



Universidad de Valladolid



*TRABAJO DE FIN DE GRADO PUBLICIDAD Y RR.PP
CAMPÚS PÚBLICO "MARIA ZAMBRANO", SEGOVIA*

**Investigación de la satisfacción percibida por los
participantes de un evento deportivo, basado en
un caso real: XV Edición Torneo ASISA Reino de
León**

Autor

Laura Menéndez de la Viuda

Tutor

Luis Besa Recasens

Fecha

20 de Julio de 2016

RESUMEN	PAG 3
MARCO TEÓRICO	
1. INTRODUCCIÓN.....	PAG 5
2. CONTEXTO.....	PAG 7
3. EVENTOS DEPORTIVOS.....	PAG 9
3.1 TENDENCIAS EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	PAG 12
4. ANTECEDENTES EN LA INVESTIGACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS.....	PAG 15
5. CASO PRÁCTICO XV EDICIÓN TORNEO REINO DE LEÓN.....	PAG 18
5.1 TORNEO ASISA REINO DE LEÓN.....	PAG 18
5.2 ESQUEMA DE LA ORGANIZACIÓN.....	PAG 23
5.2.1 PRE-EVENTO.....	PAG 23
5.2.3 VIAJE Y HOTEL	PAG 23
5.2.3 REDES SOCIALES.....	PAG 24
5.3.3 EL EVENTO.....	PAG 24
6. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN.....	PAG 25
6.1 METODOLOGÍA DE ENTREGA.....	PAG 25
6.1.1 DIFERENTES ENCUESTAS.....	PAG 25
6.2 ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN CUERPO TÉCNICO.....	PAG 26
6.3 ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN JUGADORES.....	PAG 28
7. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	PAG 32
7.1 METODOLOGÍA DE ANÁLISIS.....	PAG 32
7.1.1 CASOS ESPECIALES.....	PAG 32
7.2 VALORACIÓN DE LA MUESTRA: CUERPO TÉCNICO.....	PAG 32
7.2.1 PUNTUACIÓN Y ANALISIS DEL TOTAL DE LOS RESULTADOS.....	PAG 36
7.3 VALORACIÓN DE LA MUESTRA: JUGADORES.....	PAG 36
7.3.1 PUNTUACIÓN Y ANÁLISIS DEL TOTAL DE LOS RESULTADOS.....	PAG 39
7.4 VALORACIÓN CONJUNTA DE LOS DOS GRUPOS MUESTRA.....	PAG 40
8. CONCLUSIÓN.....	PAG 42
9. BIBLIOGRAFÍA.....	PAG 44

RESUMEN

A finales del S.XX los eventos se convirtieron en una forma de negocio, de posicionamiento social y a su vez se convirtieron en una moda que significaba diferenciación. Como todas las modas, surgieron alrededor de él empresas que se especializaron en su organización y ofrecer a los asistentes experiencias. ¿Pero qué método se utiliza para averiguar si la organización llevada a cabo es la correcta?. Esta investigación trata de valorar la organización de un evento deportivo a través de la satisfacción de sus participantes. Dos grupos completamente diferenciados con diferentes expectativas pero beneficiarios de un mismo torneo deportivo.

Palabras clave: Organización de eventos, eventos deportivos, encuesta de satisfacción, evento, experiencia.

MARCO TEÓRICO

1. INTRODUCCIÓN

Con el auge de la moda de organización de eventos, resulta extraño pensar que con la importancia que le da la Publicidad a la Investigación de la eficacia publicitaria, no exista un estudio concreto dedicado a la investigación de la eficacia en la organización de eventos cuando si existen investigaciones en las que se trata de averiguar si un espectador volverá o no a asistir a un evento (deportivo).

Por eso el centro de estudio de este Trabajo de Fin de Grado no es otro que el análisis de la eficacia en la organización de eventos deportivos basado en un caso real.

A lo largo del S. XXI la organización de eventos ha dado un salto cualitativo desde el punto de vista del negocio y del prestigio, si antes las bodas eran organizadas con prisas y con muchos errores, ahora cualquier futuro matrimonio con cierto estatus social debe tener en cuenta que para que su boda tenga cierto renombre debe de ser organizada por un experto. Lo que buscan no sólo es notoriedad en su ámbito social, si no ofrecer a los invitados una boda tematizada o lo que es lo mismo, mas que un evento, buscan ofrecer una experiencia. Pero el caso de las bodas no es el único que debe ser analizado, nos enfrentamos a una nueva sociedad de consumo en el que la organización de eventos está teniendo un papel relevante, dando la posibilidad incluso de crear una nueva forma de negocio que se centra únicamente en dar a los anfitriones de cualquier tipo de evento de la clase que sea la posibilidad de crear un mundo onírico en torno al día en el que su celebración se llevara a cabo.

Para muchos la organización de eventos va más allá del simple “quiero reunir a mis amigos” o “mi empresa hará una conferencia del nuevo producto que vamos a lanzar al mercado” buscan la exclusividad, la originalidad y la necesidad de demostrar que se un evento puede ser mucho más de lo que estamos acostumbrados. Por eso en el ámbito de los negocios, un evento no sólo es un día de reunión, es la posibilidad de hacer que los invitados al acontecimiento recuerden lo que allí se les ofreció y consiguiendo un posicionamiento “gratuito” que les repercutirá en buenas recompensas para su empresa.

Pero si el mundo del evento se ha vuelto tan imprescindible en la visión actual de negocio o de vida personal ¿Por qué no hay ningún estudio que demuestre la satisfacción en su organización dando la posibilidad tanto a las agencias como a los anfitriones del evento a saber con valores cuantificables si ha tenido o no la repercusión esperada en el?

Este es entonces en objeto de estudio de esta investigación. Conseguir cuantificar los resultados de satisfacción de los participantes activos (no espectadores) de un evento deportivo dedicado a dos públicos objetivos diferentes, por un lado, integrantes de equipos de fútbol de categoría infantil entorno a los cuales gira el evento, y otro los encargados de los equipos y responsables de la decisión de volver a participar en el evento o no la siguiente edición. Una vez obtenidos los resultados que irán en base a la organización del evento y a la conformidad y comodidad que han sentido en el desarrollo del mismo, los resultados serán analizados por

separado y posteriormente de forma conjunta, para averiguar si la satisfacción puede medirse por igual en dos grupos tan diferenciados aunque ambos sean beneficiarios.

El estudio se centrará entorno a la XV Edición del Torneo ASISA Reino de León, que contará entre sus participantes con 6 equipos diferentes de diferentes nacionalidades y pertenecientes a Clubs deportivos con renombre en el panorama internacional. Los participantes serán los siguientes.

1. SELECCIÓN DE LEÓN
2. REAL MADRID (Cantera más importante a nivel nacional)
3. REAL SPORTING DE GIJÓN (Equipo titular en primera división)
4. ATLETICO DE MADRID (Equipo titular en primera división)
5. MANCHESTER CITY (cantera más importante en Inglaterra)
6. YOKOHAMA F. MARINOS (Cantera más importante en Japón)

Para llegar a la investigación propiamente dicha, antes vamos a analizar diferentes puntos que tienen que ver con la organización de eventos con el fin de realizar unos cuestionarios de satisfacción que se ajusten a las tendencias actuales en este sector. Para ello analizaremos el evento a tratar con los datos de las ediciones anteriores.

Una vez analizado utilizaremos referencias bibliográficas de este sector y con los datos obtenidos y estudiado el evento a analizar en profundidad teniendo en cuenta sus anteriores ediciones, realizaremos los diferentes formularios de satisfacción y mediremos los resultados.

2. CONTEXTO.

Para aproximarnos más al objeto de estudio, deberíamos entender el concepto “Evento” desde sus inicios. En España hasta 1973, la palabra “Evento” Estaba incluido en la RAE con la siguiente acepción: “Hecho que puede ocurrir o no”(1). A partir de esa fecha con el comienzo de la importancia de los eventos sociales, y empresariales, la RAE incluye la siguiente acepción necesaria de la palabra “Evento” como: “Acontecimiento previamente organizado”.

Aunque en España, la palabra fuese incluida en los años 70, el primer gran evento conocido, se remonta a la Revolución Industrial, cuando en 1851 se celebró la primera Exposición universal: Expo Cristal Palace, en Inglaterra(2).

Para muchos autores este es el inicio de lo que actualmente conocemos como evento, un día en el que las mujeres se vistieron de largo y los hombres se pusieron sus mejores galas para acudir a la inauguración del palacio de cristal. Sin embargo, otros autores (3) y expertos de la materia, consideran que los eventos pueden remontarse incluso a los inicios del imperio romano, ya que todo el territorio y conquista se llevo a cabo mediante eventos sociales.

Para otros, el primer evento organizado fueron las primeras Olimpiadas de la antigua Atenas, situando este momento como un hito histórico para la humanidad y también para esta rama de la comunicación. ¿por qué? Para muchos los eventos tienen un origen de tres necesidades:

1. Conectarse entre individuos.
2. Unir oferta y demanda
3. Crear un bienestar social.

Basándonos en las Olimpiadas de Atenas, podemos decir, que cumple todos los requisitos para ser considerado un evento.

Sin embargo, aunque conocemos los eventos desde la época griega, el objeto de estudio de la investigación se centra en los eventos actuales, su auge en el panorama de empresa y económico y la importancia que tiene para las instituciones. Esta necesidad, apareció a lo finales del S. XX y se consolidó como estrategia empresarial, de marca y personal durante el primer lustro del S. XXI.

Fue entonces cuando se creó una nueva forma de marketing y publicidad y que afectaba a pequeñas y medianas empresas, los congresos médicos, por ejemplo, debían tematizarse, ofrecer interacción con sus participantes, y tener entre sus reglas y necesidades básicas “Co-Creación”. Con la afluencia de la sociedad de consumo y la importancia que le da la sociedad al cine, las películas americanas se llenaron de tramas de comedia que giraban en torno a eventos de boda, de compromiso, empresariales, incluso deportivos.

La organización de eventos entonces se convirtió en moda, y como toda moda, se convirtió en una nueva forma de negocio más que rentable para empresas y marcas, y también en una forma de posicionamiento social. Si bien es cierto que semejante organización con expertos no se la puede permitir una persona con un poder adquisitivo medio, por lo que es un sello de distinción. Pero lo que puede ser algo positivo puede transformarse también en algo negativo para el anfitrión, ya que una mala gestión o una mala organización quedará marcada en todos los asistentes, convirtiéndose en un obstáculo para ellos.

Durante los últimos años, las agencias de eventos cada vez se convirtieron en un negocio mas puntero, ofreciendo en su carta de servicios como idea principal la idea de ser capaces de ofrecer experiencias.

Lo que vamos a intentar averiguar durante toda la investigación en donde puede fallar esta organización y que se debe de tener en cuenta para averiguar la satisfacción que provocan en los usuarios.

3. LOS EVENTOS DEPORTIVOS.

Para poder analizar el objeto en cuestión primero debemos entender que puede ser considerado un evento deportivo. Según Ferrant et al 2007, p 103 (4) debe que considerarse que un evento deportivo es “desde el punto de vista sociológico, económico, de marketing, etcétera, solo aquellas actividades organizadas que tienen o pueden tener un fuerte impacto social deben ser consideradas auténticos eventos [deportivos]”. Es decir, que “solo se considera evento cuando realmente tiene una repercusión social notable. En caso contrario, desde este punto de vista, será [percibido como] una simple actividad organizada”. Por lo tanto no puede considerarse evento si no tiene una repercusión notable, medible y cuantificable tanto para los receptores del mismo como para su público. Esto se debe a que el deporte como tal ya es una actividad que congrega a personas en la mayoría de los casos, pero sin embargo, si no tiene una repercusión no puede ser considerado evento. Por ejemplo, en el caso del fútbol los clubs o asociaciones pueden organizar una liga que junta al día mínimo dos equipos diferentes, si es una reunión de personas, pero para el resto de la sociedad no existe ningún tipo de repercusión, no necesita ser publicitado porque está pensando únicamente para que un grupo se reúna, y aunque si esté organizado, no existe de ningún tipo de impacto a su alrededor que no sea el de los propios jugadores, por lo tanto no puede ser considerado evento.

Por otro lado, según Vicente Año Sanz (5) “La frontera entre una actividad deportiva y un evento suele marcar cuatro características que son las siguientes: 1) Repercusión social, 2) nivel amplio de asistencia de público 3) presencia en los medios de comunicación 4) Audiencia televisiva.” Y añade otros dos requisitos más para poder diferenciar entre evento deportivo y gran evento: “Es decir, que aumenta o disminuye la calificación inicial del mismo en base a los cuatro parámetros anteriores. Estos serían: 5) Tipo de deporte 6) Dificultad de la practica”. Al hablar del tipo de deporte debemos tener en cuenta que no tiene nada que ver un evento de fútbol o incluso baloncesto con un evento de ajedrez o pesca, ambos son actividades deportivas pero entre ellas la diferencia es abismal. La dificultad de la practica deportiva viene dado a que cuanta más dificultad tiene un deporte menos es el número de personas que lo practican y por consiguiente menor es el número de seguidores. Por lo que según Vicente Año “Estas características previas nos llevarán finalmente a otros dos elementos fundamentales que acabarán por dar realce al evento, y que serán el exponente máximo por el que una actividad deportiva pasa no sólo a ser un evento sino a un gran evento deportivo: 7) Patrocinadores, 8) ingresos propios privados”. Este entonces es otro de los factores a tener en cuenta para poder ser considerado un evento deportivo es si consigue inversión en publicidad o sponsors que hagan que el evento salga a flote.

El deporte es una de las actividades que más inversión en publicidad genera a lo largo de los años, se trata de una forma de negocio más que rentable debido a la gran expectación que tiene y a la cantidad de personas que congrega alrededor de el, tanto si es retransmitido en un medio, como si sólo puede presenciarse de forma física. Para poder entender esta afirmación podemos poner como ejemplo la retransmisión de la final de la Eurocopa de 2008. El partido disputado en Austria el 29 de junio de ese mismo año tuvo un total de 14.482.000 espectadores y una cuota de pantalla de 80,9% (6) (Fuente: Kantar Media), unas cifras millonarias que se transforman en millones de euros de ganancias para los anunciantes. Ahora vamos a poner otro ejemplo de una retransmisión televisiva, que no es deportiva pero debe tener la misma o incluso más relevancia que una final de un partido de fútbol: El primer Debate a Cuatro de los

candidatos y líderes de partidos políticos. El Debate se televisó por primera vez antes de las elecciones del 26 J, se trataba de un momento complicado para la situación política española, por primera vez eran 4 candidatos a la presidencia del gobierno los que se enfrentaban para tratar temas tan importantes como las próximas elecciones después de 6 meses sin gobierno, los cambios de las leyes, o la corrupción, sin embargo los datos de audiencia son los siguientes: el Debate tuvo un total de 10.496.000 espectadores y una cuota de pantalla del 57 % (7) (Fuente: Kantar Media).

Como pueden observarse los datos, a pesar de que la política deba interesar a un número mayor de espectadores, es el deporte el que consigue cifras mucho más altas, de ahí que cuente con un número mucho más alto de inversión en publicidad, y aunque estos datos se basan en eventos de la categoría de una Eurocopa pueden extrapolarse a eventos deportivos de menos categoría.

Es por esta razón que las propias marcas han decidido comenzar a organizar sus propios eventos deportivos; como expone Mottard, 2010 (8) “las marcas ansiosas de tener un máximo protagonismo posible y no contentas con quedarse como mero sponsor, han empezado a producir sus propios eventos culturales y deportivos”, de esta forma tanto la marca como el espectador consiguen disfrutar de una experiencia deportiva juntos y si esta es satisfactoria, el vínculo de unión entre ellos estará consolidado.

Ahora que conocemos estos datos, antes de continuar con la investigación debemos saber si nuestro objeto de estudio (XV Edición Torneo ASISA Reino de León) es o no es un evento.

Siguiendo los requisitos de Vicente Año Sanz:

1. Tiene Repercusión social, tanto en redes sociales como en el número de visitantes que recibe a lo largo de todo el evento.
2. Nivel amplio de asistencia de público: unas 3.000 personas asisten en todas las ediciones
3. Presencia de los medios de comunicación: Tanto de medios locales, como de medios especializados nacionales
4. Audiencia televisiva: Se ha retransmitido en directo en 3 ediciones.
5. Tipo de deporte: Fútbol, es el deporte más importante y más seguido en España.
6. Dificultad de la práctica: Sencilla y ha sido practicada al menos una vez en toda su vida por todos españoles.
7. Patrocinadores: Además del patrocinador oficial (ASISA y EREA) las últimas ediciones han conseguido al menos 10 patrocinadores mas
8. Ingresos propios privados: Ese dato no ha sido proporcionado por la organización.

Por lo tanto, cumple todos los requisitos para ser considerado tanto un evento deportivo, como un gran evento deportivo.

Con estos datos podemos valorar que es y que no es un evento deportivo, diferenciándolo así de actividades deportivas propiamente dichas o de eventos deportivos o grandes eventos deportivos, pero una vez analizados estos datos para continuar posteriormente

con la investigación del caso práctico para averiguar la satisfacción de los usuarios, debemos conocer cuales son las tendencias y expectativas actuales en la organización de eventos deportivos.

3.1 TENDENCIAS DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS.

Como decíamos al comienzo de la investigación la organización de eventos ha dejado a un lado su papel de simple organizador y el significado propiamente dicho de evento únicamente como reunión entre individuos, y ha pasado a una tendencia que se ha generalizado en todos los ámbitos: ser capaz de ofrecer una experiencia. La razón es sencilla, los eventos se olvidan y las experiencias forman parte de la vida de los individuos, por lo que se recordarán siempre.

Pero cuales son las principales tendencias, según Elisenda Estanyol i Cassals (9) “La participación más activa de los asistentes, la vertiente virtual, la integración de los formatos de comunicación, el establecimiento de focos temáticos y el estímulo del componente lúdico son aspectos que cada vez se tendrán más en cuenta en la organización de los eventos del futuro.”

Esto quiere decir que lo más importante a la hora de plantearse la organización de un evento es la colaboración de los asistentes, que sean parte activa de la organización y que exista Feedback entre ellos, de esa forma es como se conseguirá crear la experiencia. Pero si queremos utilizar los términos más exactos para Elisenda Estanyol i Cassals, así como para otros autores, las características esenciales que deben tener son las siguientes:

1. Co-creación
2. Hibridación
3. Integración
4. Tematización
5. Promoción del componente lúdico
6. Sostenibilidad
7. Reducción de la ostentación

Con Co-creación nos referimos a la posibilidad de que otros usuarios participen en el evento antes de que se haya producido, entraría a formar parte del pre-evento, y gracias a las Redes Sociales y a la famosa técnica del Crowdsourcing es una opción sencilla, barata para la organización y que permite crear un vínculo fuerte entre los usuarios más activos.

Hibridación o lo que es lo mismo, crear un evento 2.0. En la actualidad se está poniendo de moda los eventos multimedia, cambiar las salas y salones por espacios que permiten la interacción in situ de varios ponentes o crear un espacio networking.

La integración se refiere a no dejar que el evento tenga una única finalidad, si conseguimos aunar esta con la publicidad y el marketing del mismo con un buen uso de la comunicación integrada podemos conseguir que tenga más notoriedad y durabilidad en el tiempo.

Por otro lado la tematización es el recurso más utilizado en estos momentos, es cierto que sobretodo para eventos sociales o corporativos, para la mayoría de los usuarios, la temática de un acto o evento es lo que permite dar el sello de distinción y exclusividad y de esta manera sea la herramienta indispensable para que pueda ser recordado.

Promover el componente lúdico es absolutamente necesario en cualquier evento sea del tipo que sea, si por ejemplo nos enfrentamos a un evento empresarial en el que vamos a lanzar un nuevo producto si nuestros usuarios están informados de que no sólo será una presentación si no que podrán pasar un rato diferente y divertido la expectación hacia el mismo y la participación será mucho más alta. Para ello es bueno utilizar recursos diferentes a los que se está acostumbrado, antes en las ponencias era muy común que el ponente hablase sobre un tema determinado durante más de una hora con un Power Point como apoyo, estudios psicológicos determinaron que a la media hora, los asistentes ya habían perdido el interés. Sin embargo, si en vez de una presentación convencional trasladamos la ponencia a un taller o a algo más práctico que involucre al espectador el nivel de interés, de recuerdo y de satisfacción será notablemente más alto.

La RSC es una de las herramientas que más se está utilizando en las empresas y en las compañías actualmente. Esto por supuesto puede extrapolarse a los eventos, cuanto más conciencia tomen los organizadores de la situación actual del mundo y den una imagen sostenible a su público mayor será la implicación de estos con el evento. Aunque siempre se puede hacer una infraestructura más sostenible hay cosas que no pueden serlo. Por ejemplo, en un evento de fútbol, el terreno de juego tiene que estar en unas condiciones concretas antes de cada partido, eso implica por ejemplo regar el campo cuando empieza y cuando termina un partido para lo que se utilizan bastantes litros de agua que no pueden reducirse.

Reducir la ostentación es otra de las características que los organizadores de eventos no pueden pasar por alto, en el momento actual de crisis no es correcto que una empresa de sensación de frivolidad a su público por lo que los formatos de eventos se han vuelto mucho más sencillos. Sin embargo esto no es aplicable a eventos de carácter social como las bodas o eventos de un mercado de lujo. Para muchos reducir la ostentación es reducir en exclusividad y es algo a lo que no están dispuestos a renunciar.

Una vez analizadas las tendencias actuales del sector de los eventos nos vamos a centrar en el objeto de estudio, que son los eventos deportivos. Su organización es mucho más básica que los eventos sociales o empresariales, pero también buscan ofrecer al público una experiencia, sin embargo, no todas las características anteriores pueden ser aplicables. Un evento deportivo de las características de nuestro objeto de estudio no puede ser tematizado. Se trata de una competición deportiva entre equipos de fútbol de una misma categoría, este evento es lo que es y no puede ser transformado en otra cosa. Tanto los jugadores y los entrenadores a los que va dirigido este evento buscan una correcta organización, un terreno de juego adecuado, y unas instalaciones óptimas pero sobretodo buscan disfrutar del fútbol en un entorno dedicado únicamente a él, y lo mismo ocurre con el público, su única pretensión al desplazarse es ver fútbol, nada más, se trata de una necesidad muy simple que puede ser satisfecha sólo con una correcta organización. Y eso mismo pasa con la sostenibilidad, como mencionábamos antes, por ejemplo el terreno de juego tiene que cumplir unas características óptimas para que el desarrollo de la actividad, en este caso los partidos, sea correcta. Esto implica activar el sistema de riego mínimo 2 veces, antes y después de los partidos, aunque con altas temperaturas lo recomendado sean 3 veces, antes del inicio en el descanso entre las dos partes y otra al finalizar, y más cuando se trata de una competición en la que en un mismo día se juegan varios partidos en el mismo terreno de juego. Por lo tanto, aunque las políticas medioambientales recomienden reducir el consumo de agua para que sea sostenible, y la sostenibilidad deba de ser una cualidad que

cumplan la mayoría de los eventos en este caso por necesidades puramente logísticas no es posible que se cumplan.

Aunque por otro lado, los eventos deportivos tienen otras características que sean más fáciles de incluir en su organización que otros, estamos hablando de la Integración. Gracias a las Redes Sociales el Feedback entre la organización los usuarios y el público está asegurada, forman parte activa de la difusión del evento. Sus cuentas personales en las redes se pueden transformar en una plataforma de promoción gratuita y sobretodo de difusión. Y no sólo eso, en el caso que vamos a tratar, el evento se repite a lo largo de los años y ha llegado hasta la fecha a realizar quince ediciones, gracias a la incorporación por ejemplo de las redes sociales puede subsanar errores para las ediciones próximas si presta atención a los comentarios de los usuarios y del público. Es aquí donde entra en juego la Co-Creación, que como dice la autora “Gracias a las redes sociales y a otros mecanismos que permiten conocer la opinión del público que asistirá a un evento, se podrán modular formatos que se adaptarán mejor a sus expectativas”, entonces sólo es necesario analizar de forma correcta las opiniones para asegurarnos mejorar con el tiempo.

Conocer las tendencias actuales en la organización de eventos y sobretodo cuales son válidas o no en los eventos de carácter deportivo, es una forma de acercarnos más al objeto de estudio. Si la organización cumple todos estos requisitos, la satisfacción de los beneficiarios del evento será mucho más alta que si no los cumple. Pero para eso todavía tenemos que conocer cuales son los antecedentes en la investigación de la satisfacción de los eventos deportivos y así saber cual es el método más recomendado para medir la satisfacción.

4. ANTECEDENTES EN LA INVESTIGACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS.

La medición de la satisfacción de un cliente se convirtió en una de las herramientas imprescindibles de la publicidad y de otras áreas empresariales durante la última década del S. XX pero ¿cual es la razón?, según Lorezo Gonzalez Bolea IAT (10)“Vivimos en un mundo cada vez más globalizado y competitivo, en el que las organizaciones desarrollan sus actividades en un entorno continuamente cambiante y donde la oferta de un determinado producto o servicio suele ser superior a su demanda, lo que implica que el cliente pueda elegir entre las múltiples opciones que le ofrece el mercado. Las organizaciones, por tanto, deben orientarse hacia sus clientes, adaptando de manera continua el producto o Método practico para la medición directa de la satisfacción de los clientes servicio ofertado a los deseos de estos, con el objetivo de conseguir su satisfacción y, con ella, su fidelización. Para eso, es muy importante conocer cuáles son sus requerimientos y analizar el grado de cumplimiento de los mismos, dos objetivos que se pueden cumplir con un adecuado proceso de medición de la satisfacción del cliente”

La principal gran aportación en la investigación de la satisfacción de eventos deportivos aparece en 1985 de la mano de Parasuraman, Zeithaml y Berry (11). Su modelo se basa en medir la calidad del servicio percibido de forma que lo que se mide será la calidad o la no calidad mediante cinco desajustes.

El concepto clave sería el desajuste cinco que es el que es capaz de medir la diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido, el resto de los desajustes intentan averiguar cuales son las expectativas de los usuarios antes del evento, ya que el origen de la investigación viene dado por la falta de conocimiento de las expectativas del usuario.

A este instrumento de medición se le pone en nombre de SERVQUAL, el método consiste en un cuestionario de 22 items en el que se recogen las diferentes dimensiones que puede abarcar el evento: Tangibles, empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad, las cuestiones deben ser contestadas en un parámetro del 1 al 7, significando 1 estar en muy desacuerdo y 7 muy de acuerdo. Este método fue utilizado por otros autores, sin embargo en la mayoría de los casos se trataba de una forma de medir la satisfacción del público y los participantes.

A partir de esta investigación y del método SERVQUAL otros autores empiezan a desarrollar investigaciones alrededor de eventos deportivos, sin embargo la mayoría se centran en averiguar cual es la satisfacción de los asistentes como público y poder averiguar así si volverían a asistir al evento.

Theodorakis, et al (2001) investiga qué perciben los asistentes a un partido de baloncesto, así consigue predecir la satisfacción de los usuarios con dos variables tangibles: Satisfacción de los espectadores y fiabilidad.

Kelley Turley (2001) terminan por confirmar que la valoración más alta que dan los usuarios es que el evento termine siendo un espectáculo deportivo.

Con el beisbol como deporte de la muestra, al ser una práctica que mueve a millones de personas en EEUU a estadios Hightower, Brady y Baker miden cuales son las influencias significativas para saber las intenciones futuras de asistencia a un evento deportivo. Eso mismo ocurre con Dale et al (2005) pero en este caso tomando como ejemplo el Rugby y analizando la calidad percibida de un club de rugby por los espectadores.

Hyun – Duck, Jeoung-hak y LaVetter (2006) dan un paso más en la investigación y a través de una liga de baloncesto, coincidiendo en que al intentar averiguar intenciones futuras existe unas variables sociodemográficas que determinan la calidad percibida del servicio.

Por último Greenwell, Fink y Pastore (2002) investigan que unos de los aspectos para medir la satisfacción se centra en relación a elementos tangibles, es decir si los accesos han sido adecuados o si han estado cómodos durante el evento.

A continuación se muestra un cuadro detallado de cuales son los autores que han investigado la satisfacción en eventos deportivos y cuales han sido las áreas en las que se han centrado.

Autores y año de publicación	Investigación desarrollada
Wakefield, y Blodgett (1994)	Analizan la importancia que tienen los distintos elementos que conforman un estadio sobre la satisfacción y las intenciones de repetir como espectadores.
O’Neill, Getz y Carlsen (1999)	Desarrolla una escala para evaluar la calidad de servicio de un evento deportivo a partir de las dimensiones de SERVQUAL aunque las reducen a tres factores.
Theodorakis, Kambitsis, Laios, y Koutelios, (2001)	Relaciona la calidad de servicio y la satisfacción de los espectadores de deporte profesional. Crea una herramienta que denomina SPORTSERV a partir de SERVQUAL y que comparte las mismas dimensiones.
Kelley y Turley (2001)	Desarrollan una escala de medida de la calidad percibida específica para un evento deportivo. Obtienen nueve dimensiones de calidad.
Greenwell, Fink, y Pastore, (2002)	Observan que para los espectadores de hockey hielo los atributos tangibles de la instalación tienen una influencia en la satisfacción de un modo general, cosa que no ocurre con tales atributos considerados uno a uno.
Hightower, Brady y Baker (2002)	Analizan la influencia de distintas variables del servicio sobre las intenciones futuras, la calidad y la satisfacción.
Agudo y Toyos (2003)	Adaptan SERVQUAL a los eventos futbolísticos. Reducen de 22 a 13 ítems y obtienen 4 factores de calidad de servicio percibida.

Dale, Van Iwaarden, Van der Wiele, y Williams, (2005)	Estudio en el que miden la calidad percibida de un club de rugby. Lo relacionan con la captación y retención de espectadores.
Calabuig, Turco, Gómez y Crespo (2009)	Aplican EVENTQUAL para predecir la calidad general y conocer las diferencias de percepción del servicio según grupos de espectadores.

Como muestra la tabla a partir de SERVQUAL aparecen dos mediciones relacionadas con el: SPORTSERV Y EVENTQUAL.

Ambos métodos se centran en estudiar la satisfacción de los espectadores de eventos deportivos con el fin de intentar averiguar si volverían a asistir o no, SPORTSERV Y EVENTQUAL son los parámetros de medición en base al principal que es SERVQUAL

Sin embargo, el estudio con el método SERVQUAL no puede ser empleado para nuestra investigación en su totalidad, ya que la necesidad de este estudio se basa en saber cuales son los fallos detectables por los participantes, no por el público y cual es su satisfacción respecto a la organización a demás de su experiencia y sentimientos intangibles, y por otro lado no se centra en aspectos meramente organizativos.

Aunque una vez centrados en el objeto de estudio veremos que es importante valorar aspectos intangibles como la experiencia, nuestra investigación se basa en averiguar la satisfacción respecto a la organización y saber así a que debe y a que no y que puntos debe mejorar un evento en concreto.

5. CASO PRÁCTICO: XV EDICIÓN TORNEO ASISA REINO DE LEÓN

5.1 TORNEO ASISA REINO DE LEÓN

Para comenzar a tratar la investigación primero tenemos que conocer qué es el evento cuales y cuales son sus características principales para poder así valorarlo en cuanto a aspectos organizativos.

El Torneo Asisa Reino de León nace en el año 2002 con otro nombre y con otra entidad que lo organiza.

La primera edición se llama Torneo Ciudad de León, la iniciativa nace dentro de la fundación del club de fútbol del equipo titular de la ciudad de León, La Cultural y Deportiva Leonesa. Con el fin de integrar a las canteras en actividades del club el presidente de la fundación decide hacer un evento que congregate a varios equipos de categoría infantil y así motivar a los más pequeños a competir con otros equipos más preparados.

Además de ser esta la razón principal, el evento se organiza para dar a conocer las actividades del club deportivo y además realizar una actividad que fomente las visitas a la ciudad del León para asistir a un evento deportivo de alta categoría.

El torneo se organiza entonces como proyecto piloto y con dos miembros de la fundación que no conocen la metodología que se debe emplear a la hora de organizar un evento pero tienen los suficientes conocimientos de fútbol para realizar un evento de esta categoría. Sin embargo, gracias a su cartera de contactos se consigue que el torneo salga adelante con 8 equipos de fútbol de categoría infantil (incluyendo al equipo local) con prestigio nacional. Los equipos ese año 2002 fueron los siguientes:

1. Cultural y Deportiva Leonesa.
2. Atlético de Madrid
3. Sporting de Gijón
4. Racing de Santander
5. U.D Salamanca
6. Selección de Palencia
7. Real Valladolid
8. Real Madrid

La metodología a seguir era bastante clara, debían conseguir un recinto deportivo en el que se pudiese atender a 8 equipos. Las instalaciones elegidas fueron el Area deportiva de Puente Castro. A pesar de no estar situada en una zona céntrica de León y tener unos accesos complicados eran las instalaciones más completas para realizar un evento que necesitaba dos campos de fútbol para poder realizar los cruces entre los partidos de los equipos, 8 vestuarios completamente equipados para los equipos y una zona de gradas amplia y cómoda para que los asistentes pudiesen ver los partidos sin necesidad de irse por estar incómodos.

Esta primera edición tuvo un éxito que los organizadores no llegaron a esperarse llegando a contabilizar más de 3.000 visitantes y casi 2.500 personas viendo la final (Fuente: Organización) una de las razones puede ser que la final fuese disputada por el equipo local razón por la cual muchos leoneses se desplazaron para ver una final de un equipo Leonés contra el mismo Real Madrid.

Es por esa razón, el éxito de la primera edición, que el proyecto pasa de ser piloto a ser un evento que se consolidaría año tras año.

En el año 2003 los mismos organizadores con la plantilla de la edición anterior comienzan la organización del evento con una nueva premisa: Hacer del evento un Torneo Internacional, para ello necesitan que uno de los equipos sea extranjero.

Ese año el equipo internacional del evento es el Oporto F.C, el equipo titular había conseguido una buena clasificación en la Champions League y por lo tanto la expectación por ver a su cantera por los aficionados del fútbol estaba asegurada. Una vez más cuentan con 8 equipos, y alguno de ellos repetía de la edición anterior:

1. Real Madrid
2. Atlético de Madrid
3. Racing de Santander
4. Real Oviedo
5. Celta de Vigo
6. Oporto
7. Deportivo Alavés
8. Cultural y Deportiva Leonesa.

Se calculó que esta edición tuvo un total de 10.000 visitantes, superando fuertemente a la anterior edición.

La tercera edición se plantea con la necesidad de enfrentar a dos canteras conocidas internacionalmente y que son los clubs de fútbol que más aficionados mueven en todo el mundo: El Real Madrid y El Fútbol club Barcelona. Tras hacer varios viajes a la ciudad condal el equipo de organizadores consigue que el Barça acuda al torneo. De forma que los equipos quedaron así:

1. Real Madrid
2. F.C Barcelona
3. Atlético de Bilbao
4. Oporto
5. Celta de Vigo
6. S.D Amistad
7. Club deportivo Ponferradina
8. Cultural y Deportiva Leonesa

El objetivo de los organizadores se cumplió a ser la primera edición que enfrentaba a sus canteras más conocidas protagonizando un “Clásico” Madrid – Barça terminando proclamándose ganador el equipo del Real Madrid. La organización estima que aproximadamente 15.000 personas se congregaron en las gradas para ver la final.

Las siguientes ediciones siguieron una mecánica similar, ampliando la visita de equipos extranjeros, recibiendo entre otros al Schalke 04, Paris Saint Germain, Benfica, Sporting de Lisboa, Juventus de Turín.

En el año 2007 se lleva a cabo la VI Edición y se produce el primer hecho que hace que el evento se conozca a nivel internacional: La selección de Camerún es uno de los equipos que acude al evento. En ese momento el jugador del equipo titular del Barça, Eto'o, es uno de los jugadores más conocidos a nivel internacional por su espléndida trayectoria. Además este jugador es conocido por crear fundaciones entorno al deporte en su país natal: Camerún, y ser una lanzadera y un punto de apoyo para que los jóvenes con talento del país sean conocidos a nivel internacional. Es por eso que acude a la VI Edición del Torneo Ciudad de León. Medios nacionales e internacionales cubrieron la noticia, consiguiendo que el evento apareciese en los

titulares de la sección deportiva de los informativos nacionales con más audiencia. Por esta razón se exige a los organizadores que se lleve a cabo un acto para proporcionarle un recibimiento de las autoridades de la ciudad.

Además de esto por primera vez el torneo es retransmitido por una televisión nacional en directo al haberse convertido en uno de los eventos de referencia en la categoría infantil del fútbol a nivel nacional.

El evento ha conseguido entonces ser reconocido a nivel nacional y recibir a las canteras más prestigiosas de el mundo.





| FÚTBOL | TORNEO INTERNACIONAL INFANTIL CIUDAD DE LEÓN |

Eto'o apadrina a Camerún

El delantero del Barça estará el jueves y el viernes en León para presenciar varios partidos de un torneo que se ha convertido en referencia nacional y que este año emitirá La Sexta

ÁNGEL FRAGUAS - LEÓN
19/06/2007

Compartir:   

 Me gusta 0  Insertar  Enviar  Valorar

     0

Samuel Eto'o estará el jueves y el viernes en León para apadrinar a la selección de Camerún, que participará en la sexta edición del Torneo Internacional Infantil Ciudad de León, que se disputará a partir del próximo jueves, día 21 de junio, y que se prolongará hasta el día 24 de junio, en el Área Deportiva de Puente Castro. La presencia de Eto'o será un acicate más para acudir a presenciar un torneo que con el paso de las ediciones se ha convertido en una referencia a nivel nacional en competiciones dedicadas al fútbol de cantera. El goleador azulgrana llegará a León el jueves y probablemente se desplazará de inmediato a las instalaciones deportivas en las que se celebra el prestigioso torneo. Samuel Eto'o acudirá en un principio a presenciar los encuentros que se disputen en la mañana del viernes en los que compiten tanto la selección de Camerún como el Barcelona. A partir de las 11.00 horas del viernes 22 de junio se enfrentarán la selección de Camerún y el Schalke' 04, mientras que a las 12.45 horas se medirán los equipos del Barcelona y del París Saint Germain, en el campo número uno del Área Deportiva de Puente Castro. El astro camerunés animará desde la grada a los chavales de los diferentes equipos contendientes en el torneo y sobre todo a los equipos que defienden los colores de Camerún y del FC Barcelona. Samuel Eto'o también protagonizará otros actos durante su estancia en León. El Torneo Internacional Infantil abrirá la competición el jueves a partir de las 20.00 horas en el Área Deportiva de Puente Castro, con el choque que disputarán el equipo anfitrión, la Cultural, ante Camerún.

TELEVISIÓN

EL DIARIO
MONTAÑES

TELEVISIÓN

La Sexta emite desde hoy el VI Torneo de Fútbol Infantil Internacional de León

El programa de Cuatro, 'Callejeros', recorre el sevillano barrio de Triana

EFE/MADRID



La Sexta tiene como objetivo -así lo han explicado sus directivos- ser la cadena de los deportes en abierto y poco a poco lo está consiguiendo.

Dentro de este espíritu, La Sexta emite desde hoy

y hasta el domingo 24 de junio, el VI Torneo de

Fútbol Infantil Internacional Ciudad de León, en el que los protagonistas son los jóvenes jugadores de los mejores equipos y selecciones internacionales.

La cadena emitirá 7 duelos de este torneo de manera íntegra y en directo y son ocho los equipos que jugarán por hacerse con el título: Real Madrid, F.C. Barcelona, Schalke 04, Camerún, Cultural Leonesa, París Saint Germain, Villarreal y Real Betis Balompié. La sexta edición de este torneo infantil contará con Antonio Esteve como narrador y con Antonio Maceda y Frédéric Hemel en los comentarios, mientras que Susana Guash también acudirá a cubrir este torneo y se situará a pie de campo con los jóvenes jugadores. La gran final se emitirá el próximo domingo, 24 de junio, a las 16,30 horas y contará con el trío que suele retransmitir los encuentros de liga: Andrés Montes, Julio Salinas y Francisco Narváez 'Kiko'.

 Imprimir  Enviar

Publicidad

En el año 2011 cuando se lleva a cabo la X Edición la organización se enfrenta a un problema por el bajo presupuesto que tiene en este momento la Cultural y Deportiva Leonesa. Por esa razón los organizadores deciden cambiar la titularidad del Club organizativo que pasa a ser el Club Deportivo Industrias Químicas, encargado de organizar una liga inter-empresas de 9 meses de duración desde el año 1991 y cuyos fundadores son los mismos que los organizadores del evento. Por razones del cambio de titularidad del evento debe cambiarse el nombre el evento pasa a llamarse Torneo Reino de León. Sin embargo este año el evento consigue su primer gran patrocinador: Disney XD, se convierte en el sponsor y patrocinador del torneo ofreciendo no sólo hacerse cargo de las equipaciones del equipo local, si no a hacer programas especiales durante el evento y además emitir algunos partidos. Y por primera vez cuenta con ASISA como patrocinador. Ese mismo año, la Sexta vuelve a emitir en directo diferentes encuentros.

FÚTBOL ■

La selección de León ya tiene uniforme

El combinado leonés presenta la equipación que lucirá en el torneo internacional Reino de León en el que participarán FC Barcelona, Real Madrid, Atlético de Madrid, Milán y Oporto

leonoticias.com

31/05/2011 (12:28 horas)



Vote ★★★★★

Resultado

★★★★★

(9 votos)



La selección de León presentó el uniforme que utilizará en la X edición del Torneo Reino de León de fútbol infantil. El centro comercial León Plaza fue, una vez más, el lugar elegido para la presentación de los 18 componentes de la selección que ya han iniciado los entrenamientos de cara al torneo que se celebrará en el área deportiva de Puente Castro los días 18 y 19 de junio.

Los equipos que acompañarán a la selección de León será el FC Barcelona, Real Madrid, Atlético de Madrid, como representantes nacionales mientras que a nivel internacional participarán el Milán y el Oporto.

Marca TV será la televisión oficial del torneo e incluirá en su programación durante los días de celebración del torneo la retransmisión de seis encuentros a nivel nacional. El torneo, al igual que la selección de León, contará con el patrocinio de Asisa y de Disney XD, un canal de televisión temático para niños y adolescentes.

A nivel organizativo se cambia el número de equipos que pasa de 8 a 6 para reducir las horas y los días del evento, que pasa de celebrarse de Jueves a Domingo a únicamente de Viernes a Domingo.

La XII Edición empieza a notar los efectos de la crisis en España y el evento a pesar a contar con grandes canteras y ser ya un evento posicionado de forma internacional empieza a perder sus grandes apoyos. La Sexta deja la retransmisión del Torneo y los pequeños patrocinadores empiezan a desaparecer, sin embargo consigue que sea retransmitido por un canal de la TDT, MARCA TV que se encarga de la presentación oficial en Madrid y ASISA se convierte en patrocinador oficial, por lo que el torneo comienza a llamarse Torneo Internacional ASISA Reino de León. Errea, una marca deportiva que empieza a posicionarse en España se convierte en el segundo patrocinador con más fuerza dentro del evento.

El organizador del torneo, Pedro García del Club Deportivo Industrias Químicas, afirmó: "Intentamos mantener el nivel pese a todos los problemas económicos que hay ahora mismo y hemos conseguido seguir teniendo aquí uno de los mejores torneos infantiles de España. La colaboración de Asisa, el Ayuntamiento de León, Errea y Marca TV hacen posible que el torneo siga siendo fuerte".

La XV Edición que es en la que se centra la investigación es una de las ediciones con menos fuerza, aunque sigue existiendo prensa se tratan de medios locales y la organización no consiguió que ningún canal que retransmitiese ningún partido en directo. Además pierde uno de los principales equipos de reclamo y es que el Fútbol Club Barcelona. Sin embargo, a pesar de todo ello Marca Tv vuelve a encargarse de la presentación a los medios y el evento tiene como padrino al seleccionador nacional Vicente del Bosque.

Los equipos que asisten a esta última edición son los siguientes:

1. Selección del León
2. Real Madrid
3. Manchester City
4. Sporting de Gijón
5. Atlético de Madrid
6. Yokohama F. Marinos

Una vez conocida la historia del evento y como ha cambiado a lo largo de los años, debemos hacer hincapié en la organización que se llevó a cabo.

5.2 ESQUEMA DE LA ORGANIZACIÓN

Lo primero que debemos tener en cuenta al tratar este punto es que la organización no se ha llevado a cabo por profesionales del sector, si no que poco a poco y gracias a la experiencia, los dos organizadores fueron aprendiendo y con una técnica que podría llamarse Ensayo – Error fueron mejorando los aspectos organizativos.

Es por eso que este apartado no se basa en lo que debería ser correcto fundamentado con autores, si no que habla de el esquema organizativo que los propios organizadores llevaron a cabo. No podría ser analizado de otra manera, ya que la investigación se basa en la organización llevada a cabo, no en la que debería ser correcta.

Para analizar la organización vamos a centrarnos en los mismos puntos en los que veremos que está centrado el formulario de satisfacción.

1. Pre-Evento
2. Viaje y Hotel
3. Redes Sociales
4. El Evento

5.2.1 PRE – EVENTO.

Un evento de esta categoría debe ser informado al menos con 5 meses de antelación. Se tratan de canteras de equipos internacionales que acuden a una media de 5 torneos al año, por eso toda la información con las fechas, traslados, duración y al aproximarse la fecha cuales son los equipos que participan y cual es el grupo al que se enfrentarán en los partidos.

La información en este caso es enviada con 3 meses de antelación mediante correo electrónico. Son equipos que ya han asistido en algún momento al Torneo y conocen bien tanto la organización como a los organizadores por lo que en la mayoría de los casos tanto la confirmación como la información se trasmite boca a boca sin ningún tipo de documentación de carácter oficial para la confirmación de asistencia o con un dossier explicativo de los puntos clave del evento.

Es por eso que no existe constancia de ninguna documentación que podamos aportar a la investigación en este aspecto.

5.2.2 VIAJE Y HOTEL.

Lo primero que se debe tener en cuenta es que es la propia organización es la que asume los gastos tanto del traslado como de los hoteles donde se alojan los jugadores y el cuerpo técnico durante los días del evento. Por lo que aunque sea preferible para deportistas que los tiempos de los traslados se reduzcan lo máximo posible, el presupuesto no permite acelerar los viajes utilizando transportes como el avión o el tren ya que aumentaría en exceso los costes. En este caso sólo los equipos extranjeros pudieron disfrutar de el viaje en avión también es cierto que desde Japón es inviable otro tipo de traslado.

Para los equipos nacionales se contrata un autobús desde su ciudad de origen a la ciudad, y es ese mismo autobús el que se encarga de los traslados desde el hotel a las instalaciones en las que se lleva a cabo el evento. Los equipos extranjeros se trasladan en avión desde su país hasta Madrid, una vez en España al igual que el resto de los equipos un autobús les traslada de Madrid al León junto con un delegado de la organización que es el responsable de localizarles en el aeropuerto y acompañarles en el viaje.

Otro punto que se debe tener en cuenta en los traslados es durante la celebración del evento. Los equipos están en las instalaciones al menos una hora antes del comienzo de los partidos y en otras ocasiones aunque no disputen partidos quieren ver los partidos de sus rivales. En este caso, esta petición es comunicada a su delegado correspondiente y es este el que se encarga de que se cumpla la petición.

Los hoteles deben cumplir unas características óptimas.

1. Buena ubicación
2. Ser de una categoría superior a 3 estrellas
3. Menús adaptables a dietas de deportistas
4. Capacidad para tener a un mismo equipo en una misma planta.

Si el hotel no cumple estos requisitos no es válido ya que supondría una queja por parte de los equipos.

5.2.3 REDES SOCIALES.

Como hablábamos en el punto referido a las tendencias actuales en los eventos deportivos, en la actualidad es necesario que existan medios de difusión y retransmisión durante el evento.

La organización cuenta con una sola plataforma de difusión: Twitter.

En anteriores ediciones esta cuenta @torneoreinoleon retransmitía al instante todos los partidos con una precisión exacta. Sin embargo en esta edición, la organización no ha contado con suficiente personal para llevar a cabo la retransmisión así que se limitó a informar de hechos puntuales.

5.2.4 EL EVENTO.

El esquema de puntos que tuvo en cuenta la organización fue la siguiente.

1. Horario detallado de los partidos
2. Asignación de vestuarios en las instalaciones.
3. Mantenimiento óptimo de las instalaciones y el terreno de juego
4. Asignación de un delegado por equipo. Este les acompañaría en todo momento durante su estancia asegurándose de su comodidad y con la capacidad suficiente para solucionar cualquier problema.
5. Organización fácilmente identificable: Todos los miembros de la organización deben estar igual vestidos de forma que cualquier equipo pueda recurrir a ellos sin dudar su pertenencia o no a la misma.
6. Protocolo
 - 6.1 Banderas: En la entrega de trofeos deben estar todas las banderas correctamente colocadas de los equipos participantes. Sin embargo la organización se encontró un problema al no tener la bandera correspondiente al Manchester City, por lo que se decidió que no se colocarían.
 - 6.2 Himnos: Antes de cada partido, según (...) debe reproducirse el himno de los equipos que van a disputar el enfrentamiento.

6. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN.

Como decíamos al principio de la investigación, este formulario no trata de valorar ningún aspecto que no sea meramente organizativo. Sin embargo se nos planteaba otra cuestión que debíamos resolver. ¿Tiene que ver la satisfacción respecto a la organización con los sentimientos intangibles generados durante el evento referidos a la experiencia? Ese es el punto final de la investigación y es por eso que al final del formulario entregado hay un apartado referido a ella.

Se adjunta ejemplos de formularios contestados (Anexo 1)

6.1 METODOLOGÍA DE ENTREGA.

Considerando que la investigación tenía la suficiente importancia y que en muchas ocasiones los participantes no quieren perder su tiempo contestando a cuestionarios de este tipo debíamos pensar en un protocolo de actuación que cumpliera dos objetivos.

1. Dar importancia al cuestionario
2. Explicar en qué consiste para que no existiese ningún tipo de duda.

Al ser una cantidad numerosa de participantes con horarios diferentes, juntarlos a todo era inviable por lo que se solicitó que un encargado del cuerpo técnico y un jugador se reuniesen con la encargada de la investigación y les explicase en qué consistían.

Los formularios fueron entregados al inicio del evento y se explicó que debían ser contestados en el final de el mismo para poder valorar así la experiencia completa.

Se adjunta anexo (Video entrega de cuestionarios de satisfacción en CD).

6.1.1 DIFERENTES ENCUESTAS.

La investigación se centra en valorar los aspectos organizativos de dos grupos muy diferenciados: Cuerpo Técnico y Jugadores.

Estamos ante dos muestras muy diferenciadas, que no participan de la misma manera en el evento. Por eso los formularios de satisfacción no son iguales para ambos grupos.

Otra de las cuestiones que debían valorarse es que dos de los equipos no hablaban español, por lo que tuvieron que crearse cuestionarios en inglés.

6.2 ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN: CUERPO TÉCNICO.

A continuación vamos a desglosar una por una las preguntas y analizar por qué es importante para la valoración.

PRE – EVENTO

Las preguntas formuladas a continuación son importantes para saber si la organización del evento cumplió unos requisitos mínimos a la hora de invitar a los participante y si se les proporcionó toda la información necesaria. Además se incluyen otras para saber cual era la predisposición de los participantes antes del evento respecto a él.

1. ¿Conocía la existencia del evento antes de ser invitado? (Si o no)

Nos valdrá para conocer el conocimiento respecto a el.

2. ¿Fue invitado con suficiente antelación al torneo?

Si no fue así estaríamos incurriendo en un error grave respecto a la organización

3. ¿Se le facilitó toda la información necesaria (hoteles, traslados, calendarios...) con la suficiente antelación?

Todos los participantes a un evento deben saber a que se enfrentan con antelación suficiente para planificar su estancia.

4. En caso de que no fuese usted quien tomó la decisión de asistir al torneo ¿Estaba de acuerdo con participar?

Si la decisión fue suya o no, implica que estarán contentos y su actitud respecto a la organización será mejor.

ESTANCIA Y TRASLADOS

Este tipo de preguntas están destinadas a conocer cual es el grado de satisfacción con los traslados y la estancia durante el evento. Además se trata de deportistas en un nivel alto de competición por lo que su dieta debe cumplir unos requisitos especiales, en caso de que la organización no se encargase de que las dietas fueran correctas estarían incurriendo en un error grave para eventos de esta categoría.

1. ¿El traslado de su ciudad a León fue satisfactorio? Valore de 0 a 10
2. ¿El Hotel donde fue alojado se encontraba a la altura de sus expectativas? Valore de 0 a 10
3. El traslado del hotel en el que se alojaban desde el hotel a los partidos y/o entrenamientos ¿fue con el tiempo deseado? Valore de 0 a 10
4. La habitación en la que ha sido alojado ¿Ha tenido los niveles óptimos de limpieza, higiene y servicios? Valore de 0 a 10
5. En caso de haber necesitado un cambio en el menú y habérselo notificado con SUFICIENTE ANTELACIÓN a la organización del evento ¿Fue resuelto su problema?

6. Los menús de las comidas ¿Se han adaptado a la dieta para deportistas en competición?
Valore de 0 a 10

MEDIOS Y REDES SOCIALES

Como hablábamos anteriormente las Redes Sociales son un instrumento imprescindible en los eventos 2.0, permiten la interacción tanto de el público como de los participantes por lo que deben ser valoradas por ellos.

1. ¿Conoce las Redes Sociales de la XV edición del Torneo Asisa Reino de León? (Si o no)
2. En caso afirmativo ¿Considera que han sido un buen soporte de difusión y retransmisión del evento? Valore de 0 a 10

EL EVENTO

Entramos en el aspecto más importante de la investigación. Estas preguntas nos llevarán a saber con más profundidad si durante el evento la organización llevada a cabo fue la correcta o no, si todos los miembros de la organización proporcionaron un trato correcto a los participantes y si en caso de haber aparecido algún problema durante el desarrollo del mismo fue resultado de forma positiva. Pero también si existió algún problema que les dificultó la practica deportiva ya fuese por las instalaciones o por las características del terreno de juego.

1. ¿Se han cumplido los horarios que se les facilitó al inicio de la investigación? Valore de 0 a 10
2. ¿Se le ha facilitado todo el material que ha necesitado para los entrenamientos o partidos? Valore de 0 a 10
3. ¿El terreno de juego y las instalaciones han estado a la altura de sus expectativas? Valore de 0 a 10
4. En caso de haber necesitado resolver algún asunto con la organización ¿Esta le ha ayudado de forma positiva? Valore de 0 a 10
5. ¿Ha podido identificar a todos los miembros de la organización sin dificultad? Valore de 0 a 10
6. ¿Ha considerado que ha recibido el mismo trato de la organización que el resto de los equipos? Valore de 0 a 10
7. ¿Su delegado le ha proporcionado toda la ayuda y asistencia que ha necesitado? Valore de 0 a 10
8. ¿Su delegado personal ha actuado siempre de forma correcta y responsable con usted y con el equipo? Valore de 0 a 10

9. ¿El responsable del evento y la organización ha sido una persona cercana a la que poder recurrir en caso de necesidad? Valore de 0 a 10
10. En la reproducción de himnos ¿Ha considerado correcta la misma? Valore de 0 a 10

EXPERIENCIA

Este apartado trata de valorar los sentimientos intangibles de los participantes respecto al evento. Como decíamos al inicio de la investigación los eventos deben crear experiencias para los participantes como premisa clave para poder valorar su satisfacción.

En el caso de los miembros de equipos con un idioma diferente era importante hacerles una pregunta acerca de esta dificultad para valorar si ha sido una barrera para ellos o la organización supo subsanarla de forma correcta.

1. ¿Ha cumplido sus expectativas? Valore de 0 a 10
2. ¿Experiencia o trabajo?
3. Como EVENTO DEPORTIVO ¿Ha sido satisfactorio? Valore de 0 a 10
4. Como EXPERIENCIA ¿Ha sido satisfactoria? Valore de 0 a 10
5. ¿Volvería a repetir la asistencia al EVENTO: TORNEO ASISA REINO DE LEÓN?
6. ¿Volvería a repetir la experiencia?

QUEJAS O SUGERENCIAS DE CARÁCTER PERSONAL

La última parte del cuestionario se pensó para que los participantes mostrasen su opinión sobre todo lo que el formulario no les preguntaba y también poder hacer énfasis en las preguntas del formulario que deseaban explicar o dar importancia.

6.3 ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN: JUGADORES

Que los formularios fuesen iguales entre el cuerpo técnico de los equipos y los jugadores era inviable por varios motivos.

1. La perspectiva de la organización es muy diferente por razones tan simples como la edad y la experiencia. Un profesional de el deporte conoce más en profundidad los eventos deportivos desde la base y le da mucha más importancia al factor humano (Quién está detrás de la organización y si la está realizando de manera profesional)
2. Las necesidades de los jugadores no son las mismas que las de el cuerpo técnico: Los jugadores no dejan de ser adolescentes de 14 años que necesitan un nivel más alto de motivación.

3. Los jugadores tienen una media de edad de 14 años, mientras que el cuerpo técnico tiene una media de edad de 35 años, su opinión no es más importante, pero sí más objetiva. Para los jugadores, malos resultados en sus partidos o en la clasificación puede implicar un descontento generalizado que afecte a la encuesta de satisfacción sin tener que estar relacionado con ella.

A continuación como en el caso anterior vamos a ver cuáles fueron las preguntas que se les hicieron a los jugadores analizando las que son diferentes de las de el cuerpo técnico.

PRE-EVENTO.

1. ¿Conocía la existencia del evento antes de ser invitado? (Si o no)
2. ¿Asiste a Torneo por iniciativa propia o por decisión del club?

El nivel de motivación para un adolescente no es el mismo si asiste a una actividad por obligación o por decisión propia. Si la motivación es alta y nivel de satisfacción va a ser más objetivo que si no lo es.

3. En caso de no ser una decisión suya ¿Hubiese asistido?

En esta pregunta como en la anterior se trata de valorar cuál es el nivel de motivación de el participante.

ESTANCIA Y TRASLADOS

1. ¿El traslado de su ciudad a León fue satisfactorio? Valore de 0 a 10
2. ¿El hotel donde fue alojado se encontraba a la altura de sus expectativas? Valore de 0 a 10
3. ¿Hubiese preferido otra localización en la ciudad? Valore de 0 a 10
4. ¿El número de compañeros de habitación fue el deseado? Valore de 0 a 10

El cuerpo técnico se alojaba en habitaciones individuales, mientras que los jugadores compartían habitación, esta pregunta sirve para valorar la comodidad que tuvieron durante la estancia en el hotel.

5. El traslado del hotel en el que se alojaban a los partidos y/o entrenamientos ¿Fue con el tiempo deseado? Valore de 0 a 10

¿Hubiese preferido más tiempo? (si o no)

¿Hubiese preferido menos? (si o no)

6. La habitación en la que ha sido alojado ¿Ha tenido unos niveles óptimos de limpieza, higiene y servicios? Valore de 0 a 10
7. Los menús de las comidas ¿Se han adecuados a la dieta para deportistas en competición? Valore de 0 a 10

MEDIOS Y REDES SOCIALES.

1. ¿Conoce las Redes Sociales de la XV edición del Torneo Asisa Reino de León? (si o no)
2. En caso afirmativo ¿Considera que han sido un buen soporte de difusión y retransmisión del evento? Valore de 0 a 10

EL EVENTO.

1. ¿El terreno de juego y las instalaciones han estado a la altura de sus expectativas? Valore de 0 a 10.
2. En caso de haber necesitado resolver algún asunto con la organización ¿Esta le ha ayudado de forma positiva? Valore de 0 a 10
3. ¿Ha podido identificar a todos los miembros de la organización sin dificultad? Valore de 0 a 10
4. ¿Ha considerado que ha recibido el mismo trato de la organización que el resto de los equipos? Valore de 0 a 10
5. ¿Su delegado le ha proporcionado toda la ayuda y asistencia que a necesitado? Valore de 0 a 10
6. ¿Su delegado personal ha actuado siempre de forma correcta y responsable con usted y con el equipo? Valore de 0 a 10
7. En la reproducción de los himnos ¿Ha considerado correcta la misma? Valore de 0 a 10
8. ¿Hubiese deseado poder hacer otras actividades de ocio fuera de las horas del Torneo organizadas por los organizadores del evento? Valore de 0 a 10

Esta pregunta era necesaria para averiguar si la organización debería plantearse ampliar las actividades. Se trata de un evento de una duración de 3 días destinados únicamente al fútbol. Aunque se trate de deportistas en alta competición que debe estar concentrada para los enfrentamientos, puede que existan en los jugadores otras necesidades que no son cubiertas por la organización, por ejemplo poder disfrutar de tiempo de ocio planificado.

9. ¿Se ha facilitado la interacción entre el resto de jugadores de otros club deportivos? Valore de 0 a 10

Los grandes equipos participantes: Real Madrid, Manchester City o Atlético de Madrid acuden a una media de 6 eventos de este tipo en un mismo año. Sin embargo el Sporting de Gijón acude a 2 y Yokohama F. Marinos y la Selección de León es el único evento en el que participan durante todo el año. Según Antonio Wanceulen Ferrer (13) la interacción de los jóvenes futbolistas en alto rendimiento y en competición es necesaria para conocer experiencias ajenas a las suyas y formarse como futbolistas en el futuro. Para los equipos grandes no es absolutamente necesario porque ya existe una convivencia en toda la temporada, sin embargo para los equipos pequeños es una buena forma método de aprendizaje y motivación.

10. ¿Considera que la organización y el evento están a la altura de clubs de fútbol internacional? Valore de 0 a 10

EXPERIENCIA

1. ¿Ha cumplido sus expectativas? Valore de 0 a 10
2. ¿Experiencia o un torneo más?

Al igual que el cuerpo técnico para la mayoría de los participantes este evento ha formado parte de su rutina en la temporada de fútbol, pero si ha conseguido satisfacer varios puntos clave pueda conseguir una diferenciación muy clara respecto a otros eventos de estas características.

3. Como EVENTO DEPORTIVO ¿ha sido satisfactorio? Valore de 0 a 10
4. Como EXPERIENCIA PERSONAL ¿ha sido satisfactoria? Valore de 0 a 10
5. ¿Volvería a repetir la asistencia al EVENTO: TORNEO ASISA REINO DE LEÓN)
6. ¿Volvería a repetir la EXPERIENCIA?

7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

A continuación vamos a conocer los resultados de la encuesta separando las dos muestras:

1. Cuerpo técnico
2. Jugadores

Y por último vamos a valorarlas de forma conjunta para saber si son niveles de satisfacción relacionados entre si.

7.1 METODOLOGÍA DE ANALISIS.

El tamaño total de la muestra es el siguiente:

1. Cuerpo técnico: 21
2. Jugadores: 105

Para saber los datos y valorar los resultados se procede a realizar una media aritmética entre todos los valores contestados en la encuesta siendo 0 el valor más negativo y 10 el más positivo.

7.1.1 CASOS ESPECIALES.

El equipo en su totalidad (Cuerpo técnico y jugadores) de la Selección de León no ha contestado a todas las preguntas debido a que fue el equipo local, por lo tanto no tuvo que realizar ningún traslado ni se alojó en ningún hotel.

El equipo Real Madrid, pese a la insistencia de la organización no quiso contestar a los cuestionarios, es por el eso que no se puede valorar la satisfacción percibida y el tamaño de la muestra es más bajo que el de los participantes.

7.2 Valoración la muestra: CUERPO TÉCNICO.

PRE – EVENTO.

1. ¿Conocía la existencia del evento antes de ser invitado?

El 100 % de los encuestados contestaron: SI

2. ¿Fue invitado con suficiente antelación al torneo?

Puntuación: 9

3. ¿Se le facilitó toda la información necesaria (hoteles, traslados, calendarios...) con la suficiente antelación?

Puntuación: 7

4. En caso de que no fuese usted quien tomó la decisión de asistir al torneo ¿Estaba de acuerdo con participar?

El 70 % contestó SI, mientras que un 30 % contestó NO.

Tomando las puntuaciones y dándole un valor numérico de 10 a las respuestas SI, y un valor numérico de 0 a las respuestas NO. **La puntuación media de este apartado es 8.**

Aunque es una puntuación alta, debemos de tener en cuenta que la pregunta acerca si la información necesaria fue enviada con antelación tiene una puntuación de 7 cuando esta respuesta debería tener una puntuación más alta debido a la importancia que tiene en la organización de eventos los tiempos.

ESTANCIA Y TRASLADOS.

1. ¿El traslado de su ciudad a León fue satisfactorio?

Puntuación: 6

2. ¿El Hotel donde fue alojado se encontraba a la altura de sus expectativas?

Puntuación: 9

3. El traslado del hotel en el que se alojaban desde el hotel a los partidos y/o entrenamientos ¿fue con el tiempo deseado?

Puntuación: 7

4. La habitación en la que ha sido alojado ¿Ha tenido los niveles óptimos de limpieza, higiene y servicios?

Puntuación: 8

5. En caso de haber necesitado un cambio en el menú y habérselo notificado con SUFICIENTE ANTELACIÓN a la organización del evento ¿Fue resuelto su problema?

Puntuación: 10

6. Los menús de las comidas ¿Se han adaptado a la dieta para deportistas en competición?

Puntuación: 6

La puntuación de este apartado es 8. Dos casos aislados tienen una puntuación más baja, sobre los traslados la mayoría de los equipos preferían haberse desplazado en tren o avión medios mucho más rápidos y más cómodos, sin embargo no es algo que la organización deba considerar mejorar con mayor rapidez.

MEDIOS Y REDES SOCIALES.

1. ¿Conoce las Redes Sociales de la XV edición del Torneo Asisa Reino de León? (Si o no)

43% contestó SI, el 57 % contestó NO

2. En caso afirmativo ¿Considera que han sido un buen soporte de difusión y retransmisión del evento?

Puntuación: 6

La puntuación de este apartado es 5. Si tenemos en cuenta la importancia de las Redes Sociales, es una puntuación muy baja, lo que nos lleva a decir que no han sido eficaces y su gestión ha sido deficiente. Un punto que la organización debería tener en cuenta para futuras ediciones o decidir suprimirlas en caso de que no puedan encargarse de ellas correctamente, siempre es mejor que no tengan presencia a que esta sea mala.

EL EVENTO.

1. ¿Se han cumplido los horarios que se les facilitó al inicio de la investigación?

Puntuación: 8

2. ¿Se le ha facilitado todo el material que ha necesitado para los entrenamientos o partidos?

Puntuación: 6

3. ¿El terreno de juego y las instalaciones han estado a la altura de sus expectativas?

Puntuación: 3

4. En caso de haber necesitado resolver algún asunto con la organización ¿Esta le ha ayudado de forma positiva?

Puntuación: 8

5. ¿Ha podido identificar a todos los miembros de la organización sin dificultad? Valore de 0 a 10

Puntuación: 9

6. ¿Ha considerado que ha recibido el mismo trato de la organización que el resto de los equipos?

Puntuación: 7

7. ¿Su delegado le ha proporcionado toda la ayuda y asistencia que ha necesitado?

Puntuación: 8

8. ¿Su delegado personal ha actuado siempre de forma correcta y responsable con usted y con el equipo?

Puntuación: 8

9. ¿El responsable del evento y la organización ha sido una persona cercana a la que poder recurrir en caso de necesidad?

Puntuación: 8

10. En la reproducción de himnos ¿Ha considerado correcta la misma? Valore de 0 a 10

Puntuación: 5

Puntuación total: 7. No podemos olvidar que esta investigación intenta valorar si la organización del evento ha sido correcta o no, sin embargo tampoco podemos dejar pasar el tipo de evento que estamos analizando. Se trata de un torneo de carácter deportivo a nivel INTERNACIONAL. Aunque la organización no este compuesta por un grupo de trabajo especializado en el sector debe saber que se enfrenta a un evento de alta categoría, y un resultado de 7 en la organización es positivo pero no suficiente. La razón principal que hace que este apartado tenga una puntuación tan baja es la pregunta referida a las instalaciones y el terreno de juego, esta pregunta tiene una puntuación tan baja porque el césped del campo no estaba en unas cualidades optimas para disputar ningún partido de futbol, aunque una de las razones de su mal estado fueron problemas meteorológicos la semana anterior a la celebración de el evento, la organización debía haber previsto una solución a este problema.

Por otro lado, aunque se le facilitó a la organización el protocolo a seguir en la reproducción de los himnos en eventos deportivos siguiendo el Manual Práctico para Organización de Eventos de Carlos Fuente Lafuente (12), el encargado de su reproducción no siguió ninguno de los pasos, por lo que finalmente fueron reproducidos aleatoriamente y no llegaron a ser reproducidos en su totalidad en ninguna de las ocasiones.

No podemos decir que el resultado de este apartado, el más importante, haya sido muy positivo. Aunque la percepción de estos participantes hacia la organización como factor humano sea positiva, hay aspectos clave en la organización de eventos de este tipo que es muy negativa y que podría costarle a la organización la asistencia de los equipos las siguientes ediciones.

EXPERIENCIA.

1. ¿Ha cumplido sus expectativas?

Puntuación: 6

2. ¿Experiencia o trabajo?

El 95% contestó TRABAJO, sólo un 5% contestó EXPERIENCIA

3. Como EVENTO DEPORTIVO ¿Ha sido satisfactorio?

Puntuación: 8

4. Como EXPERIENCIA ¿Ha sido satisfactoria?

Puntuación: 8

5. ¿Volvería a repetir la asistencia al EVENTO: TORNEO ASISA REINO DE LEÓN?

El 76 % contestó SI el 24 % contestó NO

6. ¿Volvería a repetir la experiencia?

El 60 % contestó SI el 40 % contestó NO

Puntuación total: 8. El resultado es positivo, sin embargo el evento lo ha alcanzado la categoría de experiencia. Para el 95% de los encuestados se trata de un evento al que asisten por obligación y que en ningún momento ha dejado de ser parte de su trabajo, por lo tanto no ha cumplido el objetivo de los eventos 2.0, aunque por otro lado se debe tener en cuenta la

dificultad que tienen un evento deportivo para transformarse en experiencia y que la asistencia no es una decisión propia, por lo que la predisposición hacia el no es la más adecuada.

Un último aspecto a valorar es que las puntuaciones son altas por lo que no hablamos de una experiencia y/o participación que resultase desagradable para ninguno de los participantes.

QUEJAS O SUGERENCIAS DE CARÁCTER PERSONAL

Sólo 5 miembros de la muestra rellenaron este apartado. Todos los rellenos tienen la misma queja en común: Mejorar el terreno de juego.

7.2.1 PUNTUACIÓN Y ANÁLISIS DEL TOTAL: LOS RESULTADOS

La valoración total de los resultados da como resultado una de puntuación total: 7

Estamos ante un buen resultado, la satisfacción de los asistentes ha sido buena respecto a la organización, sin embargo no la esperada.

Aunque el trato haya sido cercano facilitando la resolución de problemas y la comodidad de los asistentes, aspectos como los tiempos de envío de la información el protocolo o los traslados no han sido satisfactorios para los asistentes. A pesar de que no todos estos aspectos puedan ser mejorados de manera exponencial, toda organización debe conocer cuales son los tiempos y las necesidades de los participantes para poder así mejorar la expectativa que tienen del evento antes del participar en el.

Errores como el estado del terreno de juego es algo que no puede ser perdonado a ningún organización en un evento deportivo de fútbol, el estado del terreno influye en la forma de juego y la forma de juego a su vez influye en el estado emocional de la totalidad del equipo, no sólo en la de los jugadores. Por lo tanto estamos ante un error de carácter grave que podía haberle costado a la organización fácilmente el desarrollo de la misma.

Podemos calificar el resultado general como bueno, pero desde un punto de vista objetivo, no tan bueno como un evento de esta categoría requiere.

7.3 Valoración de la muestra: JUGADORES

PRE-EVENTO.

1. ¿Conocía la existencia del evento antes de ser invitado?

El 100% contestó SI

1. ¿Asiste a Torneo por iniciativa propia o por decisión del club?

El 100% contestó SI

2. En caso de no ser una decisión suya ¿Hubiese asistido?

El 40% contestó SI, el 60% contestó NO

La puntuación de este apartado es 8. Aunque no debemos valorar las preguntas en este caso de la misma forma en la que valoramos las siguientes ya que estas no son referidas organización si no a la predisposición de asistencia antes de el evento. Sin embargo debemos tener en cuenta que sólo el 40% de los asistentes participaría por decisión propia, por lo que la predisposición para asistir al evento tiene un valor negativo que afectará probablemente en las puntuaciones siguientes.

ESTANCIA Y TRASLADOS

1. ¿El traslado de su ciudad a León fue satisfactorio?

Puntuación: 5

2. ¿El hotel donde fue alojado se encontraba a la altura de sus expectativas?

Puntuación: 9

3. ¿Hubiese preferido otra localización en la ciudad?

Puntuación: 7

4. ¿El número de compañeros de habitación fue el deseado?

Puntuación: 8

5. El traslado del hotel en el que se alojaban a los partidos y/o entrenamientos ¿Fue con el tiempo deseado?

Puntuación: 8

6. La habitación en la que ha sido alojado ¿Ha tenido unos niveles óptimos de limpieza, higiene y servicios?

Puntuación: 8

7. Los menús de las comidas ¿Se han adecuado a la dieta para deportistas en competición?

Puntuación: 7

El resultado total de este apartado es: 7. El resultado es bueno, aunque la puntuación más baja es la referida al traslado. Es comprensible que esta respuesta no sea ni de puntuación alta ni objetiva. El equipo que más puntuación ha dado es el Sporting de Gijón, pero también es el único equipo que sólo tardó dos horas en llegar debido a la cercanía entre León y Gijón. El resto de los equipos realizaron trayectos largos en autobús por lo que es comprensible que este resultado sea bajo.

MEDIOS Y REDES SOCIALES.

1. ¿Conoce las Redes Sociales de la XV edición del Torneo Asisa Reino de León?

El 55% contestó SI, el 45% contestó NO

2. En caso afirmativo ¿Considera que han sido un buen soporte de difusión y retransmisión del evento?

Puntuación: 7

Resultado 6. No es un buen resultado debido a la importancia de esta forma de comunicación y retransmisión como decíamos en la muestra anterior.

EL EVENTO.

1. ¿El terreno de juego y las instalaciones han estado a la altura de sus expectativas?

Puntuación: 2

2. En caso de haber necesitado resolver algún asunto con la organización ¿Esta le ha ayudado de forma positiva?

Puntuación: 9

3. ¿Ha podido identificar a todos los miembros de la organización sin dificultad?

Puntuación: 9

4. ¿Ha considerado que ha recibido el mismo trato de la organización que el resto de los equipos?

Puntuación: 8

5. ¿Su delegado le ha proporcionado toda la ayuda y asistencia que a necesitado?

Puntuación: 9

6. ¿Su delegado personal ha actuado siempre de forma correcta y responsable con usted y con el equipo? Valore de 0 a 10

Puntuación: 8

7. En la reproducción de los himnos ¿Ha considerado correcta la misma?

Puntuación: 3

8. ¿Hubiese deseado poder hacer otras actividades de ocio fuera de las horas del Torneo organizadas por los organizadores del evento?

Puntuación: 6

9. ¿Se ha facilitado la interacción entre el resto de jugadores de otros club deportivos?

Puntuación: 4

10. ¿Considera que la organización y el evento están a la altura de clubs de fútbol internacional?

Puntuación 9

Puntuación total: 8. La puntuación es más alta que en el grupo muestra anterior. Sin embargo el mayor punto de unión entre ambos es la respuesta hacia la pregunta sobre las instalaciones y el campo de juego.

Se debe tener en cuenta de estos datos que las puntuaciones negativas son las referidas a la integración entre los participantes y a la realización de actividades de ocio organizadas. Un punto que debe ser valorado por la organización al ser una de las necesidades de los participantes.

EXPERIENCIA

1. ¿Ha cumplido sus expectativas?

El 65 % respondió SI, el 45% respondió NO

2. ¿Experiencia o un torneo más?

EL 85% respondió UN TORNEO MÁS, el 15% respondió EXPERIENCIA

3. Como EVENTO DEPORTIVO ¿ha sido satisfactorio?

Puntuación: 9

4. Como EXPERIENCIA PERSONAL ¿ha sido satisfactoria?

Puntuación: 9

5. ¿Volvería a repetir la asistencia al EVENTO: TORNEO ASISA REINO DE LEÓN)?

El 65% contestó SI, EL 35% contestó NO

6. ¿Volvería a repetir la EXPERIENCIA?

El 85% contestó SI, el 15% contestó NO

La puntuación total es 7. Sigue sin alcanzarse la categoría de experiencia, sin embargo a pensar de que la predisposición a la asistencia no era positiva los resultados no son tan malos como se podían esperar.

QUEJAS O SUGERENCIAS DE CARÁCTER PERSONAL.

34 encuestas tienen este apartado resuelto, y como en la muestra anterior, en todas recalcan el mal estado de el terreno de juego.

7.3.1 PUNTUACIÓN Y ANALISIS DEL TOTAL: LOS RESULTADOS.

La puntuación total de toda la encuesta es: 7

Que la puntuación media del total de la encuesta sea 7 puede deberse a varios factores.

1. La predisposición de los participantes a la asistencia no era alta, el subgrupo muestra que subió los resultados de este punto fue la Selección de León, un equipo que jugaría como local y que además está integrado por jugadores de categorías inferiores. Son jóvenes que juegan al fútbol pero no de manera profesional y es el único evento al que asisten durante toda la

temporada. Por otro lado se enfrentan a canteras que son consideradas el futuro del fútbol internacional, para estos jugadores este evento es un regalo, pero si no fuese por ellos, la nota media de este apartado seria mucho más baja.

2. El terreno de juego en malas condiciones acentúa un mal resultado
3. La falta de integración entre los jugadores y de actividades de ocio planificadas por la organización.

Estos 3 puntos son los más destacables a la hora de valorar los resultados pero a la vez pueden ser los más importantes.

Según Antonio Wanceulen, sin la motivación adecuada tanto en el terreno de juego como fuera de el ningún joven deportista podrá desarrollar interés y expectación ante un encuentro deportivo de larga duración, y no sólo eso, una insatisfacción de este tipo puede producir un mal desarrollo de la actividad en el terreno de juego.

Si tenemos en cuenta la competitividad a que tienen intrínseca los jugadores de estos equipos si su desarrollo de la actividad no ha tenido una buena motivación y esta se ha visto reflejada en el terreno de juego su actitud respecto al evento no va a ser todo lo positiva y objetiva que se desea.

Sin embargo, en aspectos relacionados con la organización como factor humano, si se pueden valorar unos resultados positivos, por lo que no podemos decir que la organización en ese aspecto no haya cumplido con lo que se espera en este tipo de eventos.

7. 4 VALORACIÓN CONJUNTA DE LOS DOS GRUPOS MUESTRA.

A continuación se va a hacer un análisis comparado de los dos grupos muestra con los resultados finales de cada apartado de la encuesta de satisfacción

	PRE-EVENTO	TRASLADOS Y HOTEL	REDES SOCIALES	EVENTO	EXPERIENCIA
CUERPO TÉCNICO	8	7	5	7	8
JUGADORES	8	7	6	8	7

Los resultados son similares en ambos grupos.

PRE-EVENTO

Ambos grupos de la muestra valoran este apartado con un 8, es una nota alta pero lo que entiende la encuesta por “pre-evento” en la encuesta de satisfacción no es lo mismo para ambos grupos.

En uno estamos hablando de si la organización ha cumplido unos requisitos mínimos a la hora de informar y en otra hemos intentado averiguar cual era la predisposición antes de la asistencia al evento.

TRASLADO Y HOTEL

Este apartado debe valorarse sabiendo que todos los asistentes a cualquier evento no se conforman con poco, siempre buscan más.

A pesar de ello debemos tener en cuenta que es un resultado bastante alto y que la organización puso todo los medios para que tanto el alojamiento como el traslado fuese lo más satisfactorio posible.

Además se debe tener en cuenta cual es el presupuesto de la organización (dato que no ha sido proporcionado) y así valorar si podía tener otros medios para mejorar esta puntuación.

El resultado más bajo en este aspecto es el traslado de la ciudad de origen a la ciudad de el evento, pero se debe tener en cuenta que la distancia que deben recorrer es de muchos kilómetros por lo que tener una puntuación alta en esta pregunta era prácticamente inviable.

El punto más importante era conocer si las dietas había cumplido unos requisitos mínimos, y en este caso la puntuación ha sido alta, por lo que podemos decir que la organización ha cumplido este objetivo fundamental de forma correcta.

REDES SOCIALES

En el punto que trata las tendencias en la organización de eventos hablábamos de la importancia de la Co-creación o lo que es lo mismo la integración de los asistentes y participantes en la organización esto se puede conseguir con un correcto plan de comunicación haciendo a los usuarios parte activa de las Redes Sociales y a la vez intentando dar una máxima difusión de el evento en ellas.

Podemos decir que no ha cumplido este requisito. El cuerpo técnico valora con un 5 este punto, mientras que los jugadores lo valoran con un 6, puntuaciones muy bajas dada la importancia de este aspecto.

EVENTO

Este era el punto clave de la investigación, saber si la organización durante el evento había sido correcta y si los participantes la había percibido de manera adecuada.

El grupo muestra “Equipo Técnico” la valora con un 7 mientras que el grupo muestra “Jugadores” la valora con un 8.

A pesar de ser resultados positivos y notables, no debemos perder de vista que ambos grupos coinciden en dos puntos clave con resultados negativos: El estado de el terreno de juego y el protocolo. Esto demuestra que existió un problema real y grave dentro de la organización y que no fue resuelto. Además debemos tener en cuenta que muchos equipos de fútbol se niegan a jugar si el campo está en mala condiciones porque dificulta la práctica deportiva, lo que podía haber supuesto un problema muy grave para la organización y la necesidad de suspender el evento.

Con relación a la organización como equipo humano, la valoración es positiva en ambos casos, el equipo elegido tanto de organizadores como delegados estuvo a la altura de las necesidades que requiere un evento deportivo y ha sido muy bien valorada por ambos grupos de la muestra, lo que indica que se cumplieron las funciones precisas para ambos.

EXPERIENCIA

Lo que desean todos los eventos es la diferenciación y esta se consigue si los usuarios dejan de ver el evento como evento y lo transforman en una experiencia.

Los eventos deportivos por otro lado no son eventos normales, lo asistentes buscan disfrutar del deporte como único fin y eso es a lo que debe atenerse la organización. Sin embargo, con los recursos que dispongan en la medida de lo posible deben poder conseguir alcanzar ese nivel.

La valoración de este apartado en los grupos muestra es de 8 en el cuerpo técnico y de 7 en los jugadores. Son resultados de nuevo positivos pero las puntuaciones más altas están en la satisfacción en el torneo como EVENTO no como EXPERIENCIA.

A pesar de ellos y con estos datos se puede observar que ambos grupos volverían a repetir la asistencia.

8. CONCLUSIÓN

Esta investigación se llevo a cabo para averiguar si la satisfacción percibida por los participantes de un evento deportivo podía dar las pautas necesarias para mejorar la organización de eventos deportivos. Pero además debía valorar si se podían medir igual la satisfacción de los participantes si son dos grupos completamente diferenciados.

En el caso de los eventos de fútbol, los participantes que acuden son jugadores y cuerpo técnico, dependiendo de la edad de los jugadores la visión de unos y otros puede ser completamente diferente. En esta investigación nos encontrábamos ante dos grupos muy diferenciados, por un lado adolescentes y por el otro adultos. La diferencia entre ellos principalmente es que del grupo adulto depende la percepción que tendrá de él el club deportivo al que pertenece y a su vez, serán los encargados de la asistencia a la siguientes ediciones. Por otro lado, los jugadores son la parte principal del evento, es decir sin ellos, no se llevaría a cabo, además de ellos depende la cantidad de público que asiste y por consiguiente el nivel de inversión publicitaria que obtendrá el evento.

El punto central de este TFG era averiguar si la satisfacción respecto a la organización podía ser medida con una encuesta de satisfacción y a su vez si la percepción que tiene de la organización ambos grupos de la muestra es igual, aunque afecte de formas diferentes a uno u otro.

Con todas estas premisas, y conociendo cuales son las tendencias y las necesidades en la organización de eventos deportivos, se llevo a cabo una investigación basada en un evento real: XV Edición del Torneo Reino de León.

Después de la valoración de los resultados llegamos a las siguientes conclusiones:

1. La satisfacción de los participantes SI depende de la correcta organización o no de un evento. Aunque este caso en concreto no está organizado por profesionales, después de XV ediciones hay cosas que no deben obviarse. Si las condiciones mínimas no se cumplen el nivel de satisfacción de los participantes será mucho más bajo y la implicación en el evento no será activa.
2. Las redes sociales como instrumento de Integración y Co-Creación son necesarias.
3. La satisfacción no puede ser medida de igual forma en grupos muestra tan diferenciados.
Aunque ambos sean beneficiarios de el evento, las necesidades de unos y otros no tienen nada que ver. Mientras unos esperan que los horarios sean los correctos, información sea enviada con antelación y los problemas sean resueltos con rapidez otros valoran más el ocio durante los días de el evento y la integración con los participantes.
4. La organización de eventos SI puede ser valorada con encuestas de satisfacción
Si conocemos cuales son nuestros errores de mano de los participantes podremos mejorar todos los aspectos que estén a nuestro alcance. Aunque para los asistentes contestar a los formularios puede ser una tarea que no les resulte agradable, consiguen valorar que están siendo escuchados por la organización y que por lo tanto forman parte activa de ella. Así pues sin conseguimos esto será beneficioso para la organización porque podrá mejorar aspectos de los que dependan las próximas ediciones.

Aunque la investigación en la satisfacción de eventos se haya basado siempre en averiguar cual es la satisfacción de los asistentes como público porque en cierto modo de ello depende la inversión publicitaria, saber cual es la satisfacción de los participantes activos respecto a la organización de el evento es una herramienta que debe ser considerada de necesidad para la organización de eventos.

Si conocemos cual son los sentimientos intangibles y tangibles podremos valorar donde está y cual es el fallo en nuestra organización y con ello alcanzar ventajas comparativas respecto a otros eventos. Si la organización es correcta la diferenciación está asegurada, y si esto se cumple el éxito de el evento durará hasta que la organización quiera seguir haciendo ediciones de el mismo.

BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.

1. En <https://www.ineventos.com/es/blog/que-es-un-evento.aspx>
2. <http://rutacultural.com/joseph-paxton-palacio-cristal/>
3. http://historiaybiografias.com/juegos_olimpicos/
4. José Samuel Martínez López “*Los eventos deportivos: concepto, historia, características, implicaciones y tipos*”. EFDdeportes.com, Revista Digital, nº171 Buenos aires (2012)
5. Vicente Año Sanz “Organización de eventos y competiciones deportivas” Ed. Universitat de Valencia, Servei de publicacions (2011)
6. En www.publiesp.es/Mediaset-Sport_PUBFIL20120802_0004.pdf
7. En http://www.huffingtonpost.es/2016/06/14/debateaudiencia_n_10451360.html
8. Cristina Ortega Nuere “*Los eventos: funciones y tendencias*” Estudios de Ocio Aisiazko Ikaskuntzak Deusto (2010)
9. En <http://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero08/articles/Article-Elisenda-Estanyol.html>
10. Lorenzo Bolea “*Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes*” CEX Centros de Excelencia (2007)
11. Mundina, J y Calabuig F. “*La calidad del servicio percibida de un gran eventos deportivo como indicador de gestión*” Facultad de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de Valencia (2007)
12. Carlos Fuente Lafuente “*Manual Practico para la Organización de eventos: Técnicas de Organización de Actos II*” Ed. Protocolo (2005)
13. Wanceulen Ferrer, Antonio “*Bases para el proceso de selección y formación de jóvenes futbolistas para el alto rendimiento*” Ed. Wanceulen (2013)

ANEXO 1