.000	.216	.835	.670	.440	.032	.475	.206	.489	.158	.347
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
7 ¿Cuántas horas semanales	Pearson	-.109	.116	-.057	-.044	-.169	.543**	1	-.249	-.221	.655**	-.060	.422**	-.225	-.210	-.208	.168	.113	.094	.100	.112	.225	.184
	Sig. (2-tailed)	.480	.460	.716	.777	.273	.000		.104	.160	.000	.699	.004	.143	.171	.176	.486	.460	.244	.520	.469	.142	.233
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
8 ¿Cuál es tu promedio en tiempo	Pearson	.196	-.083	-.052	.008	.201	-.156	-.249	1	.039	-.227	.354**	.382**	.359**	.011	.017	.086	.304	.459	.380**	.165	.293	.317
	Sig. (2-tailed)	.202	.686	.796	.958	.192	.416	.104		.801	.138	.018	.216	.011	.017	.086	.304	.459	.380**	.165	.293	.317	.18
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
9 ¿Has competido en alguna	Pearson	-.146	.054	-.167	-.146	.116	.410**	-.224	.039	1	.597**	.376	.446**	.291	-.092	.039	-.063	-.101	.122	-.245	-.042	.230	-.234
	Sig. (2-tailed)	.344	.728	.224	.343	.456	.006	.150	.801		.000	.093	.002	.065	.552	.804	.683	.594	.432	.309	.787	.113	.168
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
10 ¿Cuántas veces?	Pearson	.236	.192	.165	.025	-.165	.691**	.655**	-.227	.597**	1	-.251	.493**	.304**	-.126	-.276	.105	.209	.127	.217	.187	.164	.164
	Sig. (2-tailed)	.123	.432	.285	.870	.316	.000	.000	.198	.000		.100	.001	.045	.417	.069	.498	.173	.413	.158	.157	.223	.319
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
11 ¿Has competido en otros	Pearson	.339**	-.109	-.162	-.230	.323**	-.273	-.060	.354**	.256	-.281	1	.410**	-.010	-.184	-.108	.202	.182	-.125	-.197	.016	-.265	-.196
	Sig. (2-tailed)	.024	.483	.211	.102	.032	.073	.699	.018	.033	.100		.006	.934	.232	.484	.819	.325	.420	.159	.170	.082	.380
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
12 ¿Cuántos?	Pearson	.465**	.229	.205	.040	.102	.566**	-.150	.446**	.493**	.410**	1	-.180	.116	.041	.063	-.002	.313**	.366**	.063	.348**	.246	
	Sig. (2-tailed)	.001	.135	.162	.796	.510	.000	.004	.011	.002	.001	.006		.244	.453	.789	.884	.987	.039	.015	.685	.021	
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	
13 ¿En qué lugares has quedado en	Pearson	.298	.190	-.043	-.169	.170	-.190	-.225	.382**	.281	.304**	-.010	.180	1	.342**	.243	.078	.312**	-.130	-.148	-.039	-.005	-.128
	Sig. (2-tailed)	.090	.331	.780	.218	.269	.216	.143	.011	.065	.045	.934	.244		.023	.102	.614	.039	.401	.338	.802	.974	.407
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
14 ¿Cuentas con entrenador	Pearson	.434**	.099	.12	.362**	.223	.032	-.210	.359**	-.126	-.184	.116	.342**	1	.787**	-.033	-.092	-.225	.019	.392**	.219	-.182	
	Sig. (2-tailed)	.003	.505	.429	.016	.145	.835	.171	.017	.062	.417	.232	.453	.023	.000	.833	.554	.162	.710	.009	.162	.338	
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	
15 Si la respuesta es sí, es	Pearson	.273	.067	-.012	.233	.249	-.066	-.208	.262	.039	-.276	-.108	.041	.243	.787**	1	-.220	-.136	-.263	.010	.340**	-.263	
	Sig. (2-tailed)	.073	.665	.939	.108	.103	.670	.176	.086	.804	.069	.484	.789	.112	.000		.161	.381	.085	.950	.024	.084	
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	
16 Cómo consideras el servicio de	Pearson	-.117	.024	.031	.102	-.221	.120	.108	.169	-.063	.105	.202	.063	.078	-.033	-.220	1	.003	.322**	.295	.199	.238	
	Sig. (2-tailed)	.449	.875	.840	.392	.149	.440	.486	.304	.683	.498	.189	.684	.614	.833	.301		.982	.033	.012	.304	.123	
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	
17 ¿Cómo te enteraste del medio	Pearson	.068	-.020	-.093	.076	.121	.323**	.113	.116	-.101	.209	.162	-.002	.312**	-.092	-.105	.003	1	.002	.056	-.066	-.032	
	Sig. (2-tailed)	.661	.896	.549	.624	.433	.032	.465	.456	.594	.173	.325	.987	.039	.554	.381	.982		.868	.724	.808	.672	
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	
18 ¿Cómo consideras la tecnología	Pearson	.020	.035	-.171	-.073	.040	.111	.094	.380**	-.122	-.07	-.015	.313**	1	-.130	-.225	-.263	.322**	-.026	1	.457**	.316**	
	Sig. (2-tailed)	.899	.822	.268	.640	.795	.475	.544	.011	.432	.410	.420	.039	.401	.142	.083	.033	.868		.002	.037	.035	
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	
19 SERVICIOS COMPLEM	Pearson	.063	-.081	.102	.446**	-.040	.394	.100	-.213	-.245	.217	-.197	.366**	.366**	-.148	.058	.010	.295	-.005	.457**	1	.162	
	Sig. (2-tailed)	.883	.603	.51	.002	.796	.206	.520	.160	.101	.158	.199	.015	.338	.710	.950	.052	.724	.002	.444		.293	
	N	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	
20 COMUNICACION2	Pearson	-.219	-.103	-.011	.010	-.064	.307	.112	-.132	-.042	.217</												

de relación (interdependencia o similitud) entre empresas o sectores; tipo de flujos (de productos o de conocimientos); nivel de análisis (micro, meso o macro); límites espaciales de clúster (nacional, regional o local) y organizaciones e instituciones tomados en consideración (Rivera, 2003).

Para este estudio se optó por el análisis de clúster el cual tiene la función de análisis discriminante, es decir cuando ya existen grupos clasificados y generar unos nuevos o los que el investigador considere pertinentes (Landau, & Everitt, 2004) para tener una apreciación global del evento Tabla 4. Los participantes valoran como bueno el evento del medio maratón pues son altos los puntajes del clúster 2, sigue el clúster 3 con su valoración respectiva como excelente y por último el clúster 1 como el regular. La Tabla 5 precisa la cantidad de atletas que valoran cada clúster. Un atleta lo valora como regular, 27 como bueno y 16 como excelente. Por lo que predomina que el evento es bueno.

**Tabla 4. Centro Final de los Clústers**

	Cluster		
	1	2	3
SERVICIOS_COMPLEMENTARIOS1	28.00	82.07	70.25
COMUNICACION2	86.67	86.91	72.08
INTERACCION_PERSONAL3	80.00	86.11	72.81
INFRAESTRUCTURA_LOGISTICA4	30.00	83.52	65.94

**Tabla 5. Número de casos en cada Clústers**

Cluster	1	1.000
	2	27.000
	3	16.000
Valid		44.000
Missing		0.000

#### 4. DISCUSIÓN.

La cantidad de atletas participantes en este medio maratón, así como en los medios maratones investigados predominan los hombres en la mayoría de los eventos y coinciden con los otros estudios aplicados, las mujeres participan en menor porcentaje (Angosto-Sánchez, 2014; Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016; Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016b; Vera, (s.f.).

La media de las edades de los participantes es de 30 años de edad en el presente estudio, coincide con otro estudio (Andreu, 2016) y difieren de los otros estudios pues tienen un promedio de 40 y 45 años, la media en años de experiencia en este tipo de eventos difiere en esta investigación pues es de 3 años y los otros estudios es de 5 años. Coinciden los participantes que en su mayoría cuenta con estudios universitarios, incluso coinciden las investigaciones con que la mayoría

también se encuentra laborando. Coinciden los estudios en que la mayoría no está federado para este tipo de eventos o sí lo está, pero en otros deportes, también de 3 a 6 horas semanales de entrenamiento y la participación en otras ediciones de medios maratones tanto locales, así como internacionales (Angosto-Sánchez, 2014; Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016; Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016b; Vera, (s.f.). Pocos atletas cuentan con entrenador y quien lo tiene, un porcentaje menor tiene la licenciatura o certificación en actividad física y deporte o áreas afines, las otras investigaciones no lo consideran pues para ellos ya están más avanzados que no lo toman en cuenta, para México sí es importante considerar pues es importante darle realce e incluso verla como un área de oportunidad laboral si se diera el caso, en investigaciones lo toman en cuenta como un factor importante en interacción con los atletas (Morquecho-Sánchez, Morales-Sánchez, Ceballos-Gurrola & Medina-Rodríguez, 2016). Aunque este estudio considera la variable de seguridad y hospedaje pues se trata de tomar en cuenta aspectos importantes que pueden dar su apreciación los propios atletas, se valora como bueno, sin embargo, se puede aspirar a que sea mejor. En las correlaciones de Pearson el hospedaje no tiene relación con ninguna otra variable, esto se debe a que la mayoría de los entrevistados son deportistas locales, esto también puede ser que fueron los únicos que respondieron en esta investigación. En cuanto a seguridad, aunque se valora como bueno es importante mejorarlo pues se deben de tomar en cuenta medidas de seguridad apropiada durante las competencias internacionales (IAAF, 2017) en otros estudios no lo consideran pues su cultura con respecto al deporte ya está reglamentada y además tienen mayor experiencia en eventos como éstos. Para México todavía se ocupa trabajar más al respecto.

Los resultados del CAPPEP V.2.0 confirman su alta confiabilidad para evaluar la calidad de servicios percibidos desde los atletas participantes y protagonistas en medios maratones. Aunque en el presente estudio el Alfa de Cronbach es de .838, es altamente confiable, y resultó diferente de los obtenidos en tres ediciones anteriores: la original con .912 (Angosto-Sánchez, 2014), la corregida con .915 (Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016), y la aplicada comparando dos ediciones con .942 (Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016b), las tres fueron en España y esta es la cuarta en el 2018 en México. En referencia a los factores existen semejanzas en las cuatro aplicaciones del CAPPEP V.2.0 donde el factor comunicación aparece como segundo factor (Angosto-Sánchez, 2014; Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016; Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016b) y diferencias en cuanto a la utilización del instrumento completo es que en la versión revisada y corregida eliminan el ítem 10 (Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016b) en las otras tres versiones incluyendo la presente investigación se utiliza el instrumento completo. Otra diferencia es que en las versiones original y la aplicada en dos ediciones de medio maratón se mantienen tal cual los otros factores como siguen: interacción personal, comunicación, servicios complementarios e infraestructura logística (Angosto-Sánchez, 2014; Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016b) en otras dos versiones la diferencia está en infraestructura logística en el tercer factor y el cuarto interacción personal (Angosto-Sánchez, López-Gullón, & Díaz-Suárez, 2016) y en la presente investigación aparece interacción personal en el tercer factor e infraestructura logística en cuarto respectivamente.

Aunque las correlaciones resultaron en diferentes variables vale la pena resaltar lo que otras investigaciones están aportando para respaldar la correlación de uso de las tecnologías pues es de suma importancia utilizarla para que los

resultados sean más precisos y efectivos pues hacen la propuesta de utilizar plataformas como Roadraces como en los grandes eventos mundiales como Xiamen Marathon, Frankfurt Marathon, Rome City Marathon, Seoul International Marathon, Chicago Marathon, y New York Marathon (Guillot-Jiménez, & Guillot-Jiménez, 2013). Esto se debe a que todavía existen imprecisiones a la hora de marcar los lugares e incluso las premiaciones y esto puede ayudar a que el evento sea más preciso y competitivo.

Otra cuestión interesante para resaltar es que los medios maratones entran en las carreras de larga distancia. Y llama la atención que entre las variables que no se toman en cuenta son los entrenadores capacitados y certificados pues entran en juego aspectos técnicos propios de la carrera por lo que el atleta debe dominar la distribución racional del esfuerzo en relación con la distancia y la intensidad del desplazamiento (Castro-Marcelo, 2002). Otros estudios avalan la importancia del entrenador en cuanto que tienen que tomar en cuenta otras variables complejas como efectos en la salud, calidad de vida, entrenamiento, lesión, condición física, imagen corporal, velocidad y fatiga (Salas-Sánchez, (2012); también otras investigaciones más completas que consideran otros aspectos, tanto en entrenadores como deportistas, ambientales, entrenamiento, fisiológicos, biomecánicos y psicológicos (Ogueta-Alday, & García-López, 2016) y que implica personal capacitado por ciencia y experiencia. También se confirma que los atletas se esfuerzan en cada entrenamiento y competencia por lo que, tanto ellos mismos, como los entrenadores utilizan diversidad de métodos de recuperación, altísima responsabilidad para volverlos atletas de éxito (Alonso-Ramos, 2016; Cisneros, 2017).

Aunque con el análisis de percepción global del evento con el análisis de clúster se puede apreciar como bueno por las respuestas de los encuestados. Sin embargo, en el mundo competitivo y global en el que nos encontramos exige que cada vez los servicios, entre ellos, los medios maratones, sean de calidad y que esto repercutirá que se sigan ofertando y los clientes sigan participando pues la calidad del resultado tiene que confirmar las expectativas del usuario después de haber hecho uso del servicio, pues cada vez los usuarios son más exigentes y la oferta más competitiva (Cerro-Herrero, 2018), también porque el usuario está en la búsqueda de reconocimiento, significado de vida y autoestima, así como los motivos de superar sus propias metas (Rosales-Obando, Araya-Vargas, & Rivas-Borbón, 2018).

## **5. CONCLUSION.**

Se concluyó que se cumplió el objetivo del estudio que trató de evaluar la calidad percibida de los atletas participantes y correlacionar con variables sociodemográficas en el Medio Maratón XVII de 2018 para mejorar la gestión de la calidad del servicio y ser más competitivos en futuros eventos.

- La calidad percibida por los atletas fue evaluada como buena y podría ser excelente pues además lo exige el perfil de atletas participantes que tiene nivel académico superior universitario y además entrena y participa en competencias de carreras de larga distancia de manera constante, tanto a nivel local como internacional.
- Aunque los resultados de las correlaciones resultaron en diferentes variables vale la pena resaltar lo que otras investigaciones están aportando para respaldar la correlación de uso de las tecnologías pues es de suma

importancia utilizarla para que los resultados sean más precisos y efectivos pues hacen la propuesta de utilizar plataformas como en los grandes eventos mundiales (Guillot-Jiménez, & Guillot-Jiménez, 2013). Esto se debe a que todavía existen imprecisiones a la hora de marcar los lugares e incluso las premiaciones y esto puede ayudar a que el evento sea más preciso y competitivo.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Alonso-Ramos, Z.N. (2016). Influencia del masaje con crioterapia (ZNAR) sobre la recuperación posterior a una competencia en corredores de fondo. Tesina para grado de Maestría. San Nicolás de los Garza, Nuevo León: Universidad de Nuevo León. Recuperado en: <http://eprints.uanl.mx/12820/>

Andreu, J. M. P. (2016). Razones para correr de corredores populares. *Athlos: Revista internacional de ciencias sociales de la actividad física, el juego y el deporte*, (11), 7.

Angosto-Sánchez, S., López-Gullón, J.M., & Díaz-Suárez, A. (2016). Una escala para la evaluación de la calidad percibida por participantes en eventos deportivos populares (CAPPEP V2.0). *Journal of Sports Economics & Management*, 6(2), 69-84. Recuperado en: <https://arastirmax.com/en/bilimsel-yayin/journal-sports-economics-management/6/2/69-84-una-escala-para-la-evaluacion-de-la-calidad-percibida-por-participantes-en-eventos-deportivos-populares-cappep-v20>

Angosto-Sánchez, S., López-Gullón, J.M. & Díaz-Suárez, A. (2016b). La calidad percibida por los participantes en dos ediciones de una carrera popular. Recuperado en: <http://dx.doi.org/10.3926/ic.782>

Angosto-Sánchez, S. (2014). Diseño y validación de un cuestionario sobre calidad percibida en eventos deportivos populares (CAPPEP). Trabajo de Fin de Máster. Murcia: Universidad de Murcia. Recuperado en: <http://hdl.handle.net/10201/45534>

Aparicio Chueca, M., Elasmir Ejjaberi, A., i lvern, T., & Ma, X. (2018). La satisfacción de los usuarios de actividades dirigidas de los centros deportivos municipales de Barcelona. *Sport TK. Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte*, 2018, vol. 7, num. 2 (Supl. 2), p. 27-33.

Aréchiga-Carrillo, O.A.O., & Anaya, A.P. (2018). Prevención de muerte súbita en el deporte popular. *David Martínez Mendizábal*, 71.

Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF), (2017). Reglamento de competición 2018-2019. Recuperado en: <http://www.rfea.es/revista/manualiaaf/manualiaaf20182019esp.pdf>

Bisschoff, C. A., & Lotriet, R. A. (2009). The service quality of the PUK rugby institute. *Tydskrif vir geesteswetenskappe*, 49(2), 266-286.

Blanco-Pereira, E. B. (2016). Tendencias en gestión deportiva. *Revista española de educación física y deportes*, (414), 13-16.

Bontigui, M. G. (2003). Análisis Ocupacional y de Estructuras Organizativas a partir de Componentes de Función y Análisis de Clústers (La Administración General del País Vasco. Un caso concreto de aplicación) Occupational an Organizational Structure Analysis through. *Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones= Journal of work and organizational psychology*, 19(1), 75-112.

Campo-Arias, A., & Oviedo, H. C. (2008). Propiedades psicométricas de una escala: la consistencia interna. *Rev Salud Pública*, 10(5), 831-9.

Cárdenas García, J.S. (2018). Evaluación de la calidad del servicio de las escuelas deportivas del municipio de Facatativá, a través del modelo de análisis Servqual.

Castro-Marcelo, R. (2002). Técnicas y metodologías en la enseñanza del atletismo. México, D.F.: Trillas.

Cerro-Herrero, D. (2018). Análisis de la calidad percibida y satisfacción de participantes en eventos deportivos. Recuperado en: <https://www.researchgate.net/publication/325128786>

Cisneros, F. J. D. (2017). La maratón y el entrenamiento fisiológico. *Revista Mexicana de Investigación en Cultura Física y Deporte*, 4(5), 161-166.

Dănăcică, D. E. (2017). Methodological and Applicative Problems of using Pearson Correlation Coefficient in the Analysis of Socio-Economic Variables. *Revista Română de Statistică-Supliment nr*, 149.

Delgado, V. L. A., & Medina, F. X. (2019). Antropología, deporte y turismo: Reflexiones sobre deportes étnicos, identidades, políticas deportivas y promoción turística en las Islas Canarias (España)(Anthropology, sports, and tourism: reflections on ethnic sports, identities, sporting policies, a. *Retos*, 36(36), 480-486.

Díaz-Valenzuela, O. (2015). La administración en el deporte: Estrategias de administración, dirección, planeación y mercadotecnia para organizaciones deportivas. Badalona, España: Paidotribo.

García-García, J.A., López-Alvarenga, J.C., Jiménez-Ponce, F., Ramírez-Tapia, Y., Lino-Pérez, L. & Reding-Bernal, A. (2014). Metodología de la investigación: bioestadística y bioinformática en ciencias médicas y de la salud (2ª. ed.). México, D.F.: McGrawHill Education.

Gómez, C.R.A. (2015). *Análisis de la calidad percibida, satisfacción, valor percibido e intenciones futuras de los usuarios de los servicios deportivos públicos gestionados por Logroño Deporte* (Doctoral dissertation, Universidad de Rioja).

Guillot Jiménez, J. & Guillot Jimenez, H. (2013). ROADRACES: Sistema de Gestión para Carreras Populares de Larga Distancia. Recuperado en: [https://www.researchgate.net/publication/264037102\\_ROADRACES\\_Sistema\\_de\\_Gestion\\_para\\_Carreras\\_Populares\\_de\\_Larga\\_Distancia](https://www.researchgate.net/publication/264037102_ROADRACES_Sistema_de_Gestion_para_Carreras_Populares_de_Larga_Distancia)

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6a. ed.). México, D.F.: McGraw-Hill.

Herrera, J. C., & De Jesús, B. (2018). Aplicación del análisis factorial exploratorio en la escala de satisfacción de los usuarios. Caso de estudio para una organización no gubernamental. *Revista ESPACIOS*, 39(32). Recuperado en: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p19.pdf>

Hueso-González, A., & Cascant i Sempere, M. J. (2012). Metodología y técnicas cuantitativas de investigación. Editorial: Universitat Politècnica de València.

Kim, S. K., Yim, B. H., Byon, K. K., Yu, J. G., Lee, S. M., & Park, J. A. (2016). Spectator perception of service quality attributes associated with Shanghai Formula One: Importance and performance analysis approach. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 17(2), 153-171. DOI: 10.1108/IJSMS-04-2016-011

Koo, G.Y., Hardin, R., McClung, S., Jung, T.J., Cronin, J., Vorhees, C., & Bourdeau, B. (2009). Examination of the causal effects between the dimensions of service quality and spectator satisfaction in minor league baseball. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 11(1), 46-59.

Landau, S., & Everitt, B.S. (2004). A handbook of Statistical Analyses using SPSS. Boca Raton, London, New York, Washington, D.C.: Chapman & Hall/CRC.

Maksimović, N., Matic, R., Tovilović, S., Popović, S., Maksimović, B., & Opsenica, S. (2017). Quality of services in fitness centres: importance of physical support and assisting staff. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 39(3), 67-78.

Martínez-Moreno, A., & Suárez, A.D. (2016). Level of quality management in the Municipal Sports Services, contrast trough EFQM Excellence Model. *SpringerPlus* 5(1), 1855. DOI 10.1186/s40064-016-3549-7

Morales Sánchez, V., Hernández Mendo, A., & Blanco Villaseñor, Á. (2009). Evaluación de la calidad en organizaciones deportivas: adaptación del modelo SERVQUAL. *Revista de Psicología*, 18(2), 0137-150. Recuperado en: <https://www.rpd-online.com/article/view/301/296>

Morquecho-Sánchez, R., Morales-Sánchez, V., Ceballos-Gurrola, O. & Medina-Rodríguez, R.E. (2016). Cuestionario de evaluación de la calidad percibida en organizaciones de servicios deportivos universitarios (QUNISPORT V.MX): PROGRAMA FACTOR. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte* (en línea). Recuperado en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=311145841012> ISSN 1886-8576

Ogueta-Alday, A., & García-López, J. (2016). Factores que afectan al rendimiento en carreras de fondo. RICYDE. *Revista internacional de ciencias del deporte*. 45(12), 278-308. <http://dx.doi.org/10.5232/ricyde2016.04505>

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(4), 41-50.

Rivas-Tovar, L.A. (2006). *¿Cómo hacer una Tesis de Maestría?* (segunda edición). México: Taller abierto, S.C.L.

Rivera, O. (2003). El cluster del conocimiento en gestión empresarial en el País Vasco: aplicación de la metodología de M. Porter a su definición, análisis y potencial diagnóstico. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, (53), 184-221.

Rojas, V. M. N. (2011). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Ediciones de la U, 2011.

Rosales-Obando, D.M., Araya-Vargas, G.& Rivas-Borbón, O.M. (2018). Motivos de participación en una carrera de fondo, según edad, sexo y experiencia deportiva, en corredores aficionados. *Pensar en Movimiento: Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud*, 16(1), 29089. DOI: <https://doi.org/10.15517/pensarmov.v16i1.29089>

Salas-Sánchez, J. (2012). Caracterización funcional y psicosocial de los atletas de fondo veteranos y su relación con salud y calidad de vida. Tesis Doctoral. Granada, España: Universidad de JAEN, Granada. Recuperado en: <http://ruja.ujaen.es/bitstream/10953/448/1/9788484396994.pdf>

Serrano, J. A., & Segado, F. S. (2015). Análisis de las herramientas de medición de percepción de la calidad en los servicios deportivos: Revisión de la literatura. (Analysing instruments for measuring perceived sport service quality: A literature review). *CCD. Cultura\_Ciencia\_Deporte. 文化-科技-体育* doi: 10.12800/ccd, 10(28), 67-76.

Sigurdardottir, I., & Helgadóttir, G. (2015). Riding High: Quality and Customer Satisfaction in Equestrian Tourism in Iceland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1-2), 105-121. Doi:10.1080/15022250.2015.1015765

Vallejo, P. M. (2013). El Análisis Factorial en la construcción e interpretación de tests, escalas y cuestionarios. Recuperado en: <http://web.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/AnalisisFactorial.pdf>

Vera, F. (s.f.). Percepción de la calidad de la media maratón ciudad de Cartagena 2011-2012. VIII Congreso Internacional de la Asociación Española de Ciencias del Deporte. Universidad de Murcia. Recuperado en: [http://www.cienciadeporte.com/images/congresos/caceres\\_2/Gestion/aecd2014\\_submission\\_106.pdf](http://www.cienciadeporte.com/images/congresos/caceres_2/Gestion/aecd2014_submission_106.pdf)

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *The Journal of marketing*, 2-22. Recuperado en: [https://www.jstor.org/stable/1251446?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1251446?seq=1#page_scan_tab_contents)

## **7. AGRADECIMIENTOS.**

A la Facultad de Deportes de la Universidad Autónoma de Baja California por darme la oportunidad de investigar en la gestión deportiva, al instituto organizador del Medio Maratón XVII 2018 de Ensenada, Baja California, México y sobre todo a cada atleta que participó en esta investigación, pues sin ellos no fuera posible este maravilloso trabajo.

**Fecha de recepción: 5/11/2018**

**Fecha de aceptación: 13/5/2019**