

El papel de los incidentes críticos en el complemento de la información sobre la calidad de los servicios en las instalaciones de ocio náutico de la Región de Murcia: relación entre percepción de la calidad, satisfacción y lealtad del consumidor

The role of critical incidents in the supplement of information about service quality at nautical leisure facilities in the Region of Murcia: relationship between consumers' perception of quality, satisfaction, and loyalty

Francisco Segado Segado

Facultad de Ciencias de la Actividad Física y Deporte. Universidad Católica San Antonio. Murcia

DIRECTORES

M^a. Celeste Rocha Simões y Eduardo Segarra Vicéns

CORRESPONDENCIA

Paraje las Cobaticas n.º 41. Los Belones (Cartagena)

Sobre la base del paradigma del desempeño y la teoría de los incidentes críticos, pretendemos conocer cómo influye la percepción de la calidad sobre la satisfacción y lealtad de los usuarios de las instalaciones de ocio náutico. Y qué nos aportan los incidentes críticos al conocimiento del proceso de consumo de estos servicios.

Elaboramos un cuestionario, según el modelo SERVPERF, de 33 ítems en torno a una escala Likert (1/7) para la percepción de la calidad, satisfacción, compromiso psicológico y boca/oído, así como un cuestionario para los incidentes críticos que combina preguntas abiertas y cerradas. Desarrollamos una investigación mediante un total de 1.200 encuestas personales con los consumidores de las instalaciones de ocio náutico de la Región de Murcia.

Resultados

La multidimensionalidad de la percepción de la calidad se ha mantenido en los tres factores. Los resultados del AFE de las variables dependientes satisfacción y lealtad nos muestran que tan sólo podemos extraer un único factor o dimensión. El análisis factorial confirmatorio (AFC) nos ha permitido mantener los tres factores de la percepción de la calidad. En cuanto al AFC de la satisfacción/lealtad, todos sus factores también pueden ser conservados.

Los resultados del AFC indican unos adecuados índices de ajuste (CFI, NNFI, RMSEA y SRMR) del modelo estructural propuesto, el cual presenta un 82% de la

varianza. Las tres dimensiones de la percepción de la calidad muestran impactos positivos y significativos sobre la satisfacción/lealtad.

En cuanto a los incidentes críticos, tras el análisis de la varianza (ANOVA) presenta diferencias significativas entre los consumidores que narran incidentes y sus niveles de satisfacción/lealtad, y los consumidores que no expresan ningún tipo de incidente crítico. La estadística descriptiva de los incidentes nos revela nuevos atributos de percepción de la calidad fuera de las dimensiones del SERVPERF.

Conclusiones

La utilización de la técnica de incidentes críticos en las instalaciones de ocio-náutico aporta atributos de percepción de la calidad del servicio que no son recogidos por el cuestionario SERVPERF. Señalando la existencia de incidentes críticos propios de la satisfacción e incidentes propios de la insatisfacción.

Una mayor percepción de la calidad de los servicios de las instalaciones de ocio náutico, conlleva mayores niveles de satisfacción/lealtad de los consumidores. Esta relación se da en las tres dimensiones en torno a las cuales estructuramos la percepción de la calidad: percepción del medio, interacción y resultado.

La percepción de la calidad se manifiesta como un proceso multidimensional; no ocurre lo mismo con la satisfacción y la intención futura, llevándonos a una definición de satisfacción en la que incluimos la intención futura del consumidor hacia la empresa.

Palabras clave

Percepción de la calidad del servicio, satisfacción, lealtad, intención futura, compromiso psicológico, boca/oído, incidentes críticos, ocio náutico.