

LEALTAD DE LOS CLIENTES DE LA ESCUELA DE INICIACIÓN DEPORTIVA CANTERA DE HÉROES DEL ENVIGADO F.C.

Loyalty of the customers of the school of sports initiation cantera de héroes of
Envigado f.c.

Lealdade dos clientes da escola de iniciação desportiva cantera de héroes da
Envigado f.c

Andrés Leonardo Colorado Arango

Universidad de San Buenaventura Medellín, andreslc24@gmail.com

Resumen

El presente trabajo tuvo como objetivo identificar los antecedentes de la lealtad de los clientes de la Escuela de Iniciación Deportiva Cantera de Héroes del Envigado F.C., a partir de la aplicación de una encuesta estructurada a una muestra de 141 padres de familia. Los resultados fueron analizados en los aspectos de fiabilidad y validez siguiendo un análisis factorial confirmatorio donde se lograron adecuados indicadores de bondad de ajuste y posteriormente se demostraron las relaciones entre las variables mediante un modelo de ecuaciones estructurales que derivó en la aceptación de la mayoría de la hipótesis y la comprobación de la pertinencia de la TPB para explicar las variables que desencadenan la lealtad de los padres de familia a los servicios deportivos que ofrece la institución analizada.

Palabras Clave: *Servicios deportivos; teoría del comportamiento planificado; lealtad.*

Abstract

The objective of this work was to identify the loyalty's antecedents of the clients of the School of Sports Initiation Cantera de Heroes of Envigado F.C., based on the application of a structured survey to a sample of 141 parents. The results were analyzed on the aspects of reliability and validity, following a confirmatory factorial analysis, in which were achieved suitable indicators of goodness of fit and afterwards demonstrated the relations between the variables through a structural equations model which derived in the acceptance of the hypothesis' majority and the ascertainment of the pertinency of the TBP to explain the variables that unleash the loyalty of the parents to the sports services the analyzed institution offers.

Keywords: *Sports services; theory of planned behavior; loyalty.*

Resumo

O objetivo deste trabalho foi identificar os antecedentes da lealdade dos clientes da Escola de Iniciação Desportiva Cantera de Héroes do Envigado F.C., a partir da aplicação de um questionário estruturado junto a uma amostra de 141 pais. Os resultados foram analisados nos aspectos de confiabilidade e validade seguindo uma análise fatorial confirmatória, onde se alcançaram indicadores adequados de bondade de ajuste e, posteriormente, demonstrou-se as relações entre as variáveis por meio de um modelo de equações estruturais que resultou na aceitação da maioria das hipóteses e na comprovação da pertinência do TPB para explicar as variáveis que desencadeiam a lealdade dos pais aos serviços esportivos oferecidos pela instituição analisada.

Palavras-chave: *Serviços esportivos; teoria do comportamento planejado; lealdade.*

1. Introducción

La gente de todas las naciones ama el deporte. Sus valores –el buen estado físico, el juego limpio, el trabajo en equipo y la búsqueda de excelencia– son universales (Naciones Unidas, 2005). En la actualidad se transan miles de millones de dólares por año en todos los países del mundo alrededor del tema del deporte y de la actividad física, como lo indica la Revista Forbes en su publicación del 3 de mayo de 2013, donde afirmó que solo los primeros 5 clubes de fútbol del mundo tienen un valor combinado de alrededor de 12 billones de dólares.

En consecuencia, los programas de iniciación deportiva a temprana edad y específicamente en el fútbol, se han desarrollado basados en la demanda de padres de familia que buscan programas serios y estructurados, ya que, el desarrollo de sus hijos está en juego, y al no encontrar los resultados esperados, desertan rápidamente y continúan su búsqueda en otras alternativas, generando una gran insatisfacción.

2. Método

Teniendo en cuenta los planteamientos de Ajzen (2011), las hipótesis fueron contrastadas mediante una encuesta estructurada (Ajzen, 2006) que se realizó a muestra de los 141 padres de familia que tenían inscritos a sus hijos en la Escuela de Iniciación Deportiva Cantera de Héroes del Envigado F.C. durante el año 2016.

Para determinar la fiabilidad del instrumento utilizado, se calcularon 3 indicadores diferentes de la fiabilidad de las escalas con miras a garantizar la misma:

- El Alfa de Cronbach, cuyo valor de referencia mayor a 0,7 lo recomiendan Churchill (1979) y Nunnally & Bernstein (1994).
- El Índice de Fiabilidad Compuesta (IFC), cuyo valor de referencia es estimado por Fornell & Larcker (1981) como cercano o mayor a 0,7

- El Índice de Varianza Extraída (IVE), que Fornell y Larcker (1981) estiman positivo con valor cercano o mayor a 0,5.

Como se observa en la tabla 1, todos los constructos cumplieron satisfactoriamente con dos de los tres indicadores y el 60% de los constructos sobrepasaron los tres indicadores, por lo anterior, se asume una fiabilidad muy buena del modelo de medida.

Tabla 1.

Análisis de fiabilidad, fiabilidad compuesta y varianza extraída de las escalas de medida. Fuente: elaboración propia

Constructos	Alfa de Cronbach	Índice de Fiabilidad Compuesta (IFC)	Índice de Varianza Extraída (IVE)
Intención de Uso (I)	0,896	0,776	0,750
Actitud (A)	0,909	0,808	0,790
Norma subjetiva (NS)	0,866	0,705	0,663
Control Percibido (CP)	0,814	0,671	0,615
Lealtad (LA)	0,830	0,637	0,571

3. Resultados y discusión

Una vez garantizadas la fiabilidad y la validez del instrumento de medida, se procedió a contrastar las hipótesis mediante ecuaciones estructurales. La utilización del método de máxima verosimilitud robusto condujo a buenos indicadores de ajuste y al no rechazo de la mayoría de las hipótesis planteadas, tal como lo evidencia la tabla 2 y lo ilustra el gráfico:

Tabla 2.

Contraste de hipótesis. Fuente: elaboración propia

Hipótesis	Coefficiente	Valor T	Conclusión
-----------	--------------	---------	------------

		Estandarizado	Robusto	
H ₁	La actitud influye sobre intención de pertenecer al programa Cantera de Héroes.	0,595	3,01 **, **	No Rechazada
H ₂	La norma subjetiva influye sobre intención de pertenecer al programa Cantera de Héroes.	N.S.	N.S.	Rechazada
H ₃	El control del comportamiento percibido influye sobre intención pertenecer al programa Cantera de Héroes.	N.S.	N.S.	Rechazada
H ₄	El control del comportamiento percibido influye sobre la lealtad hacia el programa Cantera de Héroes.	0,528	3,34 **, **	No Rechazada
H ₅	La intención influye sobre la lealtad hacia el programa Cantera de Héroes.	0,377	2,32 **, **	No Rechazada
S-B Chi cuadrado (g.l. = 111) = 139,57 (p<0,01); BBNFI = 0,801; BBNNFI = 0,937; CFI = 0,949; IFI = 0,952; RMSEA = 0,043 (0,012 - 0,064)				
*p<0.1; **p<0.05				

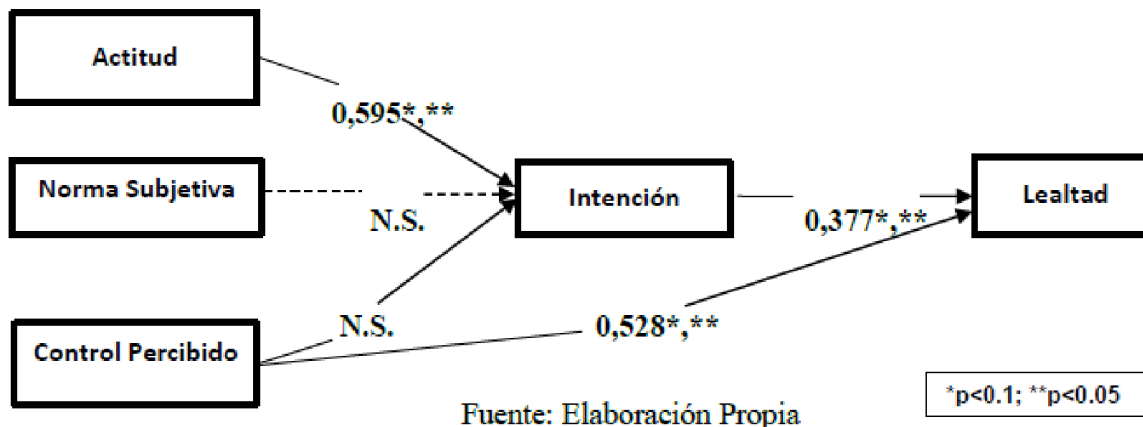


Figura 1. Modelo final contrastado

El gráfico 1 permite visualizar los resultados del contraste empírico del modelo, evidenciando que, en el caso del Programa Cantera de Héroes del Envigado F.C., la Actitud y Control del Comportamiento Percibido se constituyen en los antecedentes más importantes para desarrollar la intención de participar en el programa en primera instancia, y posteriormente para desarrollar lealtad hacia este.

4. Conclusiones

Al establecerse la actitud como el principal influenciador de la intención para desarrollar la lealtad a la escuela de iniciación deportiva Cantera de Héroes del Envigado F.C., puede afirmarse que el elemento diferenciador del programa es la información que entregan a los padres de familia sobre los beneficios que tienen sus hijos al participar de las actividades, como lo plantean en una de las publicaciones derivadas de investigación realizada por sus directivos: “la vinculación de los padres de familia a las sesiones de entrenamiento ha generado una gran identificación con la propuesta” (Colorado & Gómez, 2017, p.109).

El Control del Comportamiento Percibido se constituye como la variable más importante para desencadenar el comportamiento de fidelización hacia el programa que oferta el Envigado F.C., ya que la accesibilidad a las actividades, los días y horarios de entrenamiento, se ajustan a las necesidades de los clientes; además, la entrega de informes detallados y la publicación de investigaciones sobre los avances de los niños participantes, marcan gran diferencia frente a otros servicios deportivos similares, como lo plantean en una de las publicaciones derivadas de investigación realizada por sus directivos: “los resultados de la investigación muestran que los niños con mayor antigüedad en el programa ostentan ventajas en las capacidades físicas frente a niños de su misma edad” (Colorado, 2017, p.143).

5. Referencias

- Ajzen, I. (2006). *Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations*. Disponible en:
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary;jsessionid=011E42C7D4396A688EA04E1D0DFBF6F0?doi=10.1.1.601.956>
- Ajzen, I. (2011). Theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113-1127.
- Churchill Jr, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.
- Colorado, A. (2017). El fenómeno del fútbol como herramienta para la formación integral en la primera infancia. En J. Hernández, J. Barboza & I. Muñoz, *Calidad de vida, inclusión social y bienestar humano* (pp.126-144). Cabimas: Fondo Editorial UNERMB.
- Colorado, A., & Gómez, J. (2017). *Iniciación deportiva en la primera infancia*. Saarbrücken: Editorial Académica Española.
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Naciones Unidas (2005). *Concepto. Educación, salud, desarrollo, paz*. Disponible en:
<https://www.un.org/sport2005/resources/CONCEPTO.pdf>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Revista Forbes (2013). *Sports money*. Disponible en:
<https://www.forbes.com/sportsmoney/#14c930347ff6>