



UNIVERSIDADE DA CORUÑA



ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS ACTIVIDADES MUNICIPALES DEL AYUNTAMIENTO DE LARACHA

GRADO EN CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE

TRABAJO DE FIN DE GRADO: MELANIE LOUREIRO GARCÍA

TUTORA: ELENA SIERRA



ÍNDICE

1. JUSTIFICACIÓN.....	4
2. CONTEXTUALIZACIÓN.....	5-22
3. OBJETIVOS.....	23
4. MARCO TEÓRICO.....	24-47
4.1 Introducción al concepto de calidad.....	24-28
4.2 La calidad en el deporte y la actividad física.....	29-30
4.3 La calidad en servicios municipales deportivos.....	31-34
4.4 La satisfacción de los usuarios.....	35-37
4.5 Instrumentos de medida en el estudio.....	37-43
4.6 Motivaciones y expectativas.....	43-44
4.7 Análisis de importancia-valoración.....	45-47
4.8 Premisas que condicionan la gestión de los servicios deportivos.....	46-47
5. INVESTIGACIÓN.....	48-50
5.1 Metodología.....	48
5.2 Ubicación.....	48
5.3 Muestra.....	48
5.4 Instrumentos.....	49
5.5 Procedimiento.....	49
5.6 Análisis de datos.....	50



<u>6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....</u>	<u>51-98</u>
6.1 Características de la muestra.....	51-57
6.1.1 Datos descriptivos.....	51-52
6.1.2 Datos frecuenciales.....	53-57
6.2 Resultado de los ítems de la encuesta.....	58-90
6.2.1 Análisis de fiabilidad.....	58
6.2.2 Discusión de los resultados de los ítems de la encuesta.....	59-90
6.3 Análisis factorial.....	91-98
<u>7. CONCLUSIONES.....</u>	<u>99</u>
<u>8. BIBLIOGRAFÍA.....</u>	<u>100-104</u>
<u>9. ANEXOS.....</u>	<u>105-107</u>
<u>10. ANÁLISIS DE COMPETENCIAS.....</u>	<u>108-127</u>



1. JUSTIFICACIÓN

Conocer el grado de satisfacción de los usuarios de las actividades municipales es imprescindible para mejorar, corregir fallos y seguir creciendo día a día, ya que el estudio de la satisfacción del consumidor en los servicios deportivos es un elemento integral de la gestión eficaz de las empresas de servicios deportivos.

Es evidente que la calidad de los servicios deportivos influye en la actitud de los consumidores y de que elevadas percepciones conducen a la fidelidad de los clientes.

He decidido realizar este trabajo ya que me motiva conocer la satisfacción de los usuarios en las actividades deportivas de mi ayuntamiento. Siempre estuve ligada a ellas, desde ser usuaria pasando por monitora y hasta realizar mis prácticas de la carrera en gestión deportiva en este lugar. Siento un gran interés por descubrir y conocer los resultados, gracias a estos datos finales podré sacar conclusiones que ayudarán a mejorar muchos aspectos, porque conocer la opinión de los practicantes es uno de los pilares básicos.

Presento así un estudio sobre la satisfacción de los usuarios de las actividades del ayuntamiento de Laracha, unido a la calidad de los servicios ofertados.

Para la medición de la satisfacción de los usuarios utilicé de instrumento el servperf de Cronin y Taylor (1992), de reconocido prestigio, ampliamente difundido y conocido por la comunidad científica y con una base sólida tanto teórica como operativa (Celestino, A., Biencinto, C.,2012). En el estudio participaron 67 sujetos, con edades comprendidas entre los 10 y hasta mayores de 65 años.

Finalmente se realizará una comparativa con otros centros deportivos.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

Conoceremos en mayor profundidad el ayuntamiento de Laracha con la información más destacada y su influencia en el servicio de las propuestas deportivas.

SITUACIÓN

LARACHA se encuentra en la parte oriental de la Comarca de Bergantiños, extendiéndose de norte a sur desde la península de Caión hasta las tierras altas de Soandres y Montemaior, en el reborde de la meseta de Órdenes.



Imagen 1.

Tiene una posición limítrofe con la Comarca de A Coruña. Limita al oeste con el término municipal de Carballo, señalando su demarcación oriental con los municipios de Arteixo y Culleredo. Por el sur, limita con Cerceda y, por el norte, tiene una maravillosa salida al mar por la península de Caión, junto a los ayuntamientos de Cabana,

Carballo, Coristanco, Laxe, Malpica y Ponteceso, la Comarca de Bergantiños.

La situación de A Laracha se caracteriza por la buena comunicación, tanto con Bergantiños como con A Coruña capital.

El territorio municipal se reparte en **trece parroquias**: Cabovilaño, Caión, Coiro, Erboedo, Golmar, Lemaio, Lendo, Lestón, Montemaior, Soandres, Soutullo, Torás y Vilaño. La parroquia de Soandres es la más extensa de Bergantiños y, junto con la de Montemaior, casi ocupan la mitad del territorio municipal. Caión, única parroquia costera del municipio de A Laracha, es el punto de partida de la Costa da Morte y está encuadrada en lo que los geógrafos denominan Golfo Ártabro.



CLIMA

El **clima** del municipio larachés es **oceánico** y, por tanto, con temperaturas suaves, frecuentes precipitaciones, escasa oscilación térmica y elevada humedad. Existen pequeñas variaciones entre las tierras altas del sur, el valle del Río Anllóns y el litoral. Así, las tierras del sur (Soandres y Montemaior) presentan un clima oceánico que experimenta una cierta continentalidad, con temperaturas más bajas y una mayor oscilación térmica (algún día al año podemos ver sus montañas cubiertas de nieve). Sin embargo, el litoral caionés y las zonas más bajas (las del valle de Anllóns) presentan un clima más suave.

En síntesis, nuestro clima se caracteriza por unos inviernos suaves (alrededor de los 10°C), veranos poco calurosos (alrededor de los 20°C) y abundantes precipitaciones, principalmente entre los meses de noviembre y enero.

URBANISMO

El crecimiento urbano y los usos del suelo en el municipio de A Laracha están marcados por el Plan General de Ordenación Municipal. Desde su entrada en vigor en junio de 2003, el desarrollo urbanístico de A Laracha se rige por criterios de sostenibilidad, racionalidad y calidad. Cuenta con tres poblaciones con personalidad propia y que corresponden a los núcleos urbanos más poblados: A Laracha, Paiosaco y Caión.

SERVICIOS SOCIALES

Desde los Servicios Sociales de atención primaria del Ayuntamiento de A Laracha se desarrollan programas y se prestan ayudas favorecedoras de participación, integración y bienestar social de personas o grupos en su entorno comunitario, especialmente en situación de carencia o marginación social.



AGENCIA DE EMPLEO Y DESARROLLO LOCAL

Presta un servicio gratuito de asesoramiento y orientación en materias legales y laborales, promoviendo, también, la puesta en marcha de acciones de fomento del empleo a través de seminarios, cursos, charlas, etc. El objetivo de esta agencia se centra en prestar ayuda de intermediación y promoción de desarrollo económico. Para ello realiza acciones de información, asesoramiento o formación y lleva a cabo todo tipo de actuaciones para impulsar el desarrollo económico y la creación de empleo.

MEDIO AMBIENTE

Tierra y mar se dan la mano en el territorio de A Laracha. La singular riqueza paisajística y la biodiversidad de nuestro municipio viene protagonizada por ser la puerta de entrada a la Costa da Morte y un privilegiado anfitrión del río Anllóns a su paso por nuestro territorio. Desde la concejalía de Medio Ambiente son conscientes de la importancia y el incalculable valor de los recursos naturales, sus están dirigidos hacia el desarrollo sostenible, la promoción, el conocimiento y la conservación de la naturaleza: Captación y depuración de aguas, gestión de residuos, edificación sostenible, energías renovables, ecoturismo, ahorro energético, protección y recuperación del medio, educación medioambiental...

INDUSTRIA Y COMERCIO

Ha tenido una gran tradición agrícola y ganadera, pero en la actualidad este sector ocupa menos de la **cuarta parte** de la población activa. El **sector secundario** concentra a la mitad de la población activa municipal y abarca el **subsector de la construcción**, muy favorecido por la proximidad de este municipio a la ciudad de A Coruña. El desarrollo industrial de A Laracha va en aumento, como demuestra el elevado número de empresas interesadas en instalarse en el **Polígono Industrial**. A Laracha cuenta con unas **852** actividades empresariales.

TURISMO

Varios son los lugares a visitar en Laracha; como **La Fiesta de A Nosa Señora dos Milagres de Caión** que tiene condición de Fiesta de Galicia de Interés Turístico, lo que supone un importante reconocimiento y un estímulo promocional para esta celebración, una de las más importantes y concurridas de la comarca de Bergantiños y Romería de referencia en el norte de Galicia. La villa de Caión es el único enclave costero del municipio; en él comienza la Costa da Morte. Presenta un gran atractivo paisajístico, su paseo recorre toda la orilla de la playa hasta llegar a la Ínsua, permitiéndonos dar largos paseos y disfrutar del mar. En la playa podemos disfrutar del sol, bañarnos en sus aguas tranquilas y dar largos paseos por su fina y blanca arena. El rico patrimonio del municipio está bien representado por el **Monasterio de Soandres** y el conjunto de iglesias, capillas, cruceros y molinos de agua, entre otros monumento. Otros lugares destacables son el mirador de Santa Marta, el área recreativa de Gabenlle y su paseo fluvial. Cada día son más los lugares de ocio y esparcimiento que se están creando en el municipio con el fin de ofrecer a nuestros vecinos distintos espacios públicos.



Imagen 2.



Imagen 3.

@ LA CORPORACIÓN

En el ayuntamiento de Laracha se trabaja desde el edificio principal en dónde está la alcaldía y la mayoría de trabajadores, la concejala de deportes también se encuentra aquí.



Imagen 4.

Y desde el edificio administrativo, construido recientemente, en él que se encuentra el técnico de deportes, la psicóloga y los policías locales.



Imagen 5.

@ DEMOGRAFÍA

El Ayuntamiento de A Laracha tiene una extensión de **126,3 Km²** y el número de habitantes es de **11.142**. Hay **248 entidades** de población, cifra que presenta un porcentaje muy elevado respecto a la comarca. La emigración y la caída de la natalidad son las dos circunstancias más importantes de la regresión de la población en el Ayuntamiento. **El máximo número de habitantes se registró en 1960, con 12.708 habitantes.**

Por una parte, el descenso de nacimientos y, por otra, la mayor esperanza de vida, han provocado el envejecimiento de la población. Sin embargo, existe cierto equilibrio gracias a las altas que se producen por la llegada de extranjeros, emigrantes retornados o gentes de otros ayuntamientos, observándose un cierto crecimiento poblacional en la actualidad.

A continuación se muestra el gráfico que representa la repartición de los habitantes por parroquias.

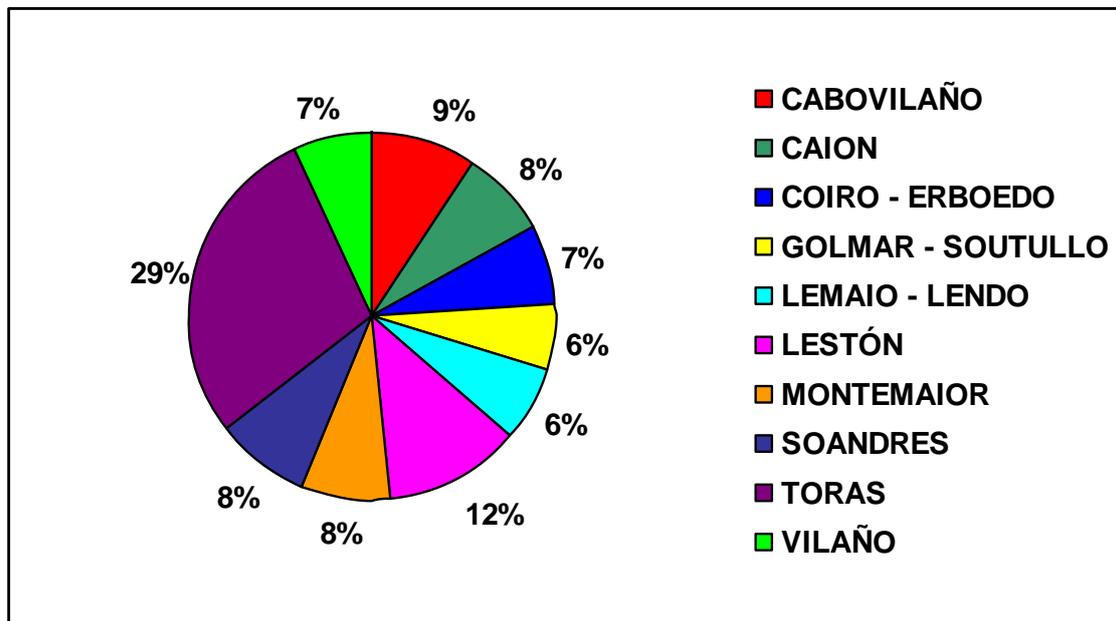


Gráfico 1.- Distribución por parroquias de los habitantes del Ayuntamiento



DISTRIBUCIÓN NUMÉRICA Y PORCENTUAL POR PARROQUIAS DEL AYUNTAMIENTO A LARACHA				
Sección	Parroquia	%	Población	km.2.
1	CABOVILAÑO	9%	1047	7.00
2	CAIÓN	8%	875	4.75
3	COIRO	7%	781	7.00
4	ERBOEDO			7.25
5	GOLMAR	6%	453	7.50
6	SOUTULLO		168	5.75
7	LEMAIO	6%	276	3.50
8	LENDO		448	9.00
9	LESTÓN	12%	1330	4.25
10	MONTEMAIOR	8%	862	23.00
11	SOANDRES	8%	925	29.45
12	TORÁS	29%	3194	5.00
13	VILAÑO	7%	783	9.25
TOTALES	13 PARROQUIAS	100%	11.142	126, 30

Tabla 1.- Distribución de la población por parroquias

En la siguiente gráfica se representa la población por tramos de edad y sexo.

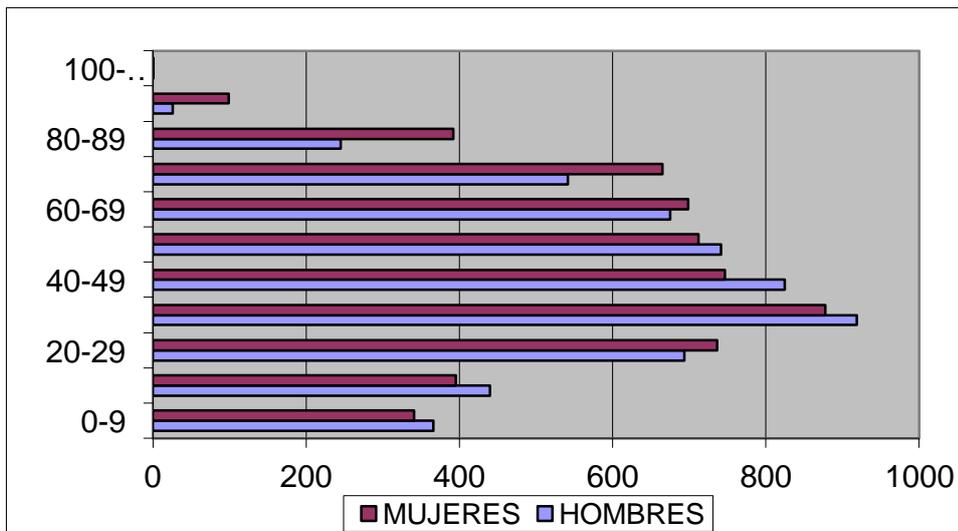


Gráfico 2.- Distribución de la población por edad y sexo



DISTRIBUCIÓN NUMÉRICA POR EDAD Y SEXO			
Edades	Hombres	Mujeres	Total
0 – 9	366	341	707
10 – 19	440	396	836
20 - 29	694	737	1431
30 – 39	916	878	1797
40 – 49	825	747	1572
50 – 59	742	712	1454
60 – 69	675	699	1374
70 – 79	542	665	1207
80 – 89	245	392	637
90 - 99	26	99	125
100 – 109	1	1	2
TOTALES	5.475	5.667	11.142

Tabla 2 .- Distribución de la población por edad y sexo



📍 PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE

Desde el ayuntamiento de Laracha la actividad física es promovida desde varios puntos: desde el excelentísimo alcalde, pasando por la concejala de cultura, educación y deportes y el técnico deportivo, hasta llegar a los diferentes monitores profesionales y especializados.

Es un territorio idóneo para la práctica de multitud de actividades de ocio y tiempo libre. El deporte en contacto con la naturaleza o una amplia oferta de actividades y modernas infraestructuras culturales son muestra de ello. El deporte es salud y la cultura contribuye a ampliar horizontes al tiempo que refuerza la identidad de los pueblos. Las asociaciones del municipio también ofrecen interesantes propuestas. El Ayuntamiento mantiene abierta una línea de apoyo y asesoramiento para el tejido asociativo en el que tienen cabida todo tipo de iniciativas.

El servicio de Cultura y Deportes del Ayuntamiento de A Laracha ofrece a los ciudadanos un amplio abanico de actividades encaminadas a mejorar su calidad de vida, a través de la actividad físico – deportiva.

Todos estos datos están recogidos a través de una entrevista-cuestionario a la concejala de deportes del ayuntamiento y técnico deportivo, además de recibir información escrita por parte de ellos.

La planificación deportiva está basada en:

- Ofertar al mayor número de ciudadanos la práctica de la actividad físico deportiva como un hábito saludable, social y educativo.
- Satisfacer la demanda general con una oferta variada y estable.
- Promoción y enseñanza deportiva.
- Aprovechamiento máximo de las instalaciones y recursos disponibles.
- Promoción de actividades específicas y especiales.
- Cooperación con todos los organismos públicos y privados implicados en el ámbito deportivo.



La actividad física se reparte en todas las instalaciones que el ayuntamiento tiene:

La infraestructura deportiva del Concello de Laracha se encuentra concentrada principalmente en sus tres núcleos de población más densamente poblados que son por el siguiente orden, A Laracha Caión y Paisaco, localidades donde se encuentran los equipamientos mejor dotados para la práctica deportiva y de mayor rendimiento respecto a la cantidad y calidad de las actividades que en ellos se realizan como son los polideportivos cubiertos de dichas localidades.

De manera global podemos decir que el Concello de Laracha posee en la actualidad una piscina cubierta climatizada, tres pabellones polideportivos cubiertos con graderío, trece campos de fútbol y más de diez pistas polideportivas que se sitúan en un 40% en los centros de enseñanza o cercanos a ellos.

No obstante si bien es cierto que la mayoría de las instalaciones deportivas se concentran en aquellos lugares donde más personas habitan, también gozan muchas parroquias del municipio de pistas polideportivas y campos de fútbol para los habitantes de las mismas.

Una instalación deportiva que dinamizara de manera importante la participación ciudadana en la práctica deportiva de los laracheses es sin duda la piscina municipal por el gran número de actividades que a lo largo de todo el día se pueden realizar en ella, que permitirá hacer uso a los vecinos del Concello en el horario que mejor les convenga. Podemos definir como satisfactorio el nivel de dotaciones y equipamientos deportivos, teniendo en cuenta la demanda potencial de usuarios que pueden disfrutar de la utilización de estas. No obstante es previsible a corto plazo un aumento de la población debido a las nuevas urbanizaciones proyectadas en núcleos urbanos del Concello, lo que supondría un incremento de participación en el rendimiento deportivo de las instalaciones.

La experiencia nos demuestra que las franjas horarias de máximo rendimiento de las instalaciones se sitúan entre las 17.00.h y las 24.00 horas, en las que la población ya sea escolar o trabajadora, disponen de tiempo libre para la práctica deportiva. Prueba de ello es que los pabellones se ocupan durante toda la semana desde la cinco de la tarde hasta las doce de la noche ya sea con escuelas deportivas, competiciones o entrenamientos.



Los fines de semana y en particular el sábado todo el día los pabellones están al máximo rendimiento, utilizándose principalmente para las diferentes competiciones locales y externas de Fútbol sala, Voleibol, Baloncesto, balonmano etc.

Si bien es cierto que las instalaciones son utilizadas por un número importante de deportistas que integran dentro de un amplio abanico de actividades ofertadas desde el Concello, el objetivo en planificación deportiva debe ser siempre ambicioso, intentando potenciar y ampliar el nivel de utilización en cuanto a la calidad y cantidad de las actividades de dichas instalaciones.

Por tal motivo la programación anticipada de las actividades con un calendario anual a desarrollar secuencialmente al igual que una programación horaria semanal, nos permitirá el máximo aprovechamiento de los recursos humanos y materiales disponibles.

A continuación se detalla la localización de las instalaciones:

- LARACHA

PISCINA MUNICIPAL CLIMATIZADA CUBIERTA

Piscina de 25.m, con Spa, sauna, gimnasio y sala de fitness.

PABELLON MUNICIPAL DE DEPORTES

- 1 Campo de Baloncesto.
- 1 Campo de Voleibol.
- 1 Campo de fútbol sala
- 2 Campos de Minibasket
- 1 Campo de Badminton
- 1 Campo de Balonmano



CAMPO MUNICIPAL DE FÚTBOL DE HIERBA

- 1 Campo Fútbol 11
- 2 Campos de Fútbol 7
- 2 pistas de pádel

INSTITUTO DE LARACHA

- 1 Pabellón polideportivo cubierto
- 1 Gimnasio

COLEGIO PUBLICO OTERO PEDRAIO

- 1 Gimnasio
- 1 Sala Cubierta
- 1 Campo de Fútbol de Hierba
- 1 Pista Polideportivas
- 3 Campos de Minibasket.

- **PAIOSACO**

COLEGIO PUBLICO ALFREDO BRAÑAS.

- 1 Pabellón municipal de Paiosaco
- 1 Campo de fútbol tierra

CAMPO MUNICIPAL DE FUTBOL DE HIERBA ARTIFICIAL

- 1 Campo de Fútbol 11
- 2 Campos de Fútbol 7



• **CAIÓN**

PABELLON MUNICIPAL DE DEPORTES

COLEGIO PUBLICO DE CAION.

1 Pista polideportiva

1 Gimnasio

• **GOLMAR**

1 Pista polideportiva descubierta

1 Campo de fútbol*

• **SOANDRES**

1 Pista polideportiva descubierta

1 Campo de Fútbol

• **COIRO**

Pista polideportiva descubierta

1 Campo de fútbol*

• **CABOVILAÑO**

1 Campo de fútbol*

1 Pista Polideportiva

• **MONTEMAIOR**

- 1 Campo de fútbol*
- 1 Pista polideportiva descubierta

• **LEMAIO**

- 1 Pista polideportiva descubierta

• **LENDO**

- 1 Campo de fútbol*

• **ERBOEDO**

- 1 Pista polideportiva descubierta

(*instalaciones de titularidad privada)



Imagen 6



Imagen 7



Imagen 8



Imagen 9



La planificación de actividades físico deportivas tiene tres ejes de actuación que son:

- 1. El deporte de formación** a través de las escuelas deportivas, cursos formativos y exposiciones.
- 2. El deporte de competición** ya sea local o externa con la participación de las escuelas deportivas y clubes del concello.
- 3. El deporte de ocio y recreación** cuya finalidad es ocupar el espacio y tiempo libre de toda la población con actividades tan saludables como la práctica de actividad física durante todo el año.

- **ESCUELAS DEPORTIVAS MUNICIPALES**

Tendrán como finalidad la iniciación y perfeccionamiento mediante el aprendizaje de las cualidades técnicas, tácticas individuales y colectivas de un deporte determinado, haciendo que intercalen la práctica deportiva con un acondicionamiento físico general compensatorio.

Por eso consolidaremos las escuelas deportivas ya existentes en las localidades con más densidad de población como son Laracha, Paiosaco y Caión, que en algunos deportes, como fútbol sala, patinaje, mantenimiento, bailes de salón se imparten en más de un lugar.

A la finalización de las escuelas deportivas en la primera quincena de junio se realizará una jornada de clausura en todas las modalidades deportivas coincidiendo con el "DIA DO DEPORTE" en la que se entregaran obsequios conmemorativos de tal evento.

Dentro de esta área de promoción y enseñanza deportiva y con el objetivo de reforzar lo aprendido en las escuelas deportivas, se impartirán cursos de formación realizados por el propio ayuntamiento o en colaboración con la Xunta, Diputación o Federaciones Deportivas Gallegas.



Por tal motivo se intentan realizar cursos que se adapten a las necesidades que pudieran demandar los deportistas del municipio, de acuerdo con el programa deportivo ofertado por el ayuntamiento y coordinado por este. A la conclusión de los cursos el Ayuntamiento de Laracha y el club que imparta los cursos concederá a los participantes un certificado de asistencia y aprovechamiento de los mismos. Se realizarán exposiciones audiovisuales para visionar aspectos técnicos y tácticos de un deporte, acompañados de explicaciones de los contenidos a tratar.

En este trabajo voy a analizar las actividades deportivas de baloncesto, patinaje, aeróbic y mantenimiento, directamente organizadas y llevadas a cabo por el ayuntamiento durante todo el curso escolar. Existen otras actividades pero que no tienen carácter periódico o anual sino que son puntuales o tienen una corta duración que no serán de interés para este caso concreto de investigación.

A parte hay también actividades que se realizan en el ayuntamiento pero que son organizadas y dependen de clubes privados, como Fútbol, Salvamento o Mountain Bike.

- **DEPORTE DE OCIO Y RECREACIÓN**

El segundo eje de la planificación va a ser el deporte enfocado desde el aspecto ludo-recreativo y de actividades especiales.

Si la programación y enseñanza deportiva tiene su referente en la competición, hay actividades dirigidas y entendidas para personas, con el único ánimo de ocupar un espacio de su ocio realizando una actividad tan saludable como es la práctica deportiva. Teniendo en cuenta la complejidad que supone para muchas personas buscar un momento de esparcimiento debido a sus ocupaciones laborales, familiares,...intentaremos ofrecerles algunas actividades que les puedan abrir ese espacio de su ocio.



- Campamento de verano de Caión
- Campus de baloncesto
- Campus de fútbol
- Actividades acuáticas
- Cursos: Surf Y Padel Surf
- Multideporte
- Natación
- Aeróbic, Yoga, Tai-chi, Aquagym, Pilates, Danza del vientre
- Baile de salón
- Rafting (Río Ulla)
- Senderismo
- Actividades en la naturaleza. (Piragüismo en el Eume).
- Actividades náuticas, vela en Sada
- Día de la bicicleta.
- Asistencia a eventos deportivos.
- Chave.
- Asistencia a Patinaje sobre hielo
- Asistencia a el Aquapark

- **LA COMPETICIÓN:**

Otro gran eje de la planificación es sin duda la competición entendiéndola como un estímulo que pretende desarrollar lo aprendido en las campañas de promoción y enseñanza deportiva, cursos de formación, jornadas y encuentros que para tal fin se realizan. Siendo esto importante, no lo es menos el espíritu de deportividad y juego limpio que debe imperar en dichas competiciones, porque sólo así adquiere verdadero sentido y significado la realización de esos campeonatos.



La experiencia acumulada anteriormente nos va a servir de referencia para consolidar y potenciar aquellos campeonatos locales que tuvieron una buena acogida entre los participantes, por tal motivo un año más tenemos en los campeonatos de fútbol sala base, fútbol-7, entre otros, el ejemplo de consolidación entre la población juvenil de competiciones deportivas que temporada tras temporada acogen una numerosa participación. Si la competición por sí misma ya reúne suficientes atractivos, más estimulante se hace compitiendo en lugares ajenos y contra deportistas de otros ayuntamientos, identificándose los participantes con su localidad natal a la que representan y luchando por ella de forma deportiva para alcanzar el triunfo. La experiencia vivida año tras año donde un gran número de niños y niñas del ayuntamiento participan en competiciones escolares y federadas dentro y fuera del municipio con deportistas de la provincia en deportes como fútbol sala, baloncesto, campo a través, patinaje, ajedrez, tiro con arco, gracias al interés mostrado por los responsables del deporte del ayuntamiento, hace que por parte de este organismo se potencie los intercambios deportivos en su afán de colaborar con cualquier sociedad o entidad deportiva de la comarca que tengan el mismo interés.



3. OBJETIVOS

❖ **OBJETIVO GENERAL**

- Conocer el grado de satisfacción de los usuarios de las actividades deportivas del Ayuntamiento de Laracha

❖ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Caracterizar la población que utiliza los servicios deportivos del Ayuntamiento de Laracha
- Conocer el grado de satisfacción de los usuarios de las actividades deportivas del Ayuntamiento de Laracha respecto a las actividades ofertadas
- Conocer el grado de satisfacción de los usuarios de las actividades deportivas del Ayuntamiento de Laracha respecto a las instalaciones deportivas utilizadas en las actividades
- Conocer el grado de satisfacción de los usuarios de las actividades deportivas del Ayuntamiento de Laracha respecto a los técnicos/monitores encargados de las actividades ofertadas
- Conocer el grado de participación en las actividades deportivas del Ayuntamiento de Laracha
- Conocer las actividades más demandadas por los usuarios de las actividades deportivas del Concello de Laracha
- Comparar los resultados obtenidos con los de otros ayuntamientos tanto de carácter similar, pequeño y rural, como de otros ayuntamientos más grandes y urbanos
- Obtener conclusiones que permitan mejorar la planificación deportiva del ayuntamiento de Laracha



4. MARCO TEÓRICO

4.1 INTRODUCCIÓN A LA SATISFACCIÓN- CALIDAD

Dentro de los factores que más destacan en cuanto a la satisfacción de los usuarios en los centros deportivos se encuentra, sin duda, la calidad de los recursos humanos, y especialmente del personal (sean técnicos deportivos o personal administrativo) que está en contacto directo con los clientes. Triadó, Aparicio, y Rimbau, (1999) recomiendan que los gestores deportivos pongan mucha atención en el entrenamiento de los empleados, especialmente los que están en contacto con el público, en cuanto a habilidades técnicas, humanas y motivación.

Estos autores, en un estudio sobre la identificación de factores de satisfacción en centros deportivos municipales de Barcelona, hacen algunas sugerencias para mejorar la satisfacción de los usuarios. Los resultados sugieren que los gestores deberían seguir un determinado orden (en función de la importancia dada por los usuarios) en la decisión de mejorar objetivos.

Los esfuerzos deberían comenzar por los recursos humanos, seguidos por el cuidado de los equipamientos, comunicación y política de precios. Las instalaciones y el contacto humano deben ser considerados como el corazón de un centro deportivo. En otro orden de cosas, se ha establecido una relación entre el boca a boca y la satisfacción, la fidelidad y la calidad de servicio; pero apenas existen investigaciones en el sector deportivo que analicen con mayor profundidad estos aspectos. El personal en contacto con el cliente es un factor determinante en la percepción de la calidad por parte de este último, y concretamente de los técnicos deportivos, pero tampoco existen investigaciones que analicen la verdadera dimensión que tienen esos técnicos deportivos en la percepción de la calidad de los clientes de centros deportivos.



Todas ellas son líneas de investigación dentro del sector deportivo que bien podrían explorarse en los próximos años.

Lo que es evidente es que los términos calidad y satisfacción van unidos y se debe conocer bien su significado para entenderlos.

El concepto de calidad percibida supone trasladar la valoración de la calidad del servicio desde criterios objetivos hasta criterios subjetivos.

Autores como Juran (1951), Deming (1989) o Crosby (1987) han sido considerados por muchos autores como los grandes teóricos de la calidad. Sus definiciones y puntos de vista han significado el punto de partida de muchas investigaciones.

Según Deming (1989) la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

Para Juran la calidad se define como adecuación al uso, esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas.

La idea principal que aporta Crosby (1987) es que la calidad no cuesta, lo que cuesta son las cosas que no tienen calidad. Crosby define calidad como conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa es el alcanzar la cifra de cero defectos. Su lema es “Hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos”.



Reeves y Bednar (1994) revisaron el concepto de calidad concluyendo que no existe una definición universal y global de la misma sino básicamente cuatro tipos de definición:

- Calidad como excelencia: en este caso se define como “lo mejor” en sentido absoluto. Esta definición es demasiado abstracta y confusa ya que no orienta a la organización hacia donde debe llevar su gestión. Cabría que los responsables de la organización definiesen el concepto de excelencia aun con el riesgo de no ser igual a la concepción que tendrían los clientes.
- Calidad como valor: en este caso se segmenta el concepto según el tipo de cliente. Calidad es lo mejor para cada tipo de consumidor. La calidad de un producto no puede ser considerada sin incluir su coste y que, además, la calidad del mismo se juzga según su precio.
- Calidad como ajuste a las especificaciones: este concepto surge desde la calidad industrial en la que el producto final debe ajustarse a un patrón preestablecido. La calidad significa asegurar que el producto final es tal como se ha determinado sería, esto es, en base a unas especificaciones previas. A partir de este concepto surge el control estadístico de la producción.
- Calidad como respuesta a las expectativas de los clientes: esta definición surge del auge de los servicios y la medición de su calidad. Bajo esta premisa se centra el concepto de calidad en la percepción que tiene el cliente. La principal aportación es que se reconoce la importancia de los deseos de los consumidores a la hora de determinar los parámetros que determinan la calidad de un producto o servicio.



La definición de calidad más aceptada en la actualidad es la que compara las expectativas de los clientes con su percepción del servicio. El desarrollo de la industria de los servicios ha supuesto un desarrollo de una nueva óptica del concepto de calidad que se focaliza más hacia la visión del cliente.

El significado que le otorga Juran a la calidad puede relacionarse con esta aceptación de la definición de calidad de los servicios cuando la adecuación al uso la definen las expectativas de los clientes. La principal ventaja de esta perspectiva de la definición es la dependencia de los consumidores que son, en última instancia, los que hacen la valoración última del servicio consumido.

El término calidad está asociado a diferentes aspectos positivos derivados todos ellos del mundo económico, empresarial, cultural y social de la vida del hombre contemporáneo. El concepto calidad existe desde hace muchos siglos. A pesar de la ausencia de inspecciones y controles formales, siempre existió el análisis sobre la calidad del producto o servicio final que era presentado (Ferreira, 2001).

Históricamente, y con el inicio de la calidad como preocupación de la gestión, observamos que existen cuatro fases; se empieza a caracterizar la calidad como inspección de los productos acabados de fabricar hasta el concepto de calidad total, que considera que la calidad debe ser encarada como un proceso complejo e integrado donde todos participen.

El concepto de calidad pasa entonces por un proceso de transformación conceptual que evolucionó al mismo tiempo que las transformaciones sociales y económicas verificadas con el paso del tiempo.

La valoración de un cliente cuando entra en contacto con una entidad es una suma de una serie de elementos, entre los cuales está la calidad del producto o servicio que le interesa (Ferreira, 2001).



A partir de aquí, cuando se habla de calidad ya hay a tendencia para distinguir entre producto y proceso. Cuando se quiere evaluar la calidad de una empresa hay que tener en consideración todo el proceso, combinando tangibilidad con intangibilidad, y no solo la calidad intrínseca del producto fabricado.

Desde el punto de vista de la gestión, la atención a la calidad, hasta aquí orientada principalmente para el producto, pasa sucesivamente a ser orientada para el mercado, pasando a incluir las sensaciones, percepciones, impresiones y la satisfacción de los clientes.

Dentro de esta nueva mentalidad, la introducción de todas estas características de carácter subjetivo en la conceptualización de lo que se define calidad, hace prever una nueva dificultad y un nuevo reto que se deberá asumir, cada vez más, en que la calidad se convertirá en un factor crucial para la competitividad.

El concepto de calidad paso del establecimiento de reglas estandarizadas de producción (modo de garantizar las especificaciones técnicas determinadas de los bienes y productos), hasta la forma como es presentado actualmente, un factor esencial para el éxito de la organización y que pasa por aquello que el cliente es capaz de reconocer.

Destacamos así que el recurso más importante de cualquiera organización prestadora de un servicio es el cliente, junto con el conjunto de personas que constituyen esa misma organización, que en su conjunto deberán ser capaces de crecer y acrecentar el valor de sus productos y de sus servicios.



4.2 LA CALIDAD EN EL DEPORTE Y EN LA ACTIVIDAD FÍSICA

El interés que despierta el fenómeno deportivo en la sociedad, el énfasis del ámbito político en la promoción y el fomento del deporte para todos, la importancia de adecuar las instalaciones deportivas a las cambiantes necesidades, la mayor competitividad existente con unos/as usuarios/as cada vez más exigentes y experimentados, la necesidad de innovación en un sector claramente emergente, etc. han provocado la búsqueda de soluciones en las políticas deportivas por parte de las organizaciones.

Así, la gestión tanto de actividades deportivas como de las instalaciones es una actividad fundamental en la sociedad actual (Molina-García y Castillo, 2009) centrándose muchas estrategias en los sistemas de gestión basados en la calidad, con el objetivo de dar cabida a las demandas de los/as ciudadanos/as.

Las iniciativas surgidas en los últimos años son fruto de los cambios que se generan en el sector deportivo y la consecuente necesidad de las organizaciones de adaptarse a ellos de forma permanente. La gestión de los servicios deportivos a través de la calidad supone una opción que permite que las organizaciones prestadoras evolucionen con arreglo a las demandas y necesidades de los/as usuarios/as (Dorado, Gambau y Gallardo, 2006). De esta manera, resulta fundamental que las organizaciones deportivas, independientemente de su titularidad, evolucionen de forma eficiente en la gestión de sus recursos y logren dar respuesta a las exigencias y expectativas de los/as usuarios/as a través de la oferta y prestación de servicios orientados hacia la calidad.

La calidad dentro de las organizaciones deportivas tiene una doble vertiente: por un lado interna, que tiene por objeto mejorar en los procedimientos y actividades de cada área de la organización; y por otro lado externa, que tiene por objeto mejorar la prestación de los servicios y actividades que ofrecen a los distintos agentes implicados (Dorado y Gallardo, 2004).



La búsqueda de la calidad en la gestión de instalaciones deportivas nos debe permitir, según Sánchez (2000), avanzar en:

- Un eficaz funcionamiento del servicio, con ausencia de fallos y errores.
- Un eficaz mantenimiento y elevada disponibilidad de las instalaciones, equipamientos y bienes.
- Mejora de la higiene y de la seguridad física para los/as usuarios/as, trabajadores, público y bienes colindantes.
- Mayor facilidad en la utilización de los servicios, con procedimientos sencillos que eliminan trabas y dificultades al usuario.
- Mejoras generalizadas en la atención y en la comunicación con el usuario, junto con una adecuación en el coste de los servicios proporcionados.

Por estas razones, la calidad constituye un elemento estratégico a considerar por las organizaciones deportivas hasta tal punto que en el sector público sólo un cambio radical en los servicios deportivos garantizará su supervivencia en un momento en el que los recursos públicos destinados al deporte van a ir progresivamente sustituyéndose, en muchos casos, por servicios más necesarios y demandados por la sociedad.

La evaluación de la calidad se ha convertido en un elemento esencial en el reto que supone responder adecuadamente a la transformación de la sociedad, a las demandas de los/as ciudadanos/as, en cuanto que resulta necesario conocer y analizar cómo se prestan los servicios y la gestión llevada a cabo con el fin de obtener unos buenos resultados y prestar una buena oferta deportiva.



4.3. LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS MUNICIPALES DEPORTIVOS

El concepto de calidad que es aplicado a productos físicos no es adecuado cuando se trata de servicios, dadas las características que éstos poseen, debiendo diferenciar entre calidad objetiva, entendida como el cumplimiento de unas especificaciones técnicas y la calidad subjetiva, que es la percibida por el cliente (Barrera y Reyes, 2003).

La calidad como objetivo empresarial resulta bastante novedosa en nuestro país, más aún si nos centramos en el sector de los servicios públicos, en nuestro caso deportivos, donde a pesar del notable aumento en el interés por la calidad del servicio son muy escasas las referencias sobre el desarrollo de planes de calidad (Morales Sánchez, 2003). La importancia que ha venido adquiriendo el fenómeno del deporte en los últimos años ha provocado un profundo cambio en la actitud de los/as ciudadanos/as, aumentando las exigencias y también las expectativas respecto a los servicios públicos deportivos, y demandando una gran variedad de programas de actividad física, profesionales cualificados, instalaciones adecuadas en cuanto a imagen, dimensiones, higiene, seguridad, etc. De esta forma, la principal preocupación de las administraciones debe ser hacer frente a todas estas demandas y cumplir así con las expectativas a través de servicios deportivos que logren satisfacerlas.

Este enfoque hacia la búsqueda de la calidad resulta cada día más incuestionable, por lo que los servicios municipales deportivos deben comenzar a implantar las bases de lo que será su política de calidad, concentrando sus esfuerzos en mejorar las prestaciones y los recursos utilizados desde un punto de vista enfocado a la calidad de su servicio.



Según Gallardo y Jiménez (2004) la calidad viene a ser el resumen de la satisfacción total de los clientes sobre un servicio, por ello, el concepto de calidad estará en la mente de cada cliente siendo el objetivo conocer al cliente y cubrirles sus necesidades, superando sus expectativas para favorecer el concepto de excelencia y calidad total.

Pérez (1994) centraba las características de los servicios públicos en diez aspectos en los que el factor humano, en este caso traducido a la atención al usuario, adquiere todo el protagonismo:

- Disponibilidad de fácil contacto, telefónico y personal en la oficina (proximidad y horario).
- Trato amable, rápido y eficaz del personal tanto directamente como por teléfono.
- Tiempo transcurrido desde que el cliente solicita el servicio hasta que lo recibe.
- Rapidez y sencillez de la tramitación.
- Rapidez y eficacia en la resolución de quejas.
- Información y asesoramiento que el usuario recibe antes, durante y con posterioridad al servicio.
- Calidad del servicio (entendida como atributo del producto).
- Cumplimiento de los compromisos adquiridos.
- Sencillez de la factura y de las tarifas.
- Disponibilidad y voluntad de satisfacer.

Morales Sánchez (2003), cuyas investigaciones en el ámbito de la calidad de servicios aportan una importante visión desde la psicología del consumidor, considera que un servicio deportivo de calidad es aquel que satisface una necesidad expresada y cumple con las expectativas de sus clientes. Así, el servicio recibido menos las expectativas creadas podrá dar lugar a tres niveles de calidad:

- *Calidad normal*: servicio recibido igual a expectativas creadas.
- *Calidad superior*: servicio recibido mayor que las expectativas creadas.
- *Calidad inferior*: servicio recibido menor que las expectativas creadas.



Asimismo, considera una serie de factores principales en los servicios municipales deportivos que se detallan a continuación:

- Aspectos arquitectónicos, dentro de los cuales habría que diferenciar entre criterios funcionales (terminaciones de obras adecuadas, comunicaciones sencillas, diferenciación de zonas, etc.), criterios decorativos (variación de colores, adecuación del equipamiento y mobiliario, estilo personal diferenciado, luminosidad, etc.) y criterios socioculturales (instalaciones alegres y atractivos).
- Mantenimiento de las instalaciones, considerando limpieza e higiene de la zona deportiva, de los vestuarios, aseos, duchas y zonas anexas; orden general en cuanto a equipamiento y mobiliario en su lugar específico, almacenes ordenados, recepción “transparente” o sistematización; mantenimiento referido a la resolución rápida de averías o problemas, material y equipamiento deportivo en buenas condiciones, limpieza en la terminación de los trabajos, etc.
- Contenidos y características de las actividades consideradas como el eje principal de las entidades. En este sentido, estarían los objetivos, debiendo ser claros y estar delimitados, siendo asimismo adecuados a los intereses y necesidades de las personas que busquen el bienestar y la salud de los clientes; las características de las actividades deben favorecer la comunicación, ser recreativas, variadas, prácticas, de intensidad controlada y progresiva.
- El personal técnico deportivo como uno de los principales factores de la actividad al estar en contacto directo con los/as usuarios/as. Entre sus habilidades, debe disponer de los conocimientos necesarios sobre la actividad deportiva, elevada capacidad de compromiso y de trabajo, recursos didácticos y pedagógicos, adecuada preparación técnica, buena comunicación, con amabilidad y educación, saber escuchar los intereses de los demás, actitudes siempre positivas sabiendo transmitir ilusión y alegría, sin olvidar que su atención debe ser personalizada hacia el usuario.



- El personal de la instalación o de servicio también resulta vital al representar a la organización y ser una prolongación de la misma, debe preocuparse por resolver los problemas de los/as usuarios/as por lo que debe ser eficaz y eficiente, con un trato personal, atento, sincero y educado.
- El ambiente sociocultural de la entidad, referido a la cultura, los valores y las normas de funcionamiento de la entidad, cumpliéndolas y transmitiéndolas. De esta forma, se deben fomentar y realizar ciertas conductas adecuadas como la imagen corporativa (vestimenta adecuada, forma de hablar, trato con el usuario, etc.), la organización de actividades tanto deportivas como extradeportivas, actitudes educativas con los niños, fomentar las relaciones amistosas y el juego limpio, facilidades de acceso a la información relativa a la instalación, inscripción a las actividades y reserva de instalaciones, de tramitación de quejas y/o sugerencias, así como el contacto directo tanto con el profesorado como con la dirección.
- La comunicación de la entidad con el cliente en cuanto a las normas de uso, de inscripción y reserva, información sobre los nuevos servicios, los cambios en el programa de actividades, las tarifas, la cultura de la empresa, los compromisos de la entidad o las cartas de servicios.
- La evaluación de los servicios y el tratamiento adecuado de las quejas, reclamaciones y sugerencias.

Para la consecución de un servicio municipal deportivo de calidad es necesario disponer de las herramientas necesarias que, una vez aplicadas, sirvan para mejorar, por lo que resulta fundamental la evaluación adecuada de la percepción de los/as usuarios/as de todos esos aspectos que engloban el servicio deportivo que reciben.



4.4. LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS:

La satisfacción es otro de los pilares básicos para que una empresa u organización funcionen bien. El cliente debe constituir el centro de toda organización. «*Sin usuarios no hay organización*».

En las organizaciones de actividad física hay que diseñar constantemente acciones con la finalidad de satisfacer y mantener a los clientes de una forma estable, por lo que interesa, en gran medida, conocer su comportamiento como consumidores, así como las valoraciones que hacen sobre las actuaciones que la empresa realiza.

La satisfacción es una constante en los intercambios comerciales independientemente de la actividad que desarrolla la empresa, incluso se puede afirmar que la obtención de beneficios económicos o sociales, a medio o largo plazo, no son posibles si los clientes no quedan satisfechos. La satisfacción constituye para la empresa una necesidad y para el individuo, un deseo.

La naturaleza de la satisfacción del cliente externo está basada para Luna Arocas (1998) en la evaluación que el cliente realiza sobre los atributos del servicio correspondiendo a un proceso cognitivo. Sin embargo, posteriormente se amplía este concepto entendiendo que la satisfacción también está relacionada con las emociones que produce el servicio. Incluso la naturaleza de la satisfacción puede corresponder a una relación que comprenda un enfoque cognitivo y afectivo simultáneamente.

Se pueden, pues, agrupar los diferentes modelos en los apartados: *modelos de naturaleza cognitiva* (paradigma desconfirmación de expectativas); *modelos de naturaleza afectiva* (corriente hedonista); *modelos de naturaleza cognitivo-afectiva*; y los *modelos basados en las necesidades*.

Finalmente será imprescindible tener en cuenta ambos conceptos, tanto el de calidad como el de satisfacción, ya que ambos son necesarios y complementarios. Para mí no puede existir uno sin el otro, siempre deberán ir unidos.



Dada la similitud conceptual entre los constructos de calidad de servicio y satisfacción, no es sorprendente que están altamente correlacionados. Actualmente, la mayoría dos autores sugieren que la calidad del servicio y la satisfacción son constructos distintos.

Pero a pesar que en ambos casos hablamos de evaluaciones subjetivas por parte de los consumidores o usuarios, es importante destacar ciertas diferencias, señalando que las investigaciones realizadas sobre la satisfacción se centraron en las evaluaciones posteriores al consumo o compra, mientras que la investigación sobre actitudes enfatizó la atención en evaluaciones anteriores a la decisión de consumo y compra.

Parece que no queda claro, segundo la literatura especializada, si la calidad de servicio es un antecedente o un consecuente da satisfacción.

Inicialmente, algunos autores señalaron la *satisfacción como un antecedente da calidad percibida*. El argumento básico de esta posición consiste en que a partir de las experiencias de satisfacción con varios encuentros de servicio se desarrolla y se va modificando una actitud global a largo plazo, es decir, mediante la acumulación de evaluaciones específicas (satisfacción con transacciones) se llega a una evaluación global (calidad percibida).

Parasuraman et al. (1988) sostiene que experiencias satisfactorias a lo largo del tiempo dan lugar a percepciones positivas de calidad de servicio.

Otros trabajos defienden la postura contraria, es decir, que *la calidad de servicio es un antecedente de la satisfacción de los clientes*. En este sentido, el trabajo de Cronin y Taylor (1992) somete a examen el orden causal da relación entre calidad de servicio y satisfacción, utilizando un modelo de ecuaciones estructurales. La investigación pone de manifiesto que de las dos relaciones recíprocas posibles, la única significativa es la que propone la calidad como antecedente da satisfacción.



Sin embargo, es posible una postura intermedia, en la que la calidad de servicio percibida es considerada tanto un antecedente como un consecuente de la satisfacción. Así la satisfacción en una transacción concreta vendría determinada entre otros factores por la calidad de servicio; a su vez, la satisfacción influye en la evaluación a largo plazo de la calidad de servicio que perciben los individuos.

4.5. INSTRUMENTOS DE MEDIDA EN EL ESTUDIO

En la actualidad la calidad se ha convertido en una necesidad para garantizar la continuidad y el progreso de las empresas, generando beneficios que repercutan en los clientes, en los directivos, en los empleados y en la imagen de la organización. Además, el gran desarrollo que en los últimos años ha tenido el sector servicios, ha hecho que se afronte la calidad desde el punto de vista de la calidad de servicio, considerándose éste como el mayor potencial en cuanto a superioridad competitiva que hoy en día pueden tener las empresas. Todo esto hace que cada vez sean más las investigaciones que tratan de identificar los puntos clave a tener en cuenta para obtener el máximo rendimiento, coincidiendo una parte de ellas en el estudio de la satisfacción y la calidad de los servicios deportivos desde el punto de vista del usuario.

La principal aportación en el estudio de la calidad de servicio es la realizada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985). Estos autores, desarrollan un modelo sobre la calidad de servicio percibida con cinco desajustes que a su entender son la causa de la calidad o la no calidad. El desajuste cinco, definido como la diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido, es el concepto clave del modelo y viene determinado por otros cuatro desajustes que ocurren en los procesos propios de las empresas. Estos desajustes tienen su origen en la falta de conocimiento de las expectativas del usuario. Proveniente de esta primera aproximación, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988, 16) definen la calidad de servicio percibida como “un juicio global, o actitud, relativa a la superioridad del servicio”, y aplicando el concepto al deporte, la calidad percibida de servicios deportivos puede ser una medida de los juicios acerca de la excelencia global del prestatario al dar un servicio al consumidor de deporte, o “la satisfacción de los requerimientos, deseos y expectativas de los clientes-usuarios de un servicio deportivo” (Mundina y Calabuig, 1999, 80).



El instrumento de medición que crean para desarrollar su modelo lo denominan **SERVQUAL** (*service quality*). Consiste en una escala de 22 ítems sobre las expectativas de los clientes referidas a una categoría de servicio, que vienen emparejados a 22 ítems sobre las percepciones que han tenido en relación al servicio evaluado en particular. Los 22 ítems se agrupan en 5 dimensiones (tangibles, empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad). Proponen una alternativa de respuesta tipo Likert de 7 puntos donde contestar 1 significa estar muy en desacuerdo y 7 muy de acuerdo con la sentencia. La calidad de servicio según este modo de operativización viene determinada por la suma de las diferencias entre cada par de ítems (percepciones menos expectativas).

A pesar de que SERVQUAL es considerado el instrumento más importante y más referenciado en la literatura, también es criticado por diferentes cuestiones como la inclusión de las expectativas en la escala y la estabilidad de las dimensiones en diferentes tipos de servicios.

Este instrumento ha sido aplicado en diferentes categorías de servicios dando resultados acordes con las tesis de sus autores como con las tesis de sus críticos, aunque cada vez hay más evidencias en la falta de estabilidad de las dimensiones cuando se analizan categorías de servicios diferentes.

Los estudios sobre calidad de servicio percibida y satisfacción de los usuarios de instalaciones deportivas no han sido ajenos a este debate y también han utilizado la escala SERVQUAL. De este modo se podrían diferenciar dos líneas de análisis, una que adapta esta herramienta a los servicios deportivos y otra que opta por diseñar sus propias medidas.



Respecto a la aplicación de la escala SERVQUAL íntegra en servicios deportivos, se observa una primera aportación realizada por MacKay y Crompton (1989) que presentaban un modelo conceptual para evaluar la calidad de servicios recreativos o de ocio. El tipo de servicios que estudian estos autores no es exclusivamente deportivo, hacen referencia a los centros de ocio donde se ofertan programas de deporte y otras actividades como pintura, dibujo o teatro. Encontraron diferencias en las expectativas de los clientes dependiendo de si es un servicio público o privado. Con todo esto, los autores han operacionalizado las características de los servicios y han incluido las diferencias que hay en la formulación de expectativas para presentar un modelo con el que evaluar la calidad percibida de servicios de recreación.

Los mismos autores, presentan un trabajo para determinar cuáles son las dimensiones más valoradas en los servicios de recreo de carácter público. En el estudio, hipotetizaron que no todas las dimensiones de servicio tendrían la misma importancia en los distintos programas analizados. La hipótesis se confirmó y de las cinco dimensiones determinadas a priori (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad), la de seguridad fue la más valorada en tres de los cuatro programas analizados y empatía la menos soportada. Los programas analizados fueron: clase de pintura, excursiones, clase de fitness y hockey hielo. Concluyen afirmando que no todas las dimensiones son igualmente valoradas por los usuarios para diferentes servicios. En otro estudio (Crompton, MacKay y Fesenmaier, 1991), se observa después del análisis factorial como se confirman cuatro (seguridad, capacidad de respuesta, fiabilidad y tangibles) de las cinco dimensiones hipotetizadas.

Wright, Duray y Goodale (1992) aplican la escala SERVQUAL de modo íntegro pero resultó ser una herramienta demasiado genérica para recabar información específica sobre el servicio investigado. Es por ello que los autores han optado por hacer algunas modificaciones a la escala y adaptarla al servicio deportivo.



Otra aproximación que se ha hecho al tema aportando un marco conceptual ha sido la desarrollada por Howat et al. (1993). Estos autores también realizan una propuesta de medición y control de la calidad de servicio en centros deportivos. Posteriormente ponen en práctica los instrumentos de medida en Australia y Nueva Zelanda y detectan que existen diferencias estadísticamente significativas para cada país en las expectativas que determinan los atributos de calidad de los servicios.

En otro estudio Absher et al.(1996), consideran que la escala diseñada es útil para que los propios gestores puedan medir y controlar la calidad de los servicios que ofrecen. Finalmente, Howat et al. (1996) concluyen que la escala diseñada para evaluar la calidad de servicio (CERMCSQ) muestra cuatro dimensiones muy estables como son los servicios básicos, el personal, las instalaciones y los servicios complementarios. Estos autores indican que aunque se han basado en el modelo de Parasuraman et al. (1985), las dimensiones que proponen difieren de las del SERVQUAL y no debe de extrañar pues los servicios deportivos son muy distintos de los financieros.

Cristóbal y Gómez (1999) aplican el método Delphi de consulta de expertos y evalúan la viabilidad de la utilización de la nombrada escala para las entidades deportivas. Con este método, reformulan las 22 declaraciones generalistas de la escala SERVQUAL y la adaptan al sector deportivo. En la misma línea, Rodríguez et al. (2003) adaptan la escala de Parasuraman et al. (1988) a los eventos futbolísticos. Estos autores proponen una reducción del SERVQUAL original de 22 ítems a uno adaptado de 13 ítems. El trabajo se desarrolló en un estadio de la primera división de fútbol española y se identificaron cuatro factores de calidad percibida tales como servicios anexos, personalidad del equipo, instalaciones físicas y nivel de la plantilla.

También realizan un análisis cluster donde clasifican a los espectadores en tres grupos en función de la valoración de la calidad y los definen como satisfechos, sensibles y descontentos.



Por otra parte, otros autores aplican las diez dimensiones de calidad propuestas por Parasuraman et al. (1985) para evaluar un campus de atletismo. Evalúan a los niños y a los padres encontrando que en el caso de los padres las dimensiones de calidad se reducen a cuatro y en la muestra de alumnos se queda en cinco dimensiones.

Otra aportación importante, por su novedad, es la realizada por Mundina et al. (2005) en los Juegos Mediterráneos de Almería. Estos autores analizan la calidad de servicio percibida por los deportistas de estos juegos a través de una adaptación de la escala SERVQUAL en la versión de percepciones. Los principales resultados encontrados indican que las dimensiones de calidad mejor valoradas fueron la seguridad y la empatía. El análisis factorial exploratorio realizado por estos autores propuso cuatro dimensiones, una menos de las indicadas por los autores de SERVQUAL. Los dos factores que se agruparon conformando uno único fueron los de fiabilidad y capacidad de respuesta.

Otros trabajos han analizado la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de instalaciones deportivas desarrollando herramientas diferentes a SERVQUAL y específicas para el tipo de servicio estudiado. En un servicio deportivo público, como es el servicio de deportes de la Universitat de València, se han realizado estudios sobre la calidad percibida por los usuarios. En estos trabajos se aportan resultados sobre como utilizar las medidas de satisfacción para mejorar la gestión de instalaciones deportivas (Calabuig y Saura, 1999). Los resultados indican que, en el caso de esta universidad, los dos factores más influyentes en la satisfacción son la gestión de las instalaciones y del personal.

Desde el punto de vista de los momentos de la verdad se ha desarrollado una herramienta para analizar la satisfacción de los clientes de un centro deportivo privado (Luna-Arocas, Mundina y Carrión, 1998). El desarrollo de la herramienta recoge todos los momentos en que el cliente entra en contacto con el servicio, desde el primer instante hasta la salida. También se incluyen preguntas sobre motivaciones para poder aplicar técnicas de segmentación.



Es importante resaltar un trabajo que ha dado como resultado una herramienta de medida de la calidad percibida de los servicios deportivos en Korea, el QUESC (Kim y Kim, 1995, 211). Los autores justifican su decisión de desarrollar una nueva escala de medida, en la falta de precisión del SERVQUAL de Parasuraman et al. (1988) para determinar las dimensiones del servicio, pues según afirman, con dicho instrumento las dimensiones “dependen de la categoría de servicio investigado”. Las dimensiones obtenidas por el QUESC son: el ambiente, actitud de los empleados, fiabilidad, información, programación, consideración personal, precio, exclusividad, privacidad, conveniencia, estimulación y oportunidad social. Según los autores, de las doce dimensiones halladas, solo siete muestran correspondencia con SERVQUAL.

Alexandris et al. (2004) estudian la relación existente entre la calidad de servicio, la satisfacción del consumidor y el compromiso psicológico en un club de salud. Estos autores aplican el modelo de Brady y Cronin (2001) de un modo simplificado a la industria del fitness. Como principales conclusiones se puede citar que el entorno físico y la calidad del resultado son las dos dimensiones de calidad que tienen una influencia significativa sobre la satisfacción. Además, la satisfacción tiene a su vez una mayor influencia sobre las comunicaciones boca a oído que sobre el compromiso psicológico.

Por otra parte, Afthinos, Theodorakis y Nassis (2005) aplican el cuestionario QUESC de Kim y Kim (1995) en su versión de expectativas para determinar como pueden segmentar o diferenciar a los usuarios de instalaciones en función de variables sociodemográficas o variables como el tipo de instalación y los motivos de asistencia.

Éstos han encontrado diferencias estadísticamente significativas respecto a las expectativas de calidad de servicio en función del género, la edad, los motivos de asistencia y del tipo de instalación (pública o privada).

Un trabajo desarrollado a partir de investigaciones preliminares aporta una herramienta de medida de la calidad de servicio percibida de los espectadores de eventos deportivos denominada EVENTQUAL (Mundina et al., 2005). De la aplicación de esta escala se extraen cuatro dimensiones de calidad de los eventos deportivos como son los tangibles, el personal, los servicios complementarios y la accesibilidad.



Bodet (2006) analiza la satisfacción de los usuarios de los servicios de diversos clubs de fitness en Francia. Con una muestra de conveniencia encuentra que hay cuatro grandes elementos que influyen en la satisfacción de los usuarios. El primero de ellos lo denomina clave, el segundo básico, el tercero secundario y el cuarto lo nombra como elementos añadidos.

Dorado (2007) determina siete factores de calidad en servicios deportivos municipales como son el coste, el personal, las instalaciones, el funcionamiento general, calidad y quejas. El elemento mejor valorado es el personal y el peor las instalaciones deportivas.

Con todo esto se observa como la investigación sobre la calidad de servicio en entidades y servicios deportivos se ha centrado en la evaluación de expectativas y percepciones de los usuarios para determinar los atributos, que desde el punto de vista del usuario, configuran la percepción de calidad en los servicios deportivos.

En mi investigación utilizaré el SERPERF, este instrumento tiene los mismos atributos y dimensiones que el SERVQUAL para únicamente valorar las percepciones de los consumidores como formadoras de las dimensiones de la satisfacción. (Cronin y Taylor, 1992)

4.6. MOTIVACIONES Y EXPECTATIVAS

Todo estudio de satisfacción debe partir del análisis de dos conceptos básicos en la psicología del consumidor, es decir, las motivaciones y las expectativas. Las motivaciones son relevantes porque fundamentan el impulso que lleva al usuario a vivir o desarrollar la experiencia deportiva.



Conocer las motivaciones de nuestros usuarios posibilita la estrategia de marketing así como las acciones a desarrollar en el operativo. Las motivaciones son los elementos básicos que dan sentido a la experiencia deportiva y que como tales actúan sobre los sujetos incitándolos a la acción. Es importante subrayar que muchas empresas deportivas no conocen los pilares básicos de su negocio, principalmente cuando se habla de instalaciones y grandes inversiones económicas.

El experto en marketing del deporte debe tener la estrategia (y con ello la información) para poder articular un plan de marketing ordenado y sistemático en el tiempo. Las motivaciones varían y como tal los diferentes motivos por los que los consumidores realizan las prácticas deportivas o consumen determinados productos, servicios o ideas.

Por todo ello, un planteamiento de empresa con la filosofía de la satisfacción como modelo de estructuración de los servicios y con la información motivacional suficiente, comprende dos de los tres principales elementos para poder gestionar la empresa de modo eficaz. Así, conceptos estratégicos tales como el posicionamiento o la segmentación se estructuran de modo adecuado en la información motivacional.

Por otra parte, el concepto de expectativa es básico para la comprensión de los consumidores y sobre todo para la satisfacción de los mismos. Conocer las motivaciones y expectativas de nuestros usuarios, nos permite establecer tipologías de acción específica (segmentación) que fundamenten nuestra relación de intercambio.

Las expectativas son los elementos tangibles y no tangibles que el consumidor, y con él sus motivaciones, esperan encontrar en el transcurso del consumo de un servicio, producto o idea. Por todo ello, estos conceptos mentales toman cuerpo desde la psicología del consumidor y estructuran un mapa perceptivo de la realidad del mercado. El concepto de implementación, donde interviene el análisis de la satisfacción, de las motivaciones y de las expectativas, da significado a parte de la realidad de la gestión deportiva necesaria para la comprensión y análisis diario del consumidor.



4.7. EL ANÁLISIS DE IMPORTANCIA-VALORACIÓN

El Análisis de Importancia-Valoración (IPA: *Importance-Performance Analysis*) constituye una aproximación indirecta a la medida de la satisfacción que permite representar, de manera sencilla y funcional, los puntos fuertes y áreas de mejora de un determinado producto o servicio.

Partiendo de la *importancia* y la *valoración* que los usuarios otorgan a cada uno de los atributos relevantes de un servicio, es posible obtener un gráfico dividido en cuatro cuadrantes en los que se incluyan recomendaciones para la gestión de los recursos organizacionales. Sin embargo, esta herramienta ha estado sujeta a controversias desde sus orígenes, referidas fundamentalmente a la colocación de los ejes que definen los cuadrantes y a la conceptualización y medición de la importancia de los atributos que componen el servicio.

El IPA se fundamenta en una serie de aportaciones teóricas entre las que destacan los modelos multiatributo y de expectativa-valor (Fishbein y Ajzen, 1975; Rosenberg, 1956; Wilkie y Pessemier, 1973).

Partiendo de una visión cognitiva del ser humano como un «procesador de información», estos modelos sostienen que cada servicio está compuesto por una serie de atributos independientes y que las actitudes de los consumidores se conforman mediante la agregación ponderada de las evaluaciones de cada uno de estos atributos, por lo que se sugiere la necesidad de realizar un análisis pormenorizado de todos los elementos que configuran el servicio (Varela, Picón y Braña, 2004; Varela, Prat, Voces y Rial, 2006).

De esta manera, la valoración global de los consumidores o usuarios puede ser estimada mediante la agregación de la *importancia* o relevancia que posee cada uno de los atributos para los sujetos y la *valoración* de la prestación de cada uno de esos atributos o procesos por parte del proveedor del servicio.



4.8. PREMISAS QUE CONDICIONAN LA GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS

- El sector es altamente dinámico y cambiante (Martínez-Tur et al.2001; Morales et al, 2005) nuevas actividades, productos, equipamientos e instalaciones inundan cíclicamente el mercado del ejercicio físico. La individualización, los cambios en las necesidades deportivas y el rápido desarrollo tecnológico hacen necesaria una elevada capacidad de adaptación y flexibilidad de la oferta por parte de los Centros de Fitness. Esto implica establecer procedimientos para realizar un seguimiento de lo que ocurre en el exterior, preocupándonos especialmente de la evolución de la oferta de los centros deportivos de carácter comercial.
- Se pueden llegar a establecer diversos perfiles de usuarios físico-deportivos utilizando variables sociodemográficas, actitudinales y motivacionales hasta obtener una segmentación integral (Rial, Alonso,Picón y Varela, 2009). Así, en nuestro caso, antes de lanzar cualquier producto o servicio debemos determinar claramente a qué grupos concretos de la comunidad universitaria queremos “seducir”.
- El usuario demanda cada vez más una mayor personalización del servicio. Esta orientación hacia el usuario exige inexcusablemente un conocimiento preciso de sus características, intereses, posibilidades y necesidades. En un sector donde la heterogeneidad es tan evidente, la consecución de este objetivo se convierte en un elemento decisivo (Luna-Arocas, 1998).



- Una nueva concepción de la práctica físico-deportiva como medio de potenciación de la calidad de vida a partir de la mejora y el mantenimiento de la salud, propicia una nueva orientación de nuestro trabajo. La oferta deportiva se desplaza desde una vertiente vinculada prioritariamente al rendimiento, a una más rica y diversa, orientada a la práctica saludable, al ocio o a la mejora de la imagen personal. Esta nueva vía incorpora además la “personalización” del servicio como nota destacada.
- El aumento de la oferta ha ido formando a los usuarios dentro de una cultura deportiva más crítica, de manera que disponen cada vez de más elementos de referencia y están más educados, deportivamente hablando (Dorado y Gallardo, 2004). Este hecho hace necesaria la evaluación sistemática de sus percepciones como parte de un proceso que nos lleve a la mejora continua.



5. INVESTIGACIÓN

5.1. METODOLOGÍA

Con el fin de conseguir los objetivos propuestos anteriormente utilicé una metodología basada en un cuestionario de calidad y satisfacción de Cronin y Taylor (1992) (SERPERF) combinado con la creación de ítems personales, lo que hace un total de 25 ítems.

5.2. UBICACIÓN

Actividades deportivas municipales (Ayuntamiento de Laracha) en concreto realizado en mantenimiento, aerobio, patinaje y baloncesto.

5.3. MUESTRA

Participaron un total de 67 personas, 8 hombres y 59 mujeres, con una edad comprendida entre los 10 y 77 años.

El total de usuarios de las instalaciones deportivas municipales es de 306 a fecha de diciembre de 2012 que representa un 0,45% del total de habitantes del Concello (1142).

La muestra representa el 21,90 % de los usuarios ya que se entrevistó a los usuarios de las cuatro actividades que asistían a cada actividad. El bajo porcentaje de respuestas puede deberse a que el 100% de los usuarios ya no asistían con regularidad a las clases por eso no realizaron todos el cuestionario.



5.4. INSTRUMENTOS:

El instrumento de medición es el serperf de Cronin y Taylor (1992), que centra su acción en la medición de las percepciones que el cliente tiene sobre el servicio recibido, en el que su valoración corresponde a una escala tipo Likert de 7 valores:

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- Bastante en desacuerdo
- 3.- Algo en desacuerdo
- 4.-Ni en desacuerdo ni en acuerdo
- 5.-Algo de acuerdo
- 6.- Bastante de acuerdo
- 7.- Totalmente de acuerdo

El cuestionario consta de 25 ítems algunos de ellos de elaboración propia. Se recoge en los anexos de este trabajo.

5.5. PROCEDIMIENTO

Para la realización de la investigación me puse en contacto con el responsable de las actividades municipales y así solicitar el permiso para poder pasar el cuestionario. Las encuestas se pasaron los meses de mayo y junio tres días semanales elegidos en función de la actividad y del horario de la misma.

- Lunes de 17,00 a 19,00 horas
- Martes de 18,00-20,00 horas
- Viernes de 16,00- 19,00 horas



En cada una de las clases expliqué mi objetivo principal para que entendiesen el porqué de pasar mi cuestionario. No surgió ningún problema aunque en algunos casos, en especial en las clases de mantenimiento necesitaron ayuda a la hora de cubrir el cuestionario, recibí un gran apoyo para poder llevar a cabo mi trabajo.

5.5. ANÁLISIS DE DATOS:

Utilicé para el trabajo el programa SPSS (Statistical Package for de Social Sciences) versión 18.0 y el Microsoft Office Excel 2007 de Windows.



6. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

6.1.- CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA:

PRUEBAS DE NORMALIDAD

Las **pruebas de normalidad** (Prueba de Kolmogorvo-Smirnov, con significación 0,5) en lo relativa a las características de la muestra como a los resultados obtenidos en las respuestas a los 25 ítems nos indican que la distribución es normal en todos los casos.

6.1.1.- DATOS DESCRIPTIVOS:

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
EDAD	67	10	77	45,10	22,729
AÑOSPRACTICA	67	1	10	3,93	2,636
FRECUENCIA	67	1	4	2,03	,717
N válido (según lista)	67				

Tabla 3.- Características de la muestra

Estadísticos descriptivos

SEXO		N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
MUJER	EDAD	59	10	77	48,66	20,745
	AÑOSPRACTICA	59	1	10	4,00	2,748
	FRECUENCIA	59	1	4	1,92	,677
	N válido (según lista)	59				
HOMBRE	EDAD	8	10	69	18,88	20,301
	AÑOSPRACTICA	8	1	6	3,38	1,598
	FRECUENCIA	8	2	3	2,88	,354
	N válido (según lista)	8				

Tabla 4.- Características de la muestra según sexo



La investigación reúne a una muestra de 67 sujetos, entre ellos 8 hombres y 59 mujeres. Encontramos una gran diferencia de participación entre ambos sexos, posiblemente debido a que el sexo masculino por motivos de trabajo y horarios no puede gozar de tanto tiempo libre o también puede que sea por el tipo de actividades estudiadas, ya que los hombres suelen estar especialmente integrados mayoritariamente en el fútbol, que al ser un club no será estudiado en este trabajo.

En la mayoría de los estudios encontrados que analizan la satisfacción de las actividades deportivas municipales encontramos resultados bastante similares ya que la mayoría de los usuarios son mujeres. En el estudio de evaluación de la calidad de las instalaciones deportivas realizado por la Fundación de deportes de Málaga 2013, se observan resultados diferentes en función de la instalación estudiada. En el de Palma Mallorca la muestra está formada por 162 hombres y 244 mujeres. En cambio en Benalmádena 2013 encontramos un 53,03 % son hombres y un 46,97 % mujeres, un porcentaje casi similar entre hombres y mujeres.

Podíamos justificar estos resultados por centrarse nuestro trabajo en un centro rural, no urbano y que carece de instalaciones deportivas más asociadas con la práctica deportiva masculina (trabajo de pesas, equipos deportivos...) que en nuestro caso no están bajo la dirección del ayuntamiento.

En cuanto a la edad existe una media de 45,10; el estudio es realizado a personas entre los 10 y 77 años, pero la edad que más abunda es mayor de 60 años ya que una actividad de las estudiadas y en la que la participación es alta es la de mantenimiento. Recordemos además que en la franja de edad de 50-70 años se encuentra el 27% de la población del ayuntamiento.

Aunque no representan la categoría de edad más numerosa en el Ayuntamiento si lo comparamos con otros estudios como el de Palma de Mallorca se observa que la media es de 41 años y en el estudio de Benalmádena el mayor porcentaje de usuarios se encuentra entre los 26 y 45 años, con 37,90 %.

6.1.2.- DATOS FRECUENCIALES

ACTIVIDADES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MANTENIMIENTO	32	47,8	47,8	47,8
	AEROBIC	20	29,9	29,9	77,6
	PATINAJE	7	10,4	10,4	88,1
	BALONCESTO	8	11,9	11,9	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Tabla 5.- Variedad y frecuencia de actividades realizadas

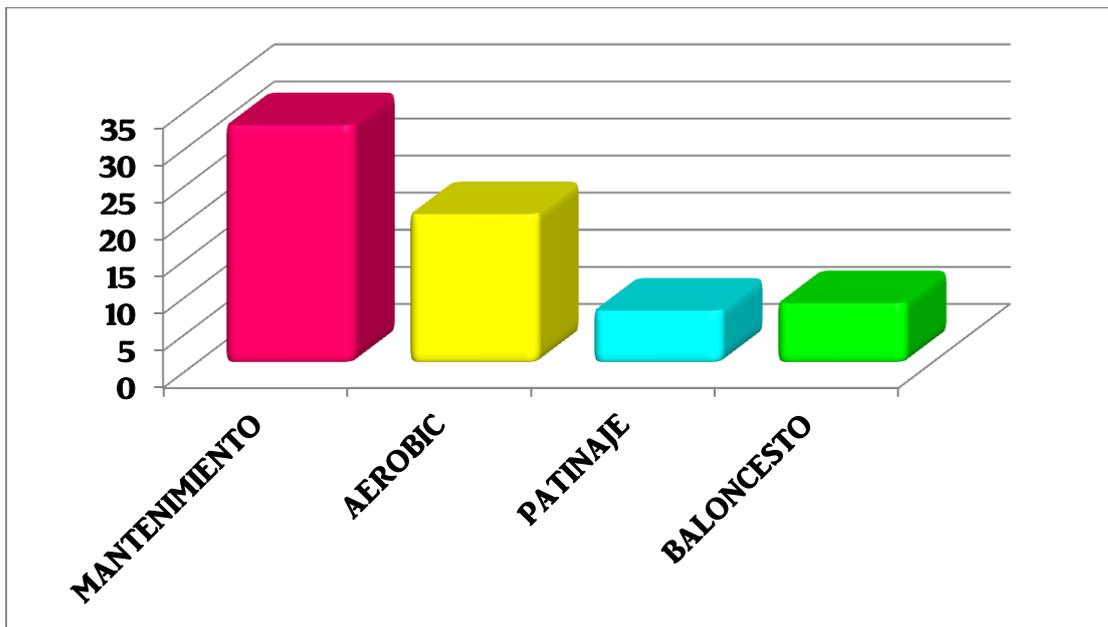


Gráfico 3.- Variedad y frecuencia de actividades realizadas

Como podemos observar la actividad más practicada en nuestro ayuntamiento es el Mantenimiento. Se debe a que la mayoría de la población es mayor y se realiza en casi todas las parroquias. Además los niños y niñas están apuntados mayoritariamente en clubs; de fútbol, baloncesto, patinaje, natación,...

Las actividades en otras investigaciones son diferentes ya que son ayuntamientos más grandes y abarcan más actividades propias. En el caso del estudio de Benalmádena por ejemplo el deporte más practicado es el fitness.

AÑOS DE PRÁCTICA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	12	17,9	17,9	17,9
	2	14	20,9	20,9	38,8
	3	10	14,9	14,9	53,7
	4	7	10,4	10,4	64,2
	5	9	13,4	13,4	77,6
	6	4	6,0	6,0	83,6
	7	2	3,0	3,0	86,6
	8	3	4,5	4,5	91,0
	9	2	3,0	3,0	94,0
	10	4	6,0	6,0	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Tabla 6.-Datos relativos a los años de práctica

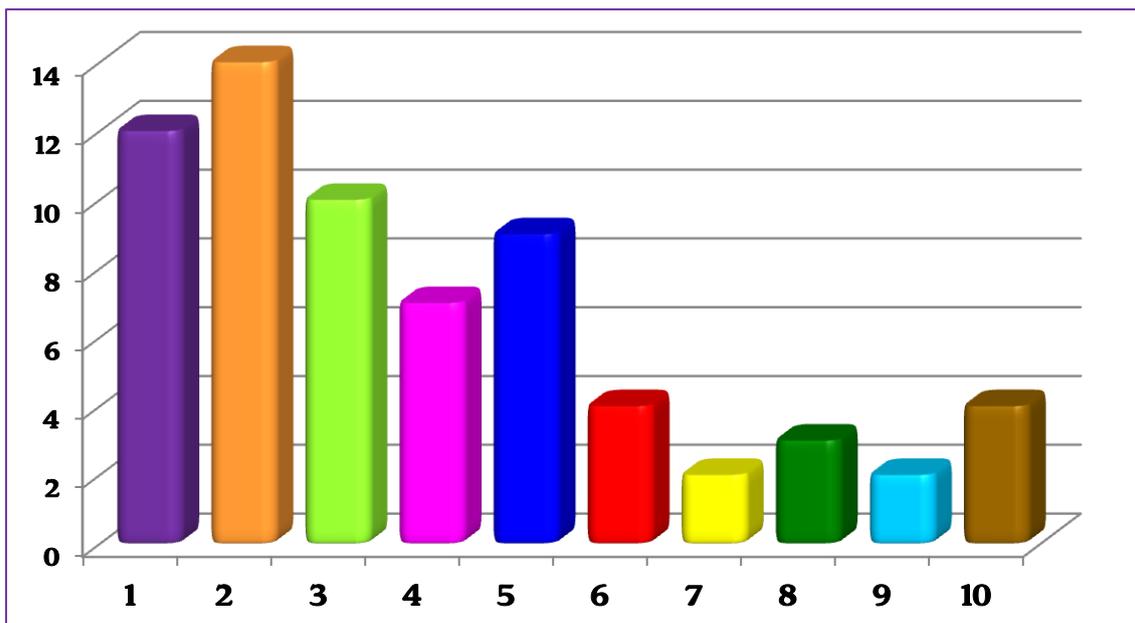


Gráfico 4.-Datos relativos a los años de práctica

Las personas llevan en las prácticas deportivas municipales entre 1 y 3 años la mayoría. Existen pocas personas que lleven más de 5 años en las actividades, esto se debe a que la promoción del deporte se hizo mayor con el paso del tiempo y además las oportunidades fueron creciendo. A parte de eso que actualmente practicar deporte forma parte de la preinscripción médica.



MOTIVACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SALUD	9	13,4	13,4	13,4
	DIVERSION	28	41,8	41,8	55,2
	SOCIALIZAR	4	6,0	6,0	61,2
	ACTIVIDAD FISICA	24	35,8	35,8	97,0
	EXITO	1	1,5	1,5	98,5
	MONITOR	1	1,5	1,5	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Tabla 7.- Datos relativos a la motivación

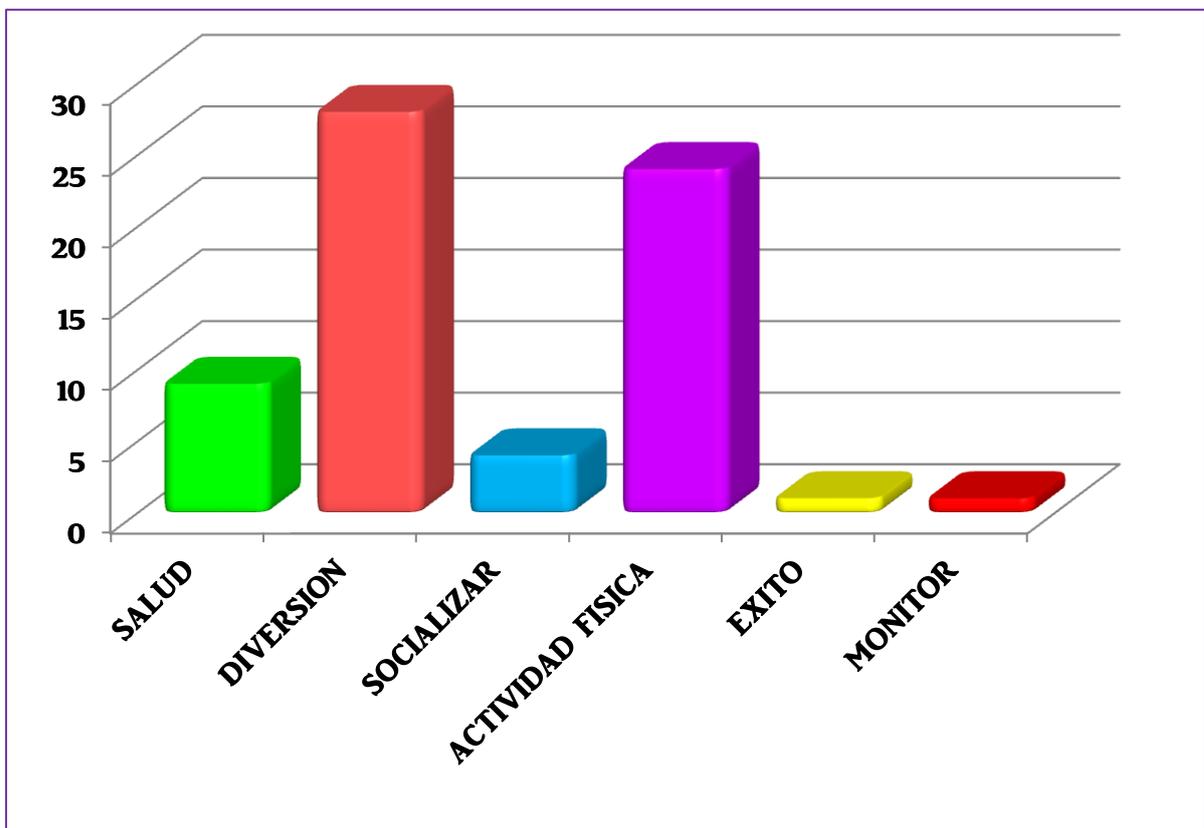


Gráfico 5.-Datos relativos a la motivación



La motivación más destacada es hacer deporte por diversión con un 41,8%, ya que siempre se juntan en las clases un grupo de personas que al cabo de un tiempo se hacen amigos, conviven y consiguen disfrutar al mismo tiempo que aprenden. Otro grupo importante considera que la realización de actividad física 35,8% es su motivación, una manera de estar en forma. Apenas suelen tener como motivación el éxito ya que las actividades estudiadas son especialmente consideradas hobby y no tienen como objetivo la competición.

En la encuesta de Benalmádena se observa que la principal motivación es por diversión igual que en nuestro estudio solo que este caso el porcentaje es igual al 23,10%, el segundo motivo por salud con un 20,29%, por mantener la línea un 15,35%, el practicar deporte por gusto ocupa el cuarto puesto con un 12,15% y por hacer actividad física que en nuestro caso posee un 35,8% en el estudio de Benalmádena tiene un 11,88%.

FAMILIARES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	37	55,2	55,2	55,2
	1	20	29,9	29,9	85,1
	2	8	11,9	11,9	97,0
	3	1	1,5	1,5	98,5
	4	1	1,5	1,5	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Tabla 8.- Datos relativos a la práctica de familiares

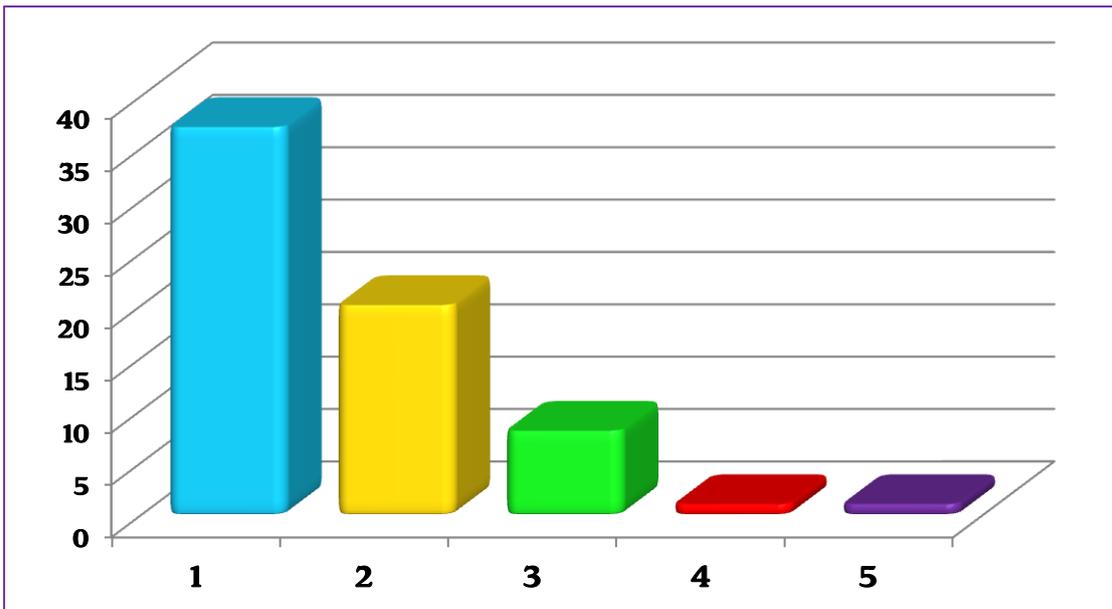


Gráfico 6.-Datos relativos a la práctica de familiares

En el caso de familiares que practican alguna de las actividades municipales se observa que en la mayoría de los casos no hay, es decir, no se podría tampoco considerar la influencia de tener un familiar para la realización de la práctica deportiva.



6.2.- RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LOS ITEMS DE LA ENCUESTA

6.2.1.- ANALISIS DE FIABILIDAD:

Estadísticos de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,807	,936	25

Tabla 9.- Alfa de Cronbach

La fiabilidad se puede definir como la capacidad de obtener resultados estables en mediciones sucesivas del mismo fenómeno. Es decir, se refiere al grado en que la aplicación repetida del instrumento (en este caso la encuesta), al mismo sujeto, produce iguales resultados. Por ejemplo, si la encuesta se aplica hoy a un grupo de personas y proporciona ciertos datos; si se aplica un mes después y proporciona valores diferentes, tal encuesta no sería fiable.

El instrumentos que sirven como base empírica a este estudio, el cuestionario de satisfacción SERVEPERF de Cronin y Taylor (1992), es un cuestionario de reconocido prestigio y cuyos valores psicométricos han sido contrastados, sin embargo, se ha optado por hacer un análisis de la fiabilidad y de la validez que permitan su utilización en futuras investigaciones en la actividad física.

Para el cálculo de la fiabilidad se ha utilizado el llamado “coeficiente α de Cronbach”, cuyo valor se encuentra dentro del intervalo entre 0 y 1, representando el valor 1 el 100% de fiabilidad. Se basa en la medición de la respuesta del sujeto con respecto a los ítems De instrumento. En el estudio efectuado presenta un valor de 0,936 demostrando una alta fiabilidad del instrumento empleado.



6.2.2.- RESULTADOS Y DISCUSION DE LOS ITEMS DE LA ENCUESTA:

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
ITEM1	67	2	7	5,54	1,259
ITEM2	67	2	7	5,39	1,114
ITEM3	67	3	7	6,33	1,006
ITEM4	67	2	7	5,88	1,274
ITEM5	67	1	74	6,33	1,566
ITEM6	67	1	7	5,00	1,758
ITEM7	67	2	7	5,36	1,227
ITEM8	67	2	7	5,55	1,222
ITEM9	67	2	7	5,52	1,260
ITEM10	67	1	7	6,22	1,191
ITEM11	67	2	7	6,39	1,086
ITEM12	67	3	7	6,57	,973
ITEM13	67	3	7	6,10	1,143
ITEM14	67	3	7	6,45	,974
ITEM15	67	3	7	6,49	,877
ITEM16	67	2	7	6,52	,894
ITEM17	67	3	7	6,28	,997
ITEM18	67	1	7	5,12	1,710
ITEM19	67	3	7	6,28	,997
ITEM20	67	2	7	5,76	1,478
ITEM21	67	2	7	5,76	1,156
ITEM22	67	1	7	5,79	1,638
ITEM23	67	1	7	4,24	2,355
ITEM24	67	2	7	6,34	1,081
ITEM25	67	3	7	6,16	1,081
N válido (según lista)	67				

Tabla 10.- Datos relativos a descriptivos relativos a los 25 ítems de la encuesta



Se presenta a continuación las respuestas de los usuarios de las actividades al cuestionario realizado, así que estudiaremos en concreto cada uno de los 25 ítems. Como podemos observar existe una media alta de satisfacción, ya que sabiendo que “1” es “totalmente en desacuerdo” y “7” es “totalmente de acuerdo” existe una media superior al 5 en todos menos un ítem que se mantiene por encima del “4”.

Podemos observar también que las desviaciones típicas de casi todas las medias están en torno a valores cercanos al 1 lo que nos indica que hay una gran agrupación de las respuestas.



1. El municipio tiene un equipamiento de apariencia moderna

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	1	1,5	1,5
	3	1	1,5	3,0
	4	14	20,9	23,9
	5	17	25,4	49,3
	6	13	19,4	68,7
	7	21	31,3	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 11.- Datos descriptivos relativos al ítem 1

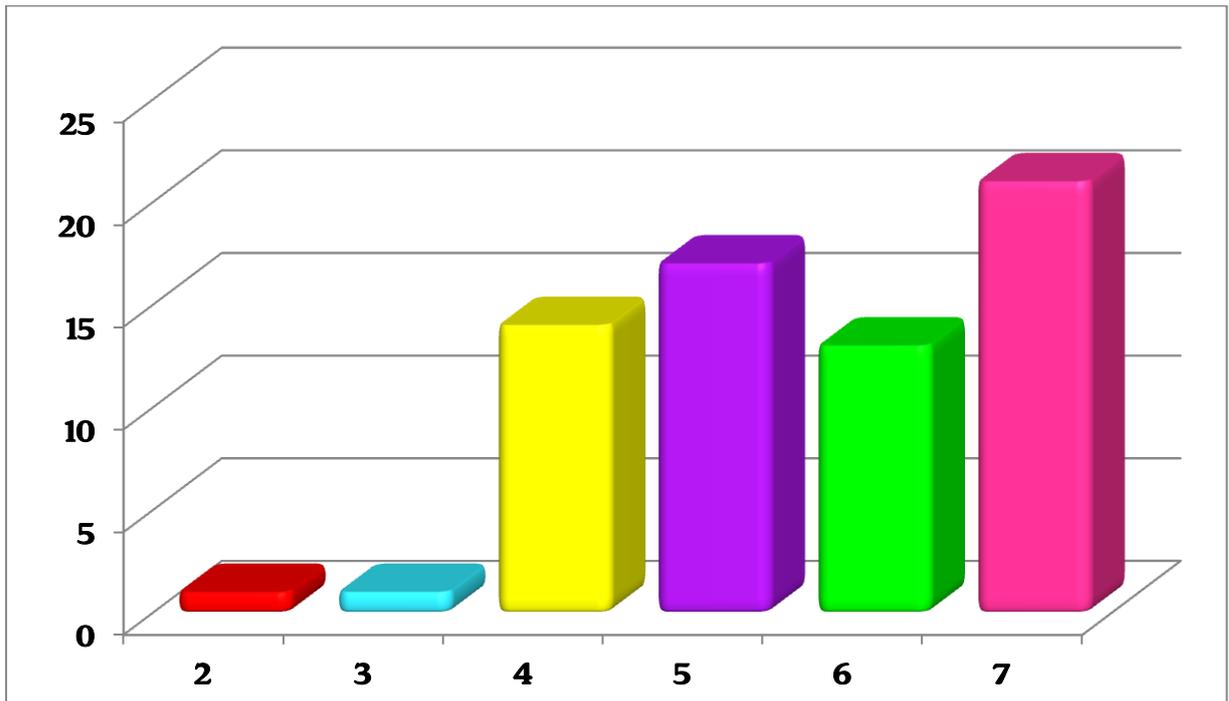


Gráfico 7.- Datos descriptivos relativos al ítem 1

Observando los resultados vemos que 21 personas de las 67 encuestadas están totalmente de acuerdo en que las instalaciones son de apariencia moderna. La mayoría de los usuarios otorgan una puntuación superior al "4".



2. Las instalaciones del ayuntamiento son visualmente atractivas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	1,5	1,5	1,5
	3	4,5	4,5	6,0
	4	11,9	11,9	17,9
	5	32,8	32,8	50,7
	6	34,3	34,3	85,1
	7	14,9	14,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 12.- Datos descriptivos relativos al ítem 2

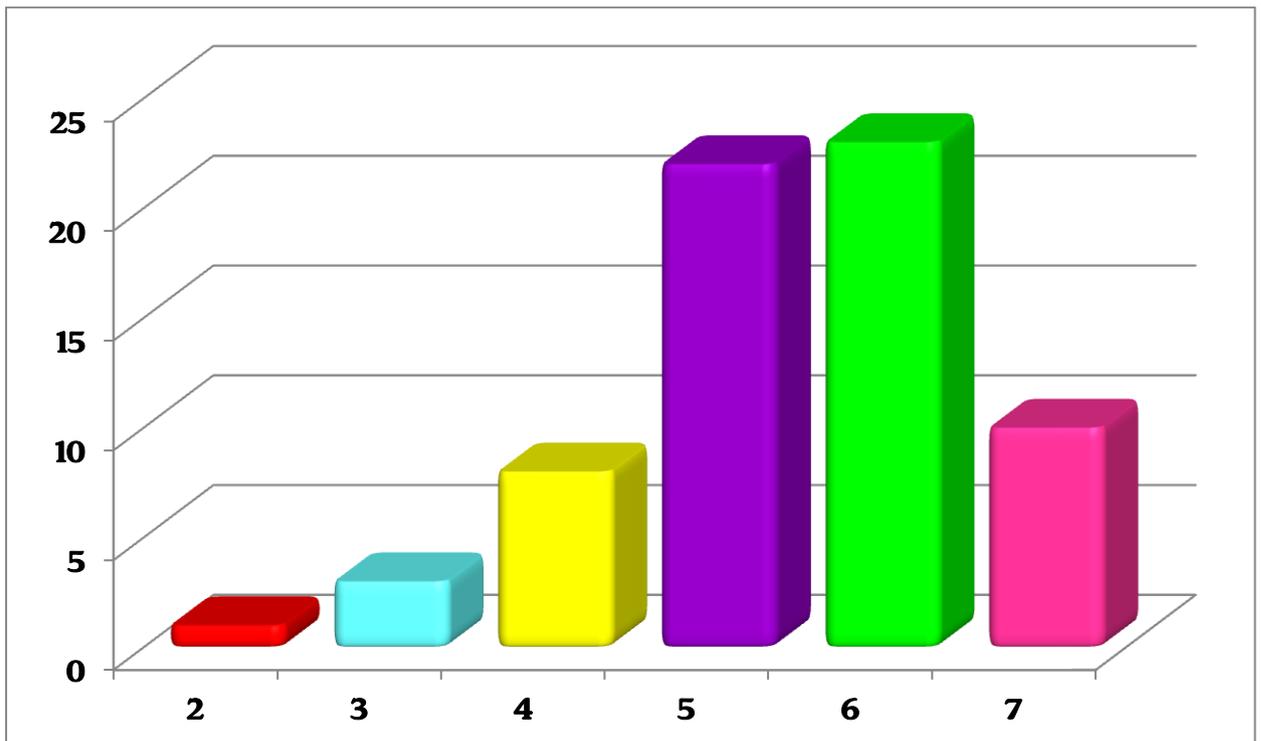


Gráfico 8.- Datos descriptivos relativos al ítem 2

En este caso la puntuación con mayor porcentaje 32,8% y 34,3% responde con una puntuación de “5” y “6” respectivamente, lo que significa que las instalaciones son bien consideradas por los usuarios.



3. Los empleados del centro tienen una apariencia cuidada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 3	1	1,5	1,5	1,5
4	3	4,5	4,5	6,0
5	11	16,4	16,4	22,4
6	10	14,9	14,9	37,3
7	42	62,7	62,7	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 13.- Datos descriptivos relativos al Item 3

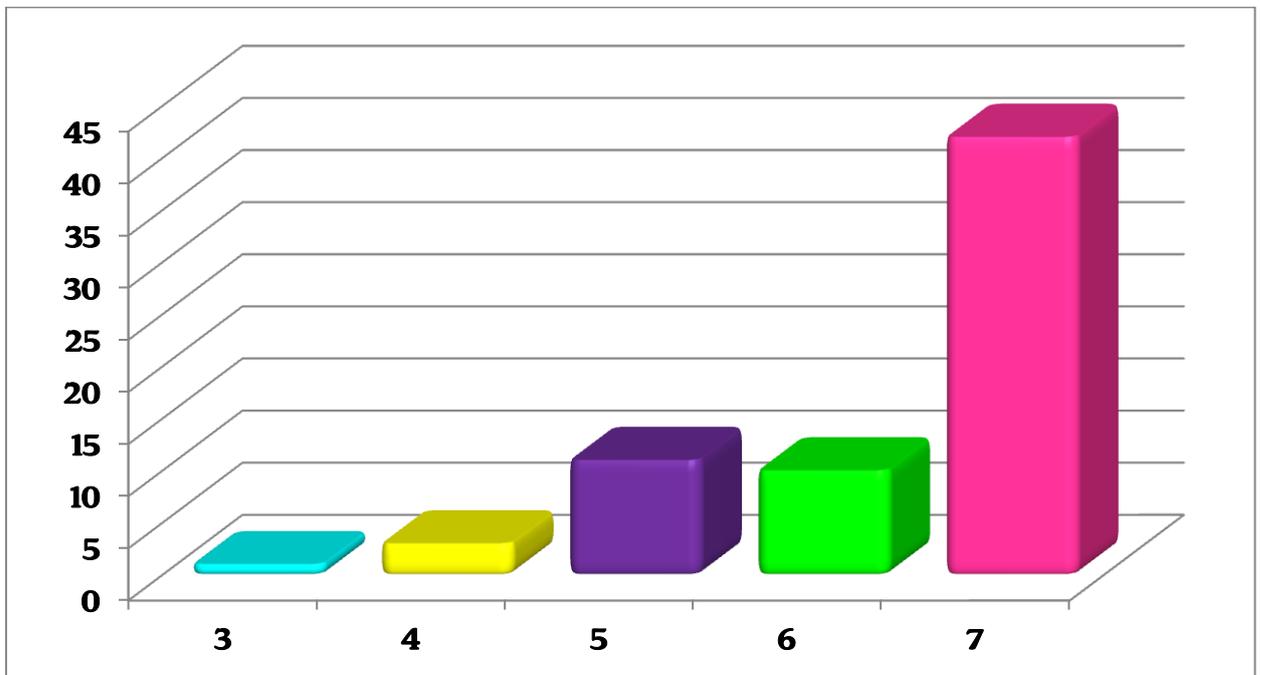


Gráfico 9.- Datos descriptivos relativos al Item 3

Está clarísimo que un 62,7 % de respuestas con puntuación “7” significa que los empleados si presentan un aspecto cuidado, además resaltar que ningún usuario adjudica menos de un “3” en este ítem.

4. Las informaciones sobre los servicios deportivos municipales son visualmente atractivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 2	1	1,5	1,5	1,5
3	3	4,5	4,5	6,0
4	7	10,4	10,4	16,4
5	9	13,4	13,4	29,9
6	19	28,4	28,4	58,2
7	28	41,8	41,8	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 14.- Datos descriptivos relativos al ítem 4

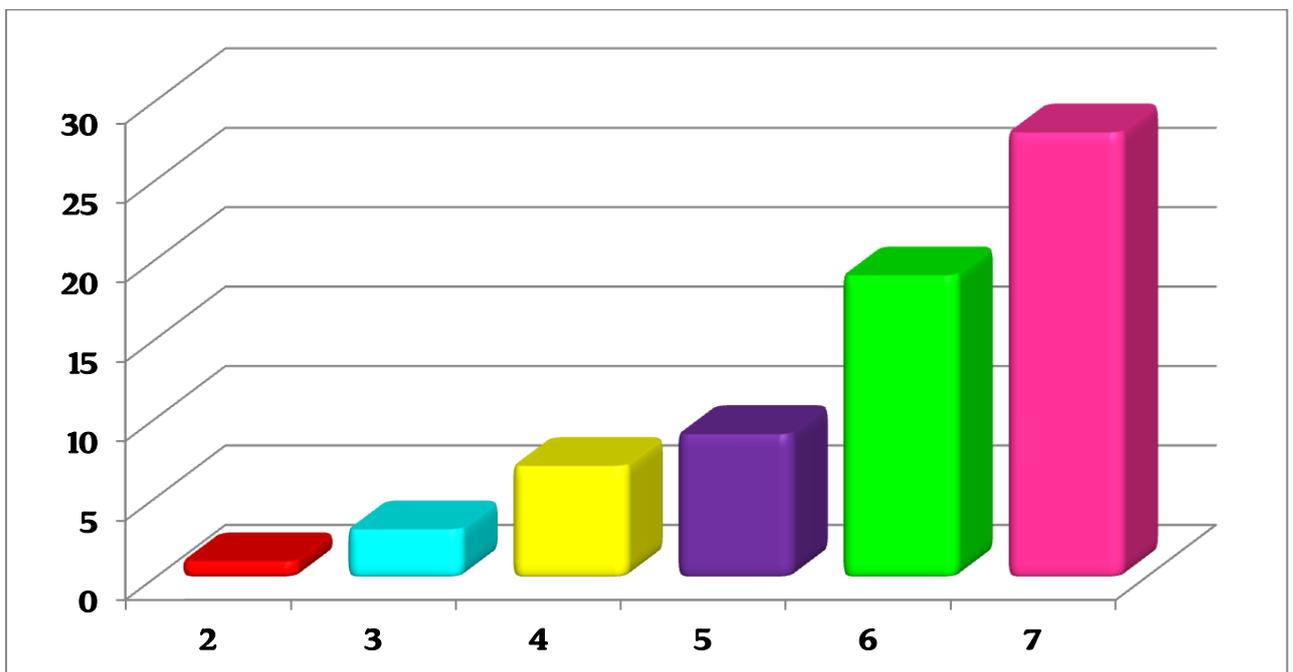


Gráfico 10.- Datos descriptivos relativos al ítem 4

La respuesta a este ítem es positiva ya que 47 usuarios, un 70%, responden con el ítem “6” y “7”, es decir que están de acuerdo en que las informaciones de los servicios deportivos son visualmente atractivos.



5. Cuando el ayuntamiento promete hacer algo en un determinado tiempo lo hace

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	2	3,0	3,0	3,0
2	3	4,5	4,5	7,5
3	6	9,0	9,0	16,4
4	10	14,9	14,9	31,3
5	10	14,9	14,9	46,3
6	11	16,4	16,4	62,7
7	24	35,8	35,8	98,5
74	1	1,5	1,5	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 15.- Datos descriptivos relativos al Item 5

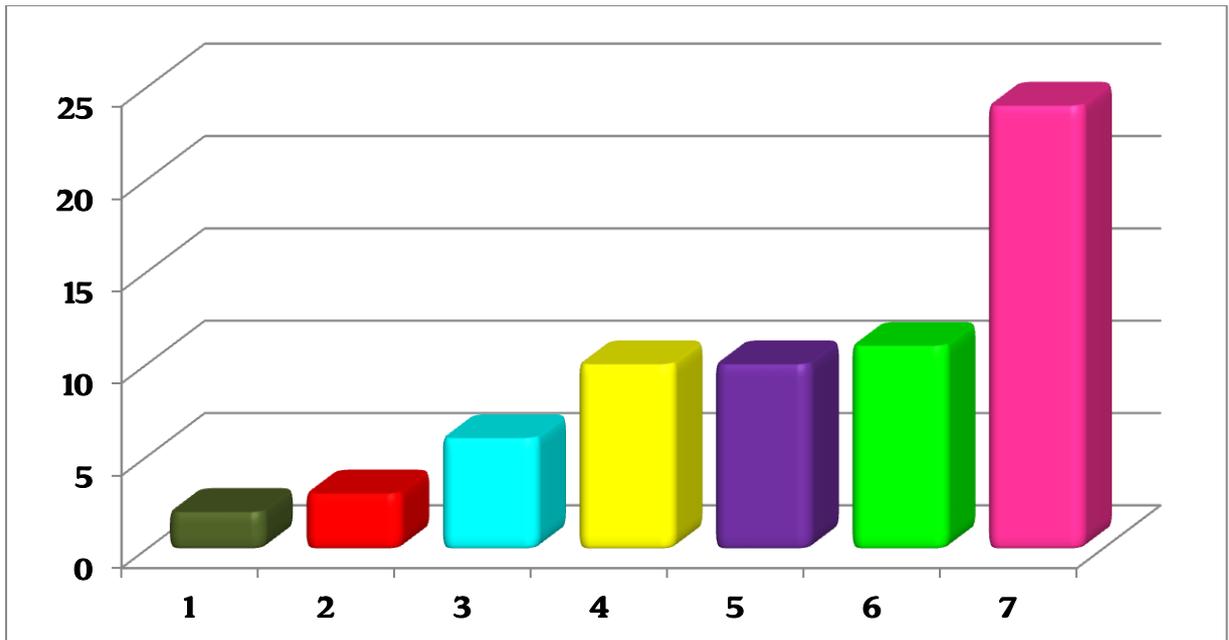


Gráfico 11.- Datos descriptivos relativos al Item 4

“Totalmente de acuerdo” es la respuesta mayoritaria para esta pregunta un 35,8%, lo que parece indicar un alto grado de confianza de los usuarios con el ayuntamiento. Confianza que podemos suponer debida a que los usuarios perciben que los compromisos del ayuntamiento se acaban cumpliendo. Esta respuesta es de valorar, ya que va influir mucho en la confianza depositada por los usuarios.



6. Cuando usted tiene un problema, el ayuntamiento muestra un interés sincero para resolverlo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	4	6,0	6,0	6,0
	2	2	3,0	3,0	9,0
	3	9	13,4	13,4	22,4
	4	8	11,9	11,9	34,3
	5	11	16,4	16,4	50,7
	6	18	26,9	26,9	77,6
	7	15	22,4	22,4	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Tabla 16.- Datos descriptivos relativos al Item 5

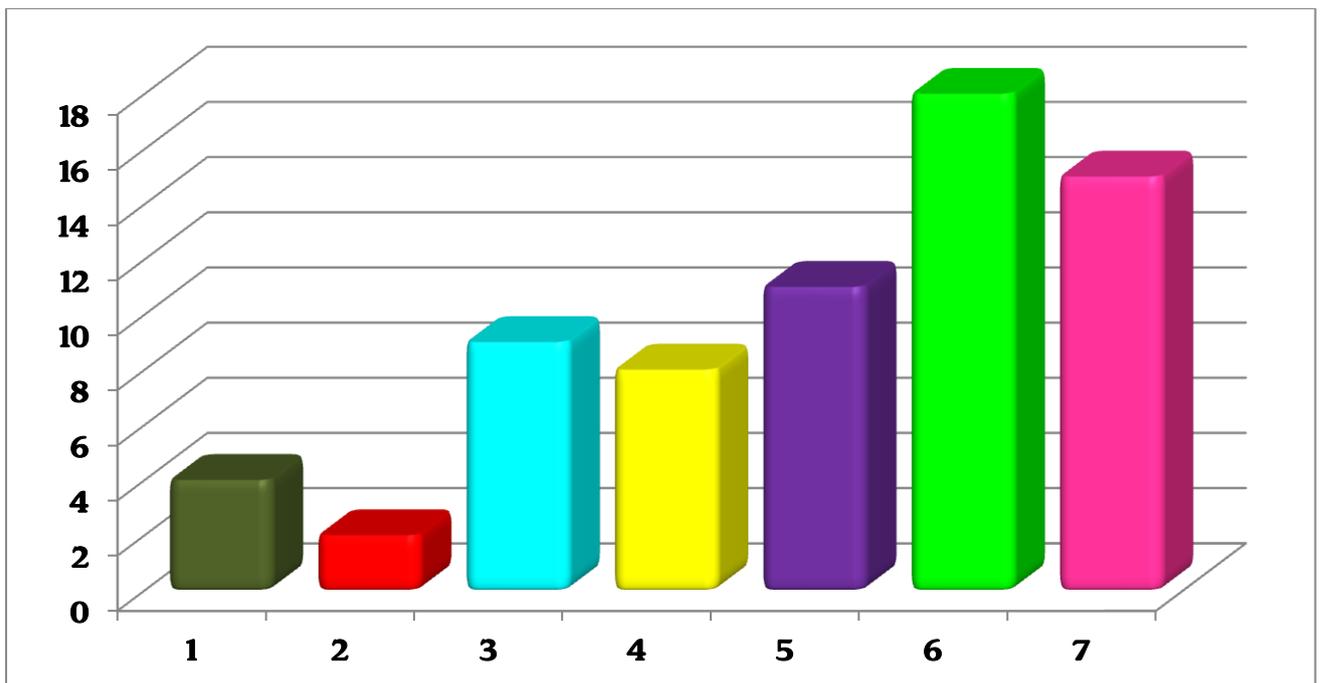


Gráfico 12.- Datos descriptivos relativos al Item 6

En esta pregunta existen varias respuestas que difieren entre el “3” y el “7”, pero el mayor porcentaje con un 26,9 % está en la puntuación “6” lo que parece indicarnos que los usuarios perciben que el ayuntamiento si cumplen a la hora de tener que ayudar a las personas.



7. El ayuntamiento realiza bien a la primera el servicio que ofrece

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	3,0	3,0	3,0
	3	3,0	3,0	6,0
	4	14,9	14,9	20,9
	5	23	34,3	55,2
	6	16	23,9	79,1
	7	14	20,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 17.- Datos descriptivos relativos al Item 7

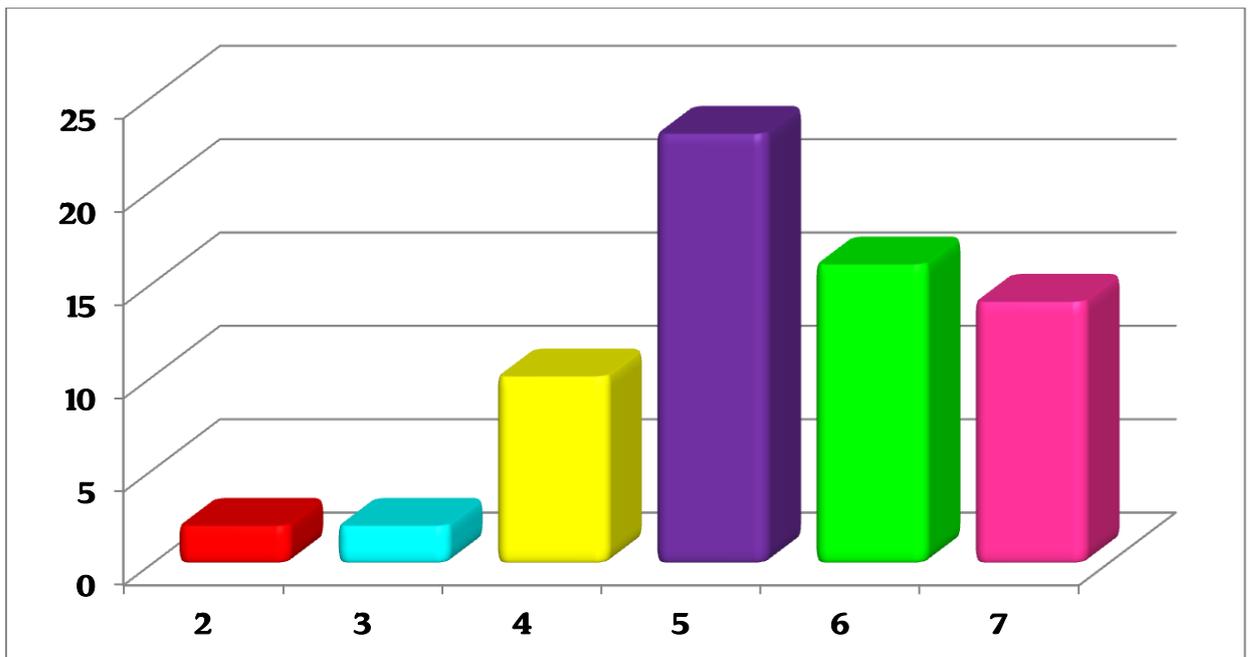


Gráfico 13.- Datos descriptivos relativos al Item 7

Con un 34,3% la respuesta con la puntuación “5” es la de mayor porcentaje, aún así es de considerar que es alta y podemos suponer que los usuarios están satisfechos con el servicio que les ofrece el ayuntamiento en sus actividades.



8. Los servicios que ofrece el ayuntamiento dan el resultado esperado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	1,5	1,5	1,5
	3	2	3,0	4,5
	4	12	17,9	22,4
	5	13	19,4	41,8
	6	22	32,8	74,6
	7	17	25,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 18.- Datos descriptivos relativos al Item 8

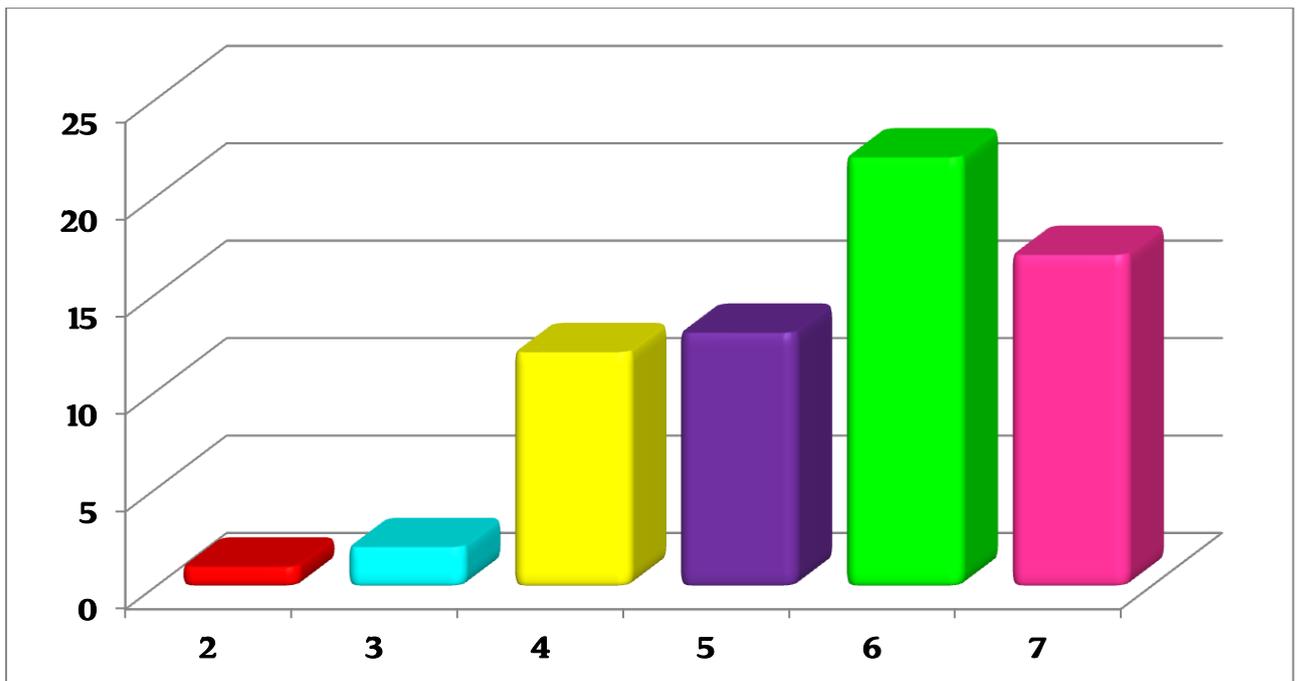


Gráfico 14.- Datos descriptivos relativos al Item 8

Un porcentaje superior al 95,5 de encuestados dan una valoración por encima de "4" lo que nos indica que la percepción de los usuarios es que se cumple lo que esperaban del servicio ofrecido.



9. El ayuntamiento procura mantener sus servicios exentos de errores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	1,5	1,5	1,5
	3	4	6,0	7,5
	4	9	13,4	20,9
	5	15	22,4	43,3
	6	21	31,3	74,6
	7	17	25,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 19.- Datos descriptivos relativos al Item 9

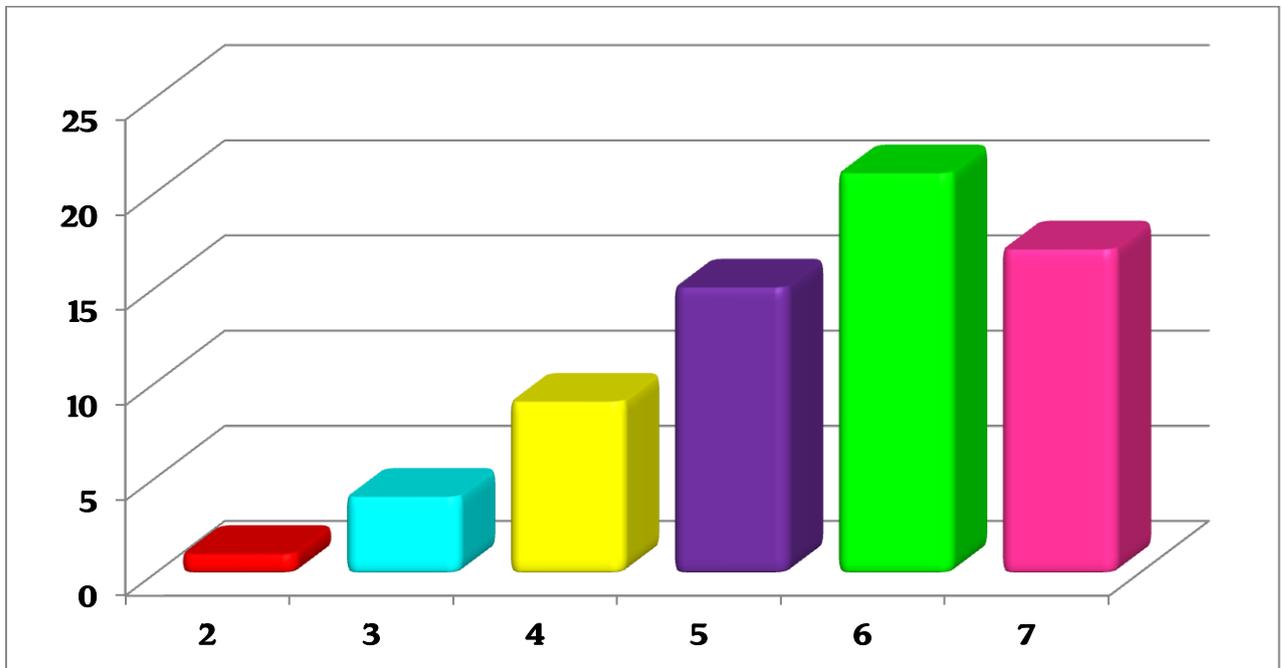


Gráfico 15.- Datos descriptivos relativos al Item 9

Esta pregunta está relacionada con las dos anteriores y manteniendo la misma tonica la respuesta tiene una puntuación alta, por los que podemos deducir que parece existir una gran satisfacción con los resultados y el trabajo hecho por el ayuntamiento.



10. Los empleados/técnicos/monitores deportivos del ayuntamiento informan exactamente sobre los servicios ofertados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	1	1,5	1,5	1,5
	4	5	7,5	7,5	9,0
	5	11	16,4	16,4	25,4
	6	9	13,4	13,4	38,8
	7	41	61,2	61,2	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Tabla 20.- Datos descriptivos relativos al Item 10

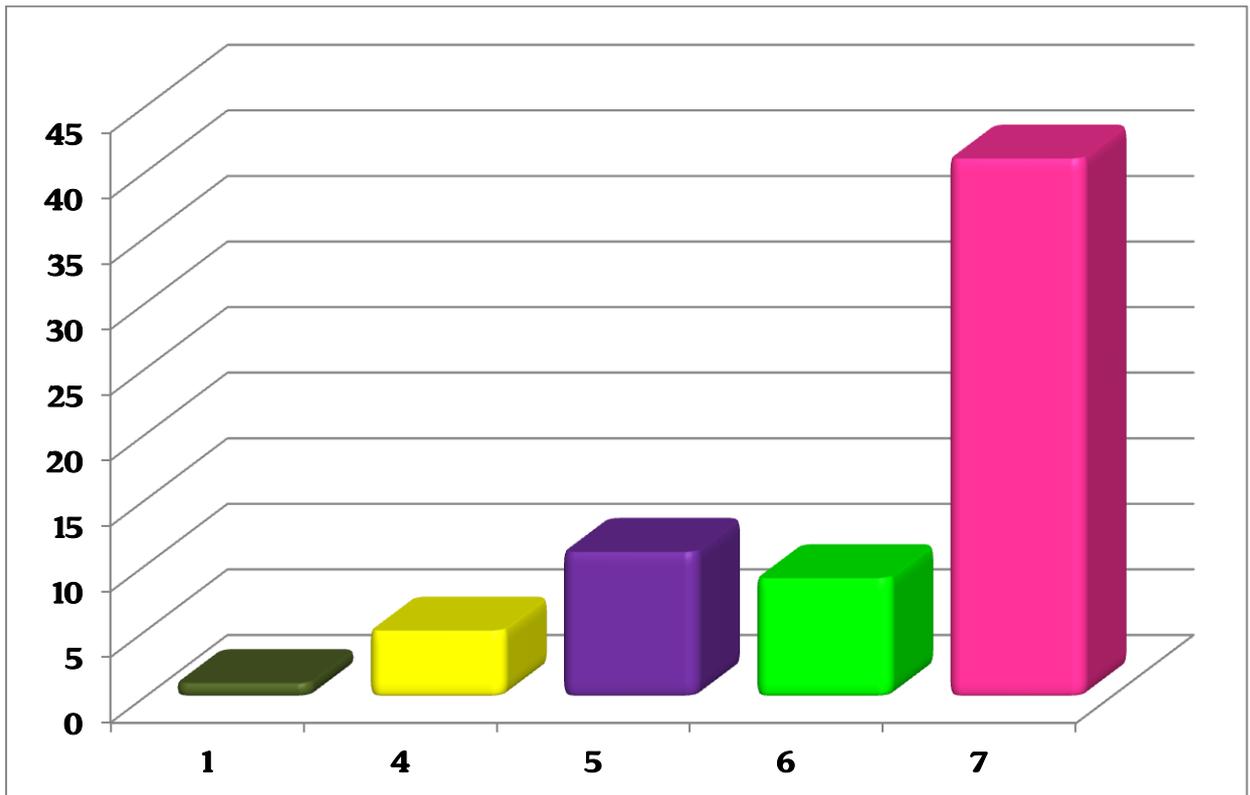


Gráfico 16.- Datos descriptivos relativos al Item 10

Con un 61, 2% o lo que es lo mismo con 41 personas de 67 que dieran un “7” por respuesta sugiere que los usuarios están muy satisfechos con la actitud de empleados/técnicos/monitores.



11. Los empleados/ técnicos/monitores deportivos le sirven con rapidez

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	1,5	1,5	1,5
	4	7,5	7,5	9,0
	5	9,0	9,0	17,9
	6	13,4	13,4	31,3
	7	46	68,7	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 21.- Datos descriptivos relativos al ítem 11

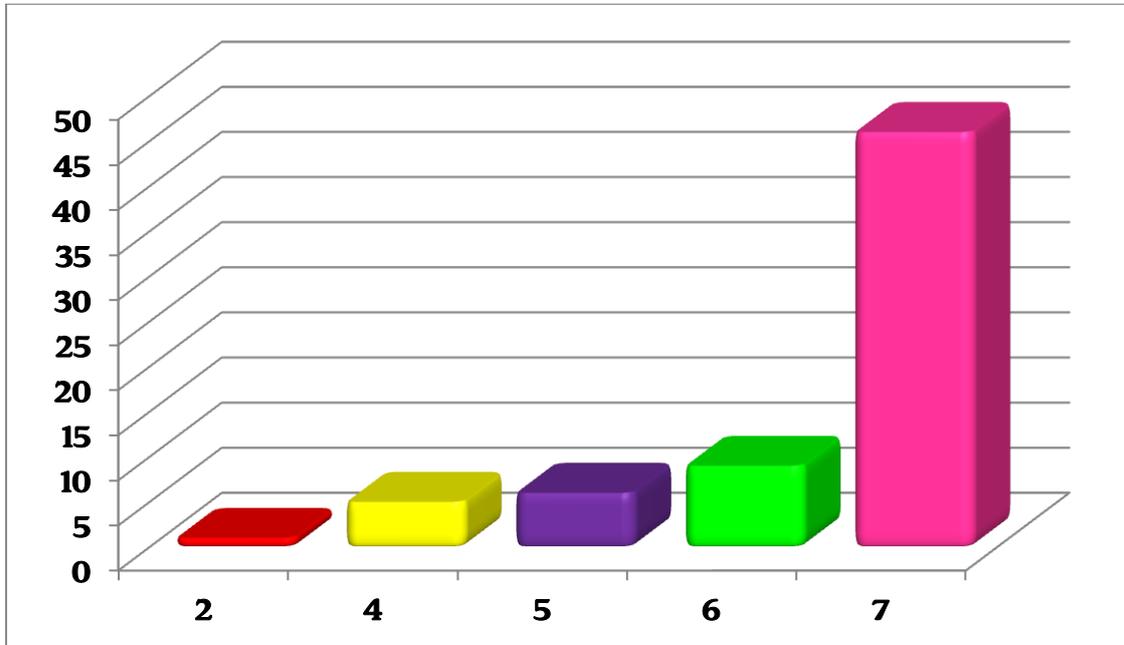


Gráfico 17.- Datos descriptivos relativos al ítem 11

Esta respuesta, unida a la valoración del ítem anterior, sigue indicando que los usuarios muestran un gran agrado hacia el trabajo realizado por los empleados/técnicos/monitores del ayuntamiento.



12. Los empleados/técnicos/ monitores deportivos están siempre dispuestos a ayudarles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	3	1,5	1,5	1,5
	4	6,0	6,0	7,5
	5	7,5	7,5	14,9
	6	4,5	4,5	19,4
	7	54	80,6	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 22.- Datos descriptivos relativos al Item 12

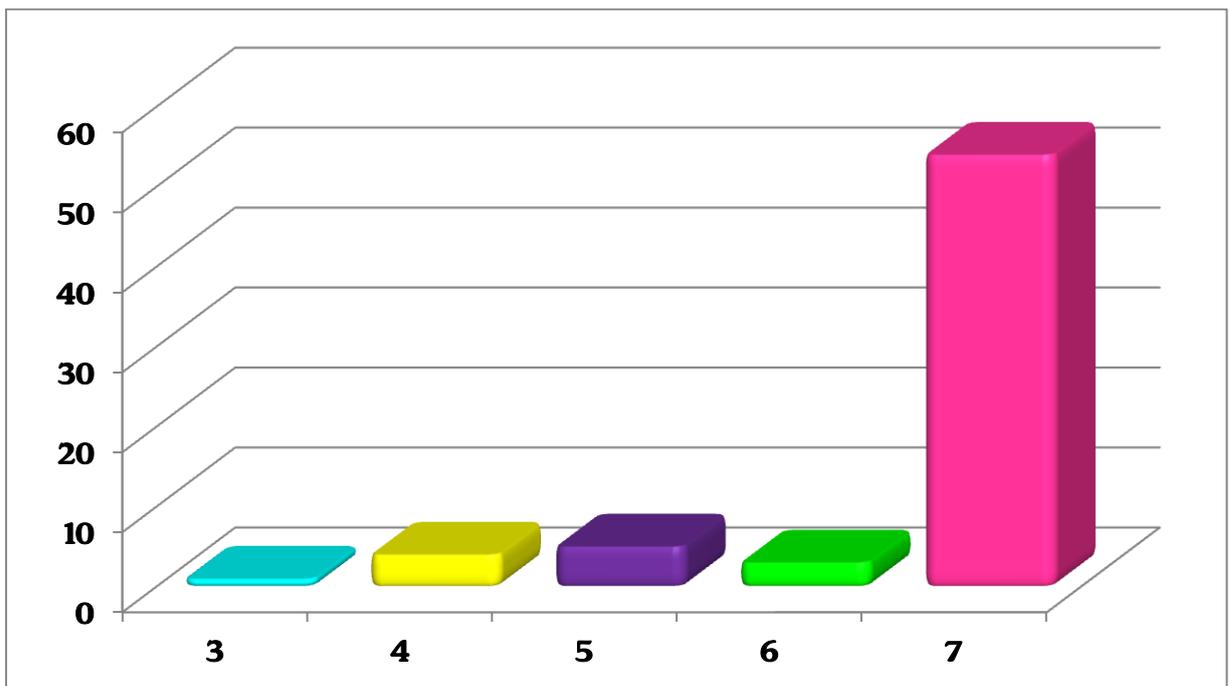


Gráfico 18.- Datos descriptivos relativos al Item 12

Se puede observar que todas las respuestas hacia los empleados/técnicos/monitores siguen siendo muy favorables, por lo que podemos deducir que los usuarios aprecian y valoran su trabajo mostrando un gran interés hacia ellos. En este ítem el 80,6% de los participantes respondieron con un “totalmente de acuerdo”.



13. Los empleados/técnicos/monitores deportivos disponen del tiempo necesario para responder a sus preguntas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	3	1,5	1,5	1,5
	4	8	11,9	13,4
	5	10	14,9	28,4
	6	12	17,9	46,3
	7	36	53,7	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 23.- Datos descriptivos relativos al Item 13

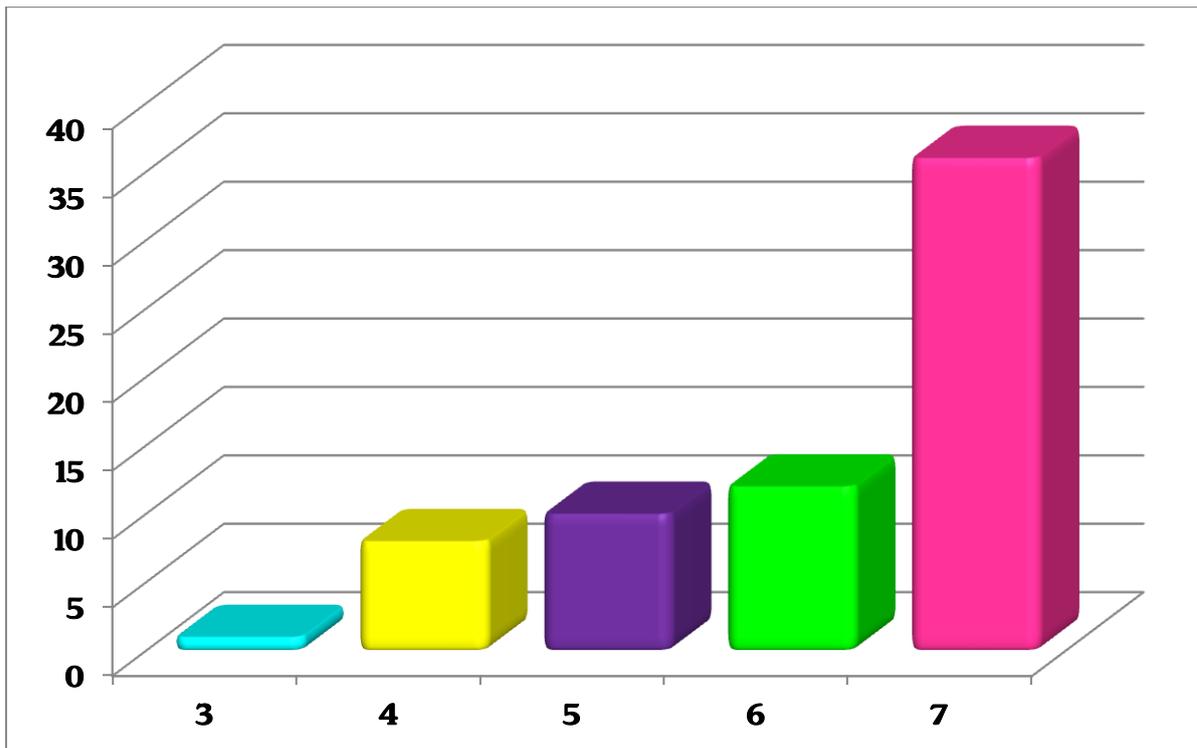


Gráfico 19.- Datos descriptivos relativos al Item 13

Más de la mitad de los encuestados está satisfecho con la atención de los empleados/técnicos/monitores, de lo cual podemos deducir que los usuarios perciben que estos atienden perfectamente a sus dudas y que probablemente intentan mejorar cada día a través de las propuestas de los usuarios.



14. El comportamiento de los empleados/ técnicos/ monitores deportivos inspira confianza a los clientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	3	2	3,0	3,0
	4	2	3,0	6,0
	5	5	7,5	13,4
	6	13	19,4	32,8
	7	45	67,2	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 24.- Datos descriptivos relativos al Item 14

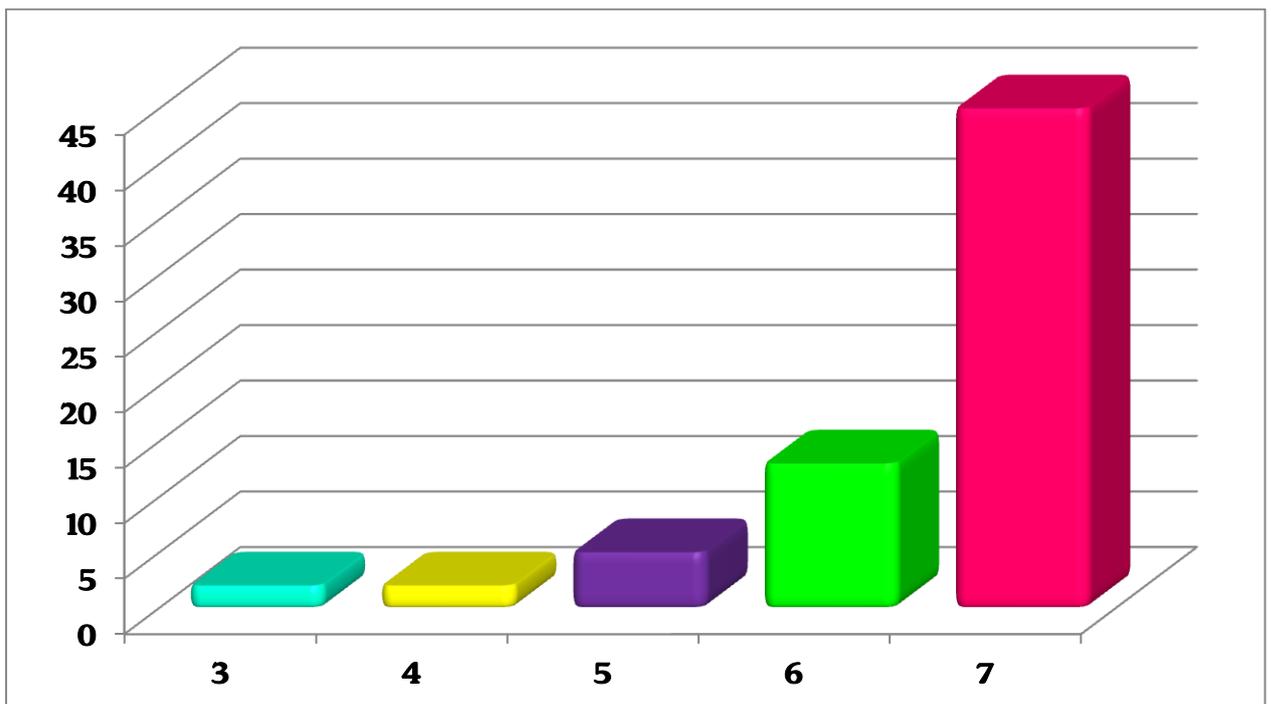


Gráfico 20.- Datos descriptivos relativos al Item 14

En consonancia con los ítems anteriores se observa que el 67% de los encuestados percibe que tiene una confianza excelente depositada en los empleados/ técnicos/ monitores lo que puede ser muy importante a la hora de trabajar con personas, ya que posiblemente permite que los usuarios avancen y se aprendan mucho más y más rápidamente.



15. Usted siente seguridad en la realización de sus actividades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 3	2	3,0	3,0	3,0
5	5	7,5	7,5	10,4
6	16	23,9	23,9	34,3
7	44	65,7	65,7	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 25.- Datos descriptivos relativos al Item 15

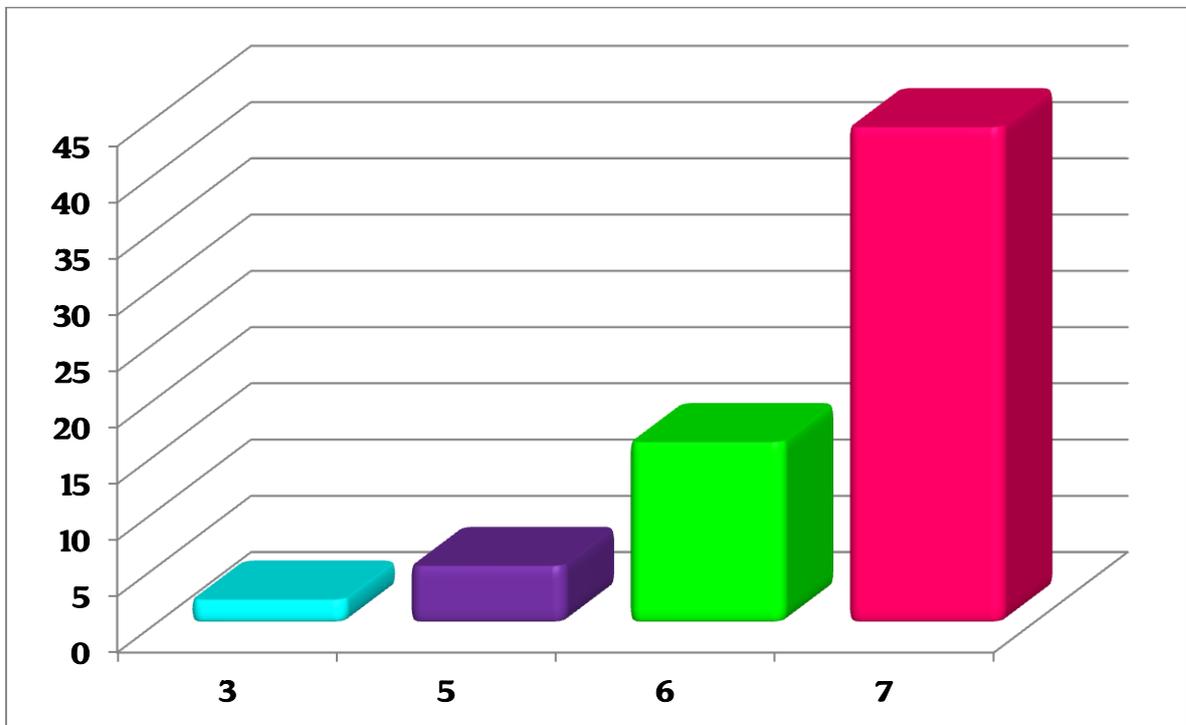


Gráfico 21.- Datos descriptivos relativos al Item 15

En esta pregunta ya no existen puntuaciones menores de “3” y casi el 90% de usuarios dan una valoración superior o igual a 6, por los que deducimos que la mayoría de los usuarios perciben que existe una seguridad importante en la realización de las actividades.



16. Los empleados/técnicos/monitores son siempre corteses con usted

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	1,5	1,5	1,5
	4	1,5	1,5	3,0
	5	7,5	7,5	10,4
	6	14	20,9	31,3
	7	46	68,7	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 26.-Datos descriptivos relativos al Item 16

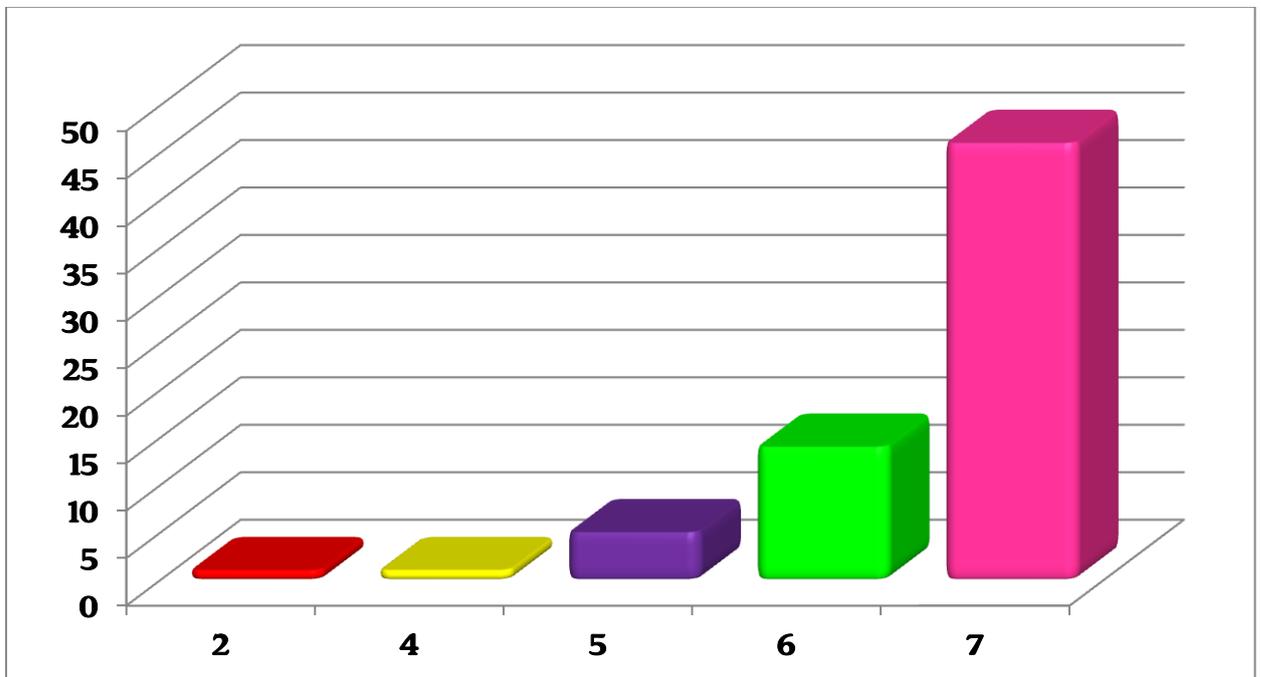


Gráfico 22.- Datos descriptivos relativos al Item 16

Esta pregunta es de las más relevantes. Es satisfactorio comprobar que un 68,7% respondió con un “7” y que casi un 90% está entre el “6” y el “7”. Desde mi punto de vista, por mi experiencia personal, este ítem refleja una condición necesaria para cualquier actividad que implique relación entre personas, ya que considero que la educación es básica en todo momento y el saber tratar bien a las personas hará que toda acción sea más llevadera y agradable.



17. Los empleados/técnicos/monitores tienen los conocimientos suficientes para responder a sus preguntas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	3	2	3,0	3,0
	4	2	3,0	6,0
	5	8	11,9	17,9
	6	18	26,9	44,8
	7	37	55,2	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 27.- Datos descriptivos relativos al Item 17

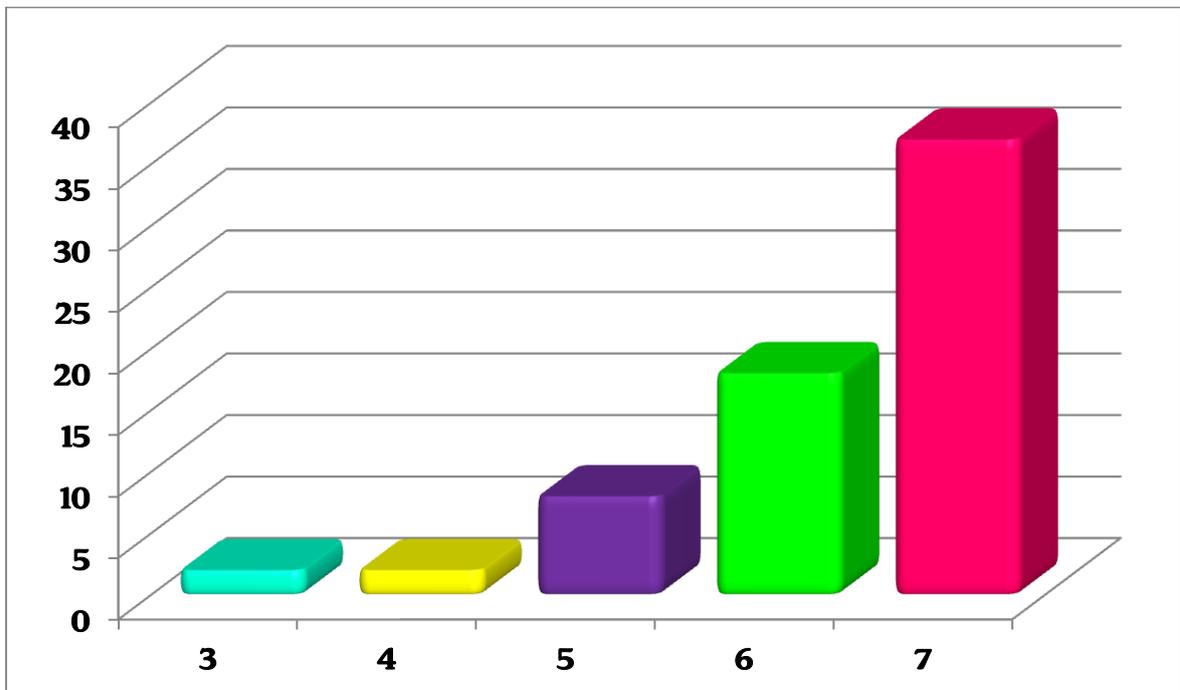


Gráfico 23.- Datos descriptivos relativos al Item 17

Es evidente que para trabajar bien en la práctica es necesario tener un conocimiento teórico-práctico previo, con el que gracias a él la clase gozará de una mayor calidad. Observamos que en nuestro estudios más de la mitad de los encuestados respondió con la puntuación más alta y que más del 82% valora este ítem por encima de “6”, lo que parece deducir que lo usuarios perciben la existencia del conocimiento suficiente en los técnicos/monitores de las actividades.



18. El ayuntamiento les ofrece una atención individualizada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	4	6,0	6,0	6,0
	2	2	3,0	3,0	9,0
	3	4	6,0	6,0	14,9
	4	12	17,9	17,9	32,8
	5	12	17,9	17,9	50,7
	6	16	23,9	23,9	74,6
	7	17	25,4	25,4	100,0
Total		67	100,0	100,0	

Tabla 28.- Datos descriptivos relativos al Item 18

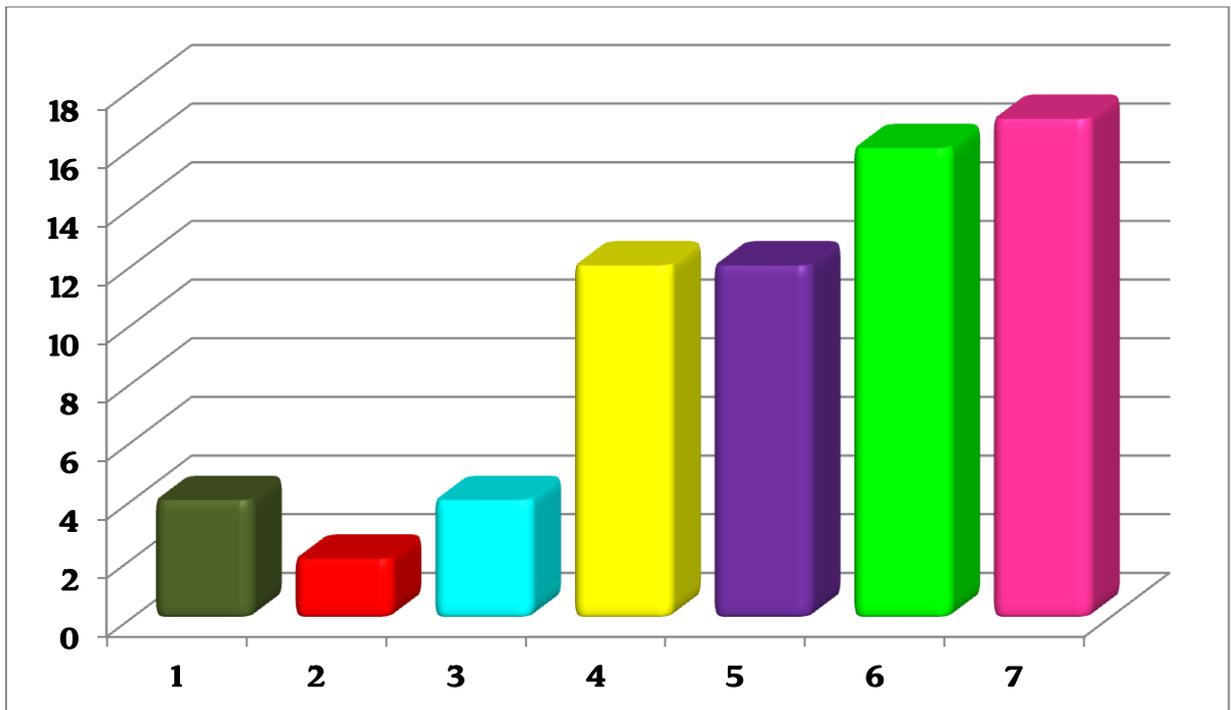


Gráfico 23.- Datos descriptivos relativos al Item 18

En esta pregunta hay una mayor variedad de repuestas y por lo tanto menos unanimidad en la valoración, aunque si podemos ver que la mayoría responde con un “4” como mínimo, lo que demuestra que en general se percibe la existencia de atención individualizada por parte del ayuntamiento.

19. Las actividades tienen horarios convenientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	3	1,5	1,5	1,5
	4	4,5	4,5	6,0
	5	16,4	16,4	22,4
	6	19,4	19,4	41,8
	7	58,2	58,2	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 29.- Datos descriptivos relativos al Item 19

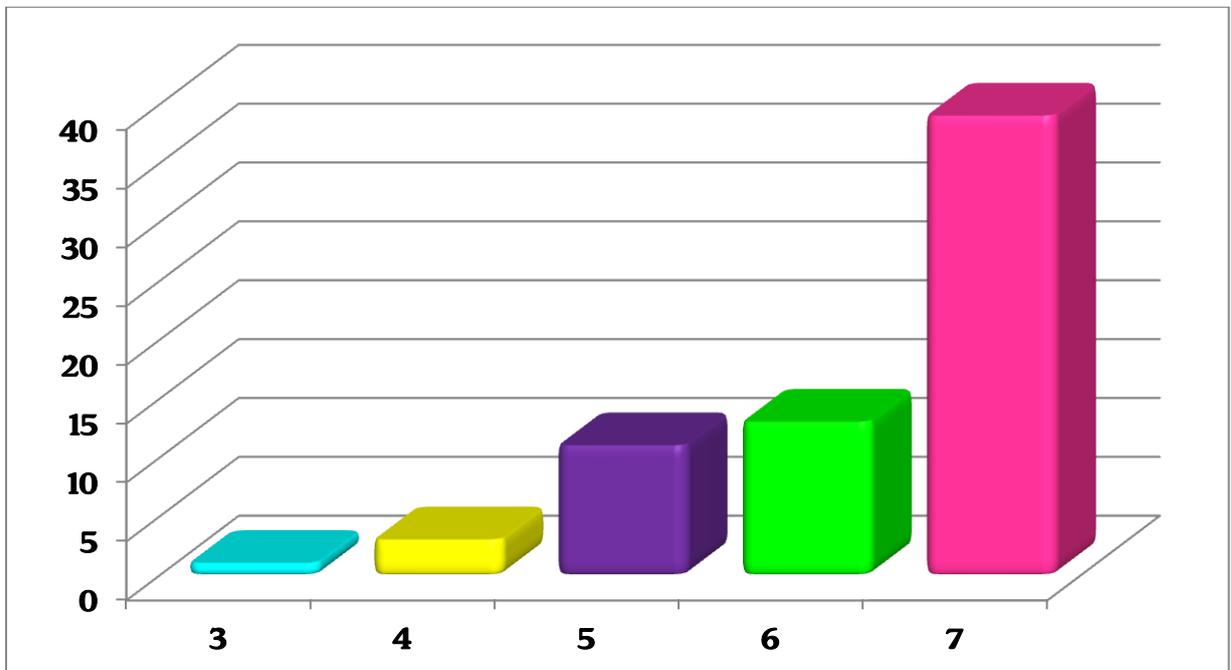


Gráfico 24.- Datos descriptivos relativos al Item 19

Para un 58,2% de los usuarios se sigue un horario totalmente conveniente para realizar su actividad y más de un 77% sitúa su valoración entre el “6” y “7”, lo que permite suponer que las personas puedan realizar las actividades sin problema de horarios para la mayoría de ellos.

20. Los empleados/técnicos/monitores le ofrecen una atención personalizada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	3	4,5	4,5
	3	5	7,5	11,9
	4	3	4,5	16,4
	5	13	19,4	35,8
	6	13	19,4	55,2
	7	30	44,8	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 30.- Datos descriptivos relativos al Item 20

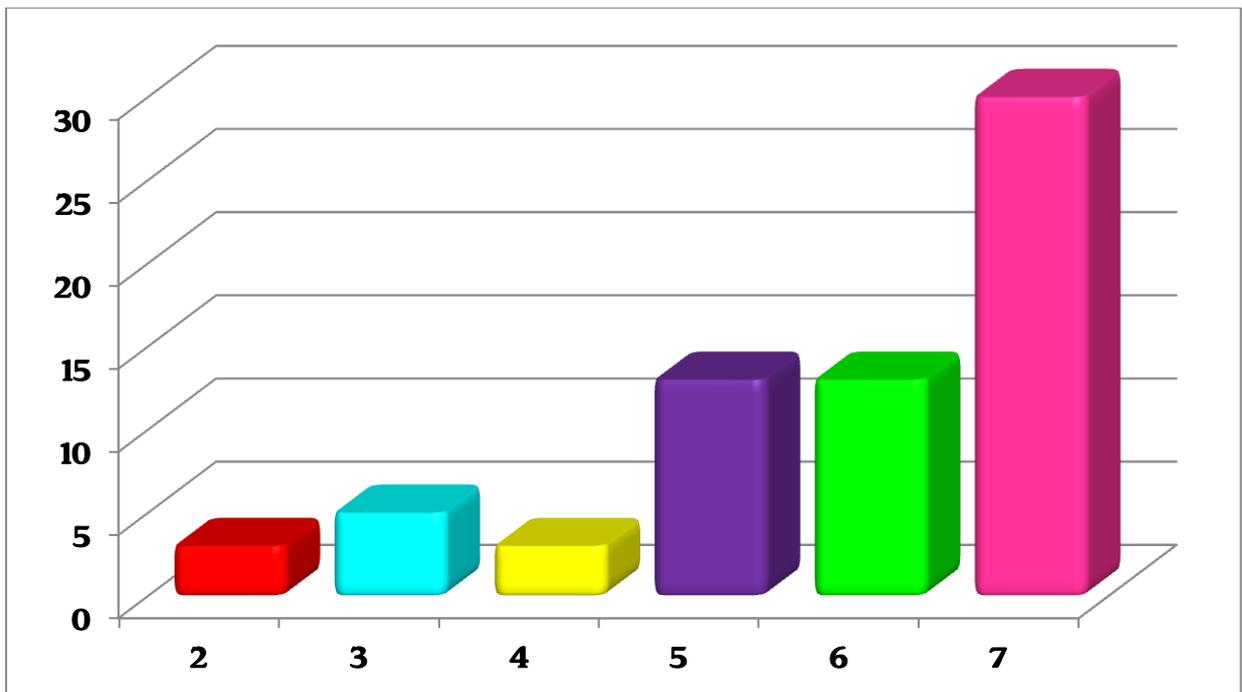


Gráfico 25.- Datos descriptivos relativos al Item 20

En esta pregunta la mayoría de los usuarios respondieron con una valoración igual o mayor a "5". Es de suponer que por lo tanto los usuarios consideran que los empleados/técnicos/monitores tienen en cuenta las características personales de cada individuo. Es de suponer que de esta forma ayudarán a cada uno de los usuarios a mejorar trabajando a su ritmo y respetando siempre a cada uno de ellos.

21. El deseo del ayuntamiento es atender los intereses de sus usuarios en las actividades municipales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 2	1	1,5	1,5	1,5
3	1	1,5	1,5	3,0
4	8	11,9	11,9	14,9
5	14	20,9	20,9	35,8
6	22	32,8	32,8	68,7
7	21	31,3	31,3	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 31.- Datos descriptivos relativos al Item 21

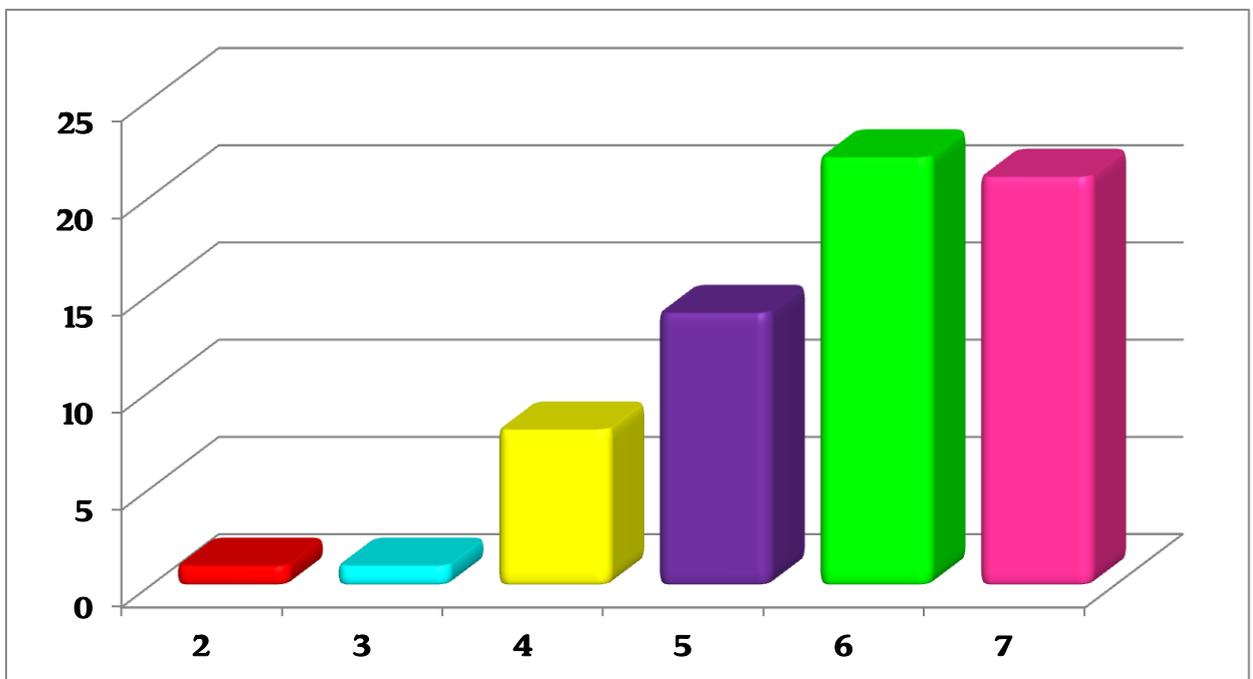


Gráfico 26.- Datos descriptivos relativos al Item 21

El 64,1% de los encuestados está de acuerdo o muy de acuerdo en la afirmación de que el ayuntamiento atiende sus intereses.

En principio parece lógico que atender a los usuarios es una de las prioridades de todas las empresas y observar que la respuesta muestra un alto porcentaje de acuerdo con ello puede presuponer que los participantes se muestren más motivación para realizar las actividades porque piensan que el ayuntamiento tiene en cuenta sus intereses.



22. los empleados/técnicos/monitores comprenden sus necesidades personales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	2	3,0	3,0	3,0
2	2	3,0	3,0	6,0
3	3	4,5	4,5	10,4
4	7	10,4	10,4	20,9
5	8	11,9	11,9	32,8
6	10	14,9	14,9	47,8
7	35	52,2	52,2	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 32.- Datos descriptivos relativos al Item 22

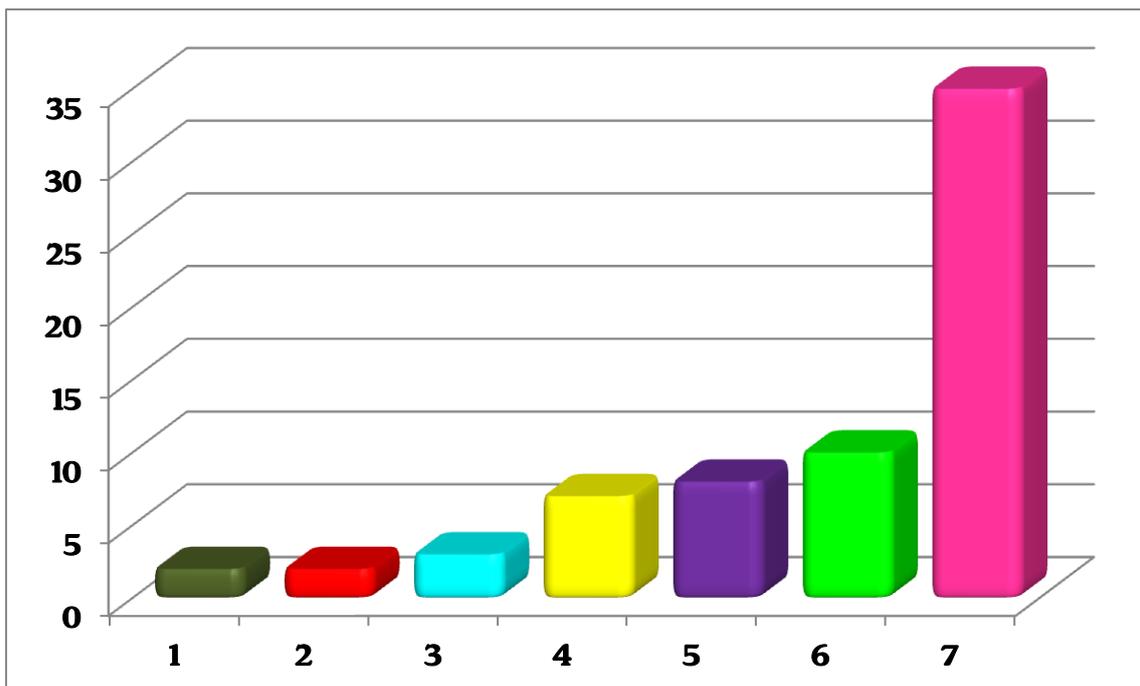


Gráfico 27.- Datos descriptivos relativos al Item 22

Esta pregunta relacionada a la 20, sobre la atención personalizada es de vital importancia ya que cada usuario es diferente y se debe atender a sus propias características. Un 52% de la totalidad de los encuestados dan como respuesta un “totalmente de acuerdo”, es decir perciben que reciben una atención personalizada.

23. Está de acuerdo en pagar una matrícula para la realización de las actividades municipales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	14	20,9	20,9	20,9
	2	7	10,4	10,4	31,3
	3	7	10,4	10,4	41,8
	4	6	9,0	9,0	50,7
	5	6	9,0	9,0	59,7
	6	8	11,9	11,9	71,6
	7	19	28,4	28,4	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Tabla 33.- Datos descriptivos relativos al Item 23

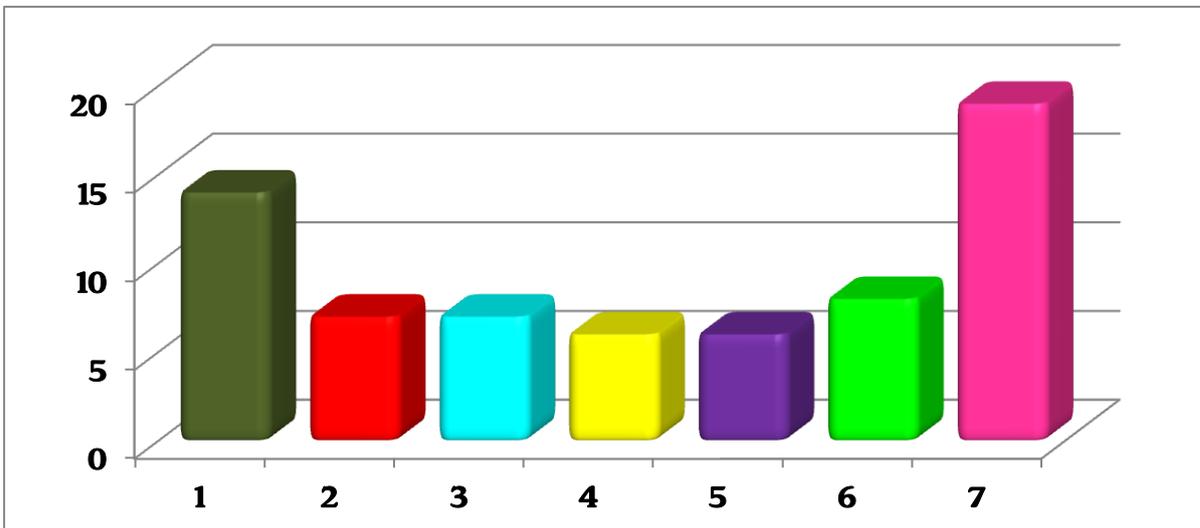


Gráfico 28.- Datos descriptivos relativos al Item 23

Esta pregunta es la que obtiene tiene repuestas totalmente contrarias y extremas. Como se puede observar hay un 20,9% que está totalmente en desacuerdo y un 28,4% que da un "7" como respuesta. Los usuarios hasta este año no tenían que pagar para realizar actividades físico-deportivas, y este es el primer año que si se hace. Por los resultados obtenidos puede parecer que mas de un 40% de los usuarios no está muy conforme con esta nueva norma, no sabemos si por la novedad o porque no consideran necesario pagar los servicios municipales. Sin embargo hay otro 40% a los que si parece agrada la idea de realizar un pago por las actividades ya que puede ser una forma de mayor compromiso con la actividad realizada.



24. Hay un ambiente favorable que permite una buena práctica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	1,5	1,5	1,5
	3	1,5	1,5	3,0
	4	4,5	4,5	7,5
	5	9,0	9,0	16,4
	6	14	20,9	37,3
	7	42	62,7	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 34.- Datos descriptivos relativos al Item 24

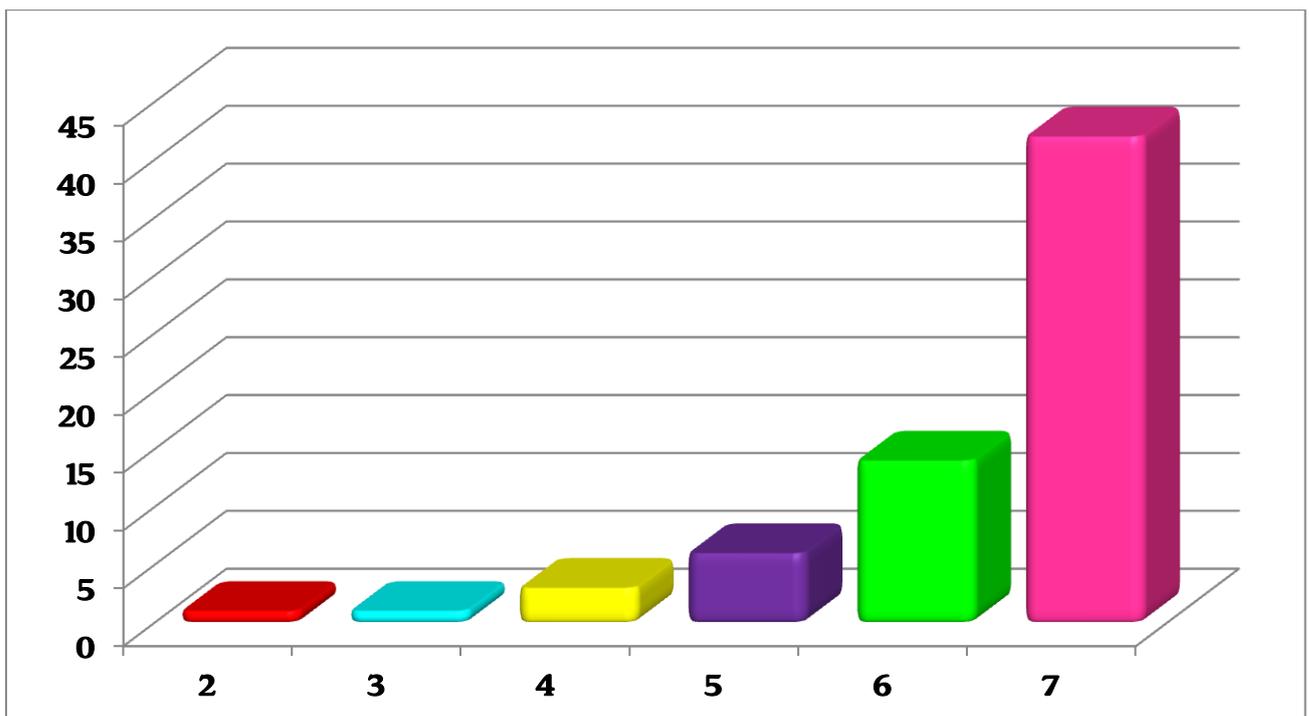


Gráfico 29.- Datos descriptivos relativos al Item 24

El 62,7% responde que si hay un ambiente totalmente favorable y un 83% da una valoración entre “6” y “7” esto permite suponer que es una ayuda para que las prácticas sean más divertidas ayudando así a socializarse. Esto puede ser debido a que el ayuntamiento es pequeño y que la mayoría de los participantes se conocen, por lo que la convivencia en las actividades deportivas es más positiva.



25. Se realizan actividades adaptadas a cada tipo de población

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 3	1	1,5	1,5	1,5
4	6	9,0	9,0	10,4
5	10	14,9	14,9	25,4
6	14	20,9	20,9	46,3
7	36	53,7	53,7	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Tabla 35.- Datos descriptivos relativos al Item 25

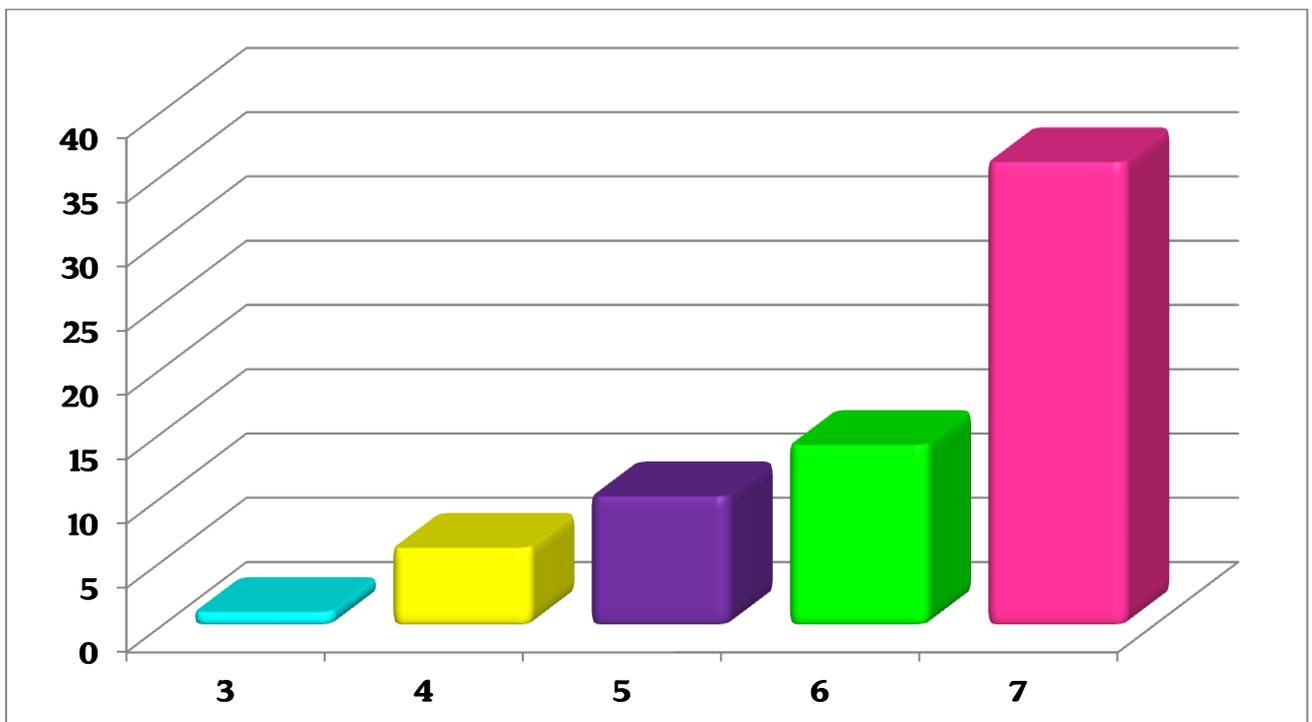


Gráfico 30.- Datos descriptivos relativos al Item 25

Observamos que los usuarios parece que consideran que existe un amplio abanico de actividades para todas las edades, con una respuesta de "7" por parte de más de la mitad de los encuestados 53,7%, lo que puede justificar el grado de participación actual y contribuir a que la participación aumente en un futuro.



ITEM SATISFACCIÓN TOTAL:

Se observa que finalmente la satisfacción total, obtenida como la media de los 25 Items estudiados, es igual a un 5,85, lo que puede significar que los usuarios están bastante de acuerdo con todos los aspectos de las actividades municipales en cuanto a instalaciones, monitores, horarios,...

El valor mínimo es un 3,24 poco menos de la mitad de la puntuación máxima, que sería de un 7, esto demuestra una clara satisfacción por parte de los participantes en las actividades.

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
SATISFACCIONTOTAL	67	3,24	7,00	5,8555	,80124
N válido (según lista)	67				

Tabla 36.- Datos descriptivos relativos al Item Satisfacción total



@ ÍTEM OBSERVACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIN OBSERVACIÓN	48	71,6	71,6	71,6
	NO PAGAR MATRÍCULA	3	4,5	4,5	76,1
	AMPLIAR HORARIOS	3	4,5	4,5	80,6
	ACTIVIDADES TODO EL AÑO	11	16,4	16,4	97,0
	SATISFACCIÓN CON LOS MONITORES	1	1,5	1,5	98,5
	MÁS ACTIVIDADES DIVERSAS	1	1,5	1,5	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

Tabla 37.- Datos descriptivos relativos al Ítem Observación

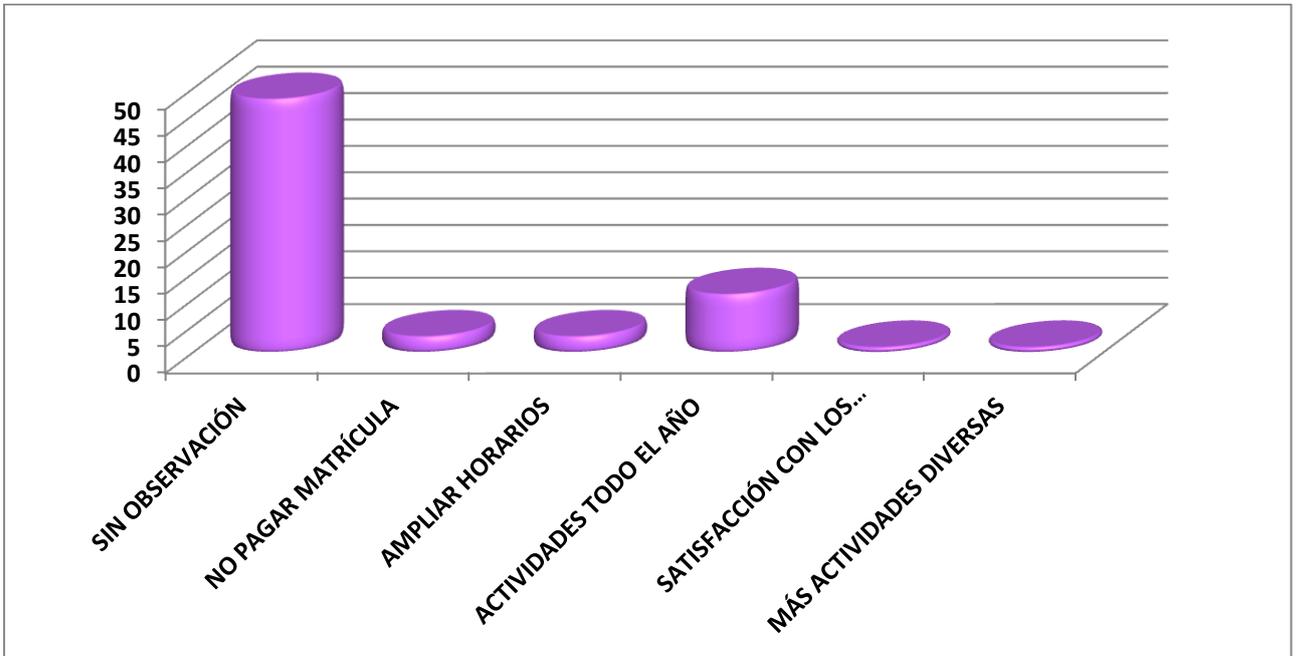


Gráfico 31.- Datos descriptivos relativos al Ítem Observación

La mayoría de los encuestados puede que no se atreva a opinar y prefiriendo no dejar ninguna observación, a pesar de ser anónimo, la verdad es que es una pena porque sus repuestas y aportaciones son las que ayudan a mejorar el servicio. Aún así vemos que las ganas por qué “se realicen actividades todo el año” es la que más destaca. Le sigue el “ampliar horarios” relacionada a la anterior y “el no pagar matrícula”.

VALORACIÓN GENERAL DE LOS 25 ITEMS

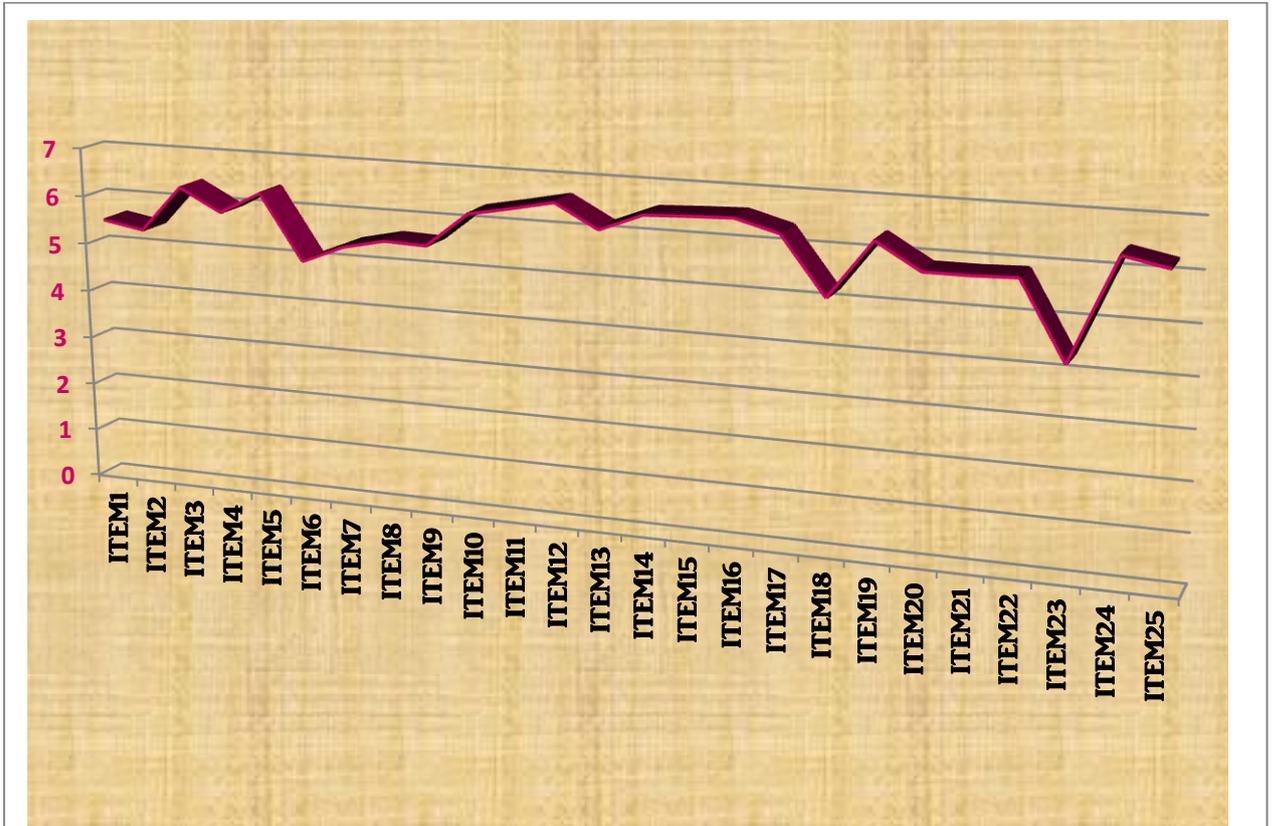


Gráfico 32.- Valoración media relativa a la totalidad de los 25 Items

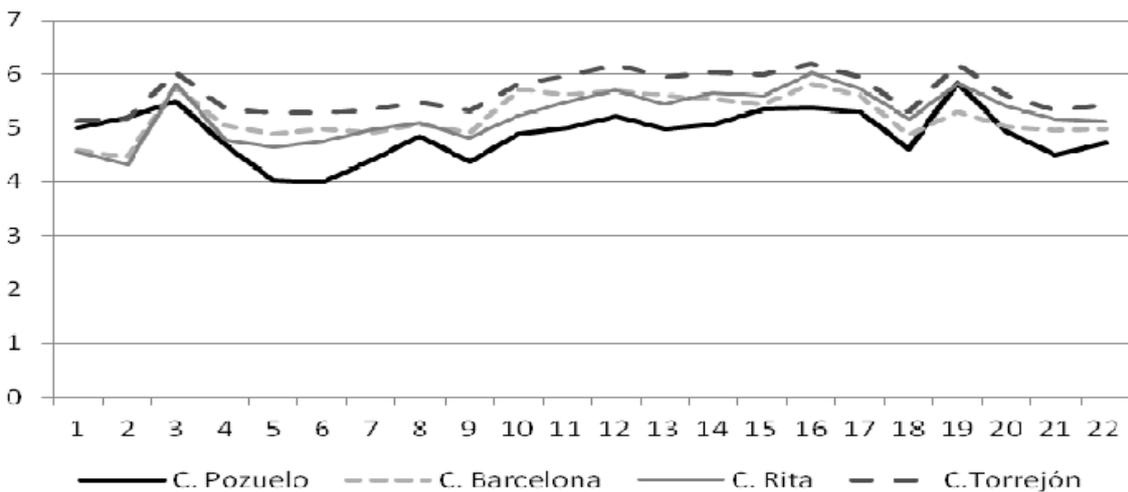


Gráfico 33.- Valoración media relativa a la totalidad de los 22 Items del cuestionario Servperf obtenidos por Celestino y Bienciento (2012) en diferentes instalaciones deportivas



Si comparamos la curva resultante de la valoración media de los 25 ítems con otros estudios como con el estudio empírico en centros de fitness de la comunidad de Madrid de Celestino, A. y Biencinto, C. (2012) se observa que a pesar de comparar centros de fitness de la capital española con las actividades municipales de un medio rural como es el ayuntamiento de Laracha, la valoración obtenida guarda similitudes:

- La valoración más baja tanto por parte de los usuarios de los centros madrileños como la valoración de los usuarios de las actividades se le otorga a los ítems 5, 6, 17 y 18 que corresponde a:

- Centros de fitness de Madrid

5. Cuando el gimnasio promete hacer algo en un determinado tiempo, lo hace.
6. Cuando usted tiene un problema, el gimnasio muestra un interés sincero por resolverlo.
17. Los empleados tienen los conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.
18. El centro le ofrece una atención individualizada.

- Actividades municipales del ayuntamiento de Laracha

5. Cuando el ayuntamiento promete hacer algo en un determinado tiempo lo hace.
6. Cuando usted tiene un problema, el ayuntamiento muestra un interés sincero para resolverlo
17. Los empleados/técnicos/monitores tienen los conocimientos suficientes para responder a sus preguntas
18. El ayuntamiento les ofrece una atención individualizada



- ❖ Aunque cabe destacar que en el Ayuntamiento de Laracha la valoración más baja la recibe el ítem 23, elaborado personalmente por interés y curiosidad propia, (por lo que no aparece en el estudio de las instalaciones madrileñas) ya que se refiere al cambio realizado este año sobre la imposición del pago de matrícula.

- El ítem 19, referido a los horarios, es uno de los que recibe en ambos estudios una alta valoración:
 - **Centros de fitness de Madrid**

 - 19. El centro tiene unos horarios de apertura convenientes para sus clientes.

 - **Actividades municipales del ayuntamiento de Laracha**

 - 19. Las actividades tienen horarios convenientes

- ❖ Finalmente se aprecia que tanto en los cuatro centros investigados de Madrid como el ayuntamiento de Laracha, ya que la valoración se hace por medio de una escala del 1 al 7, una media bastante alta llevando a una grata satisfacción por parte de los usuarios. Se obtiene como valor más bajo el de la satisfacción total media del Centro de Pozuelo (4.9) y en el Centro de Torrejón se obtiene el más alto (5.6).



6.3.- ANÁLISIS FACTORIAL:

REDUCCIÓN DE VARIABLES EN DIMENSIONES DE SATISFACCIÓN

La finalidad de este apartado consiste en agrupar los diferentes indicadores descritos en cada ítem en dimensiones (factores comunes) más genéricas, de tal forma que su operatividad, al disminuir el número de variables, permita explicar de forma más sencilla los datos experimentales.

El análisis factorial es una técnica de modelación lineal general, cuyo objetivo es identificar un conjunto reducido de variables latentes (factores) que expliquen la estructura correlacional observada entre un conjunto de variables manifiestas (ítems). Pese a que la formulación matemática resulta algo compleja, el principio básico del análisis factorial es relativamente simple: la covarianza o correlación entre un conjunto de variables manifiestas es debida a la existencia de uno, o más, factor(es) latente(s) común(es) a esas variables manifiestas (Marôco, 2010).

De esta forma, mediante el análisis factorial se puede realizar una reducción de datos para identificar un pequeño número de factores, menor al número de variables, que expliquen la mayor parte de la variancia observada con una pérdida mínima de información. La ventaja que tiene el análisis factorial es que se tratan todas las variables simultáneamente, cada una relacionada con las demás y no existe una variable dependiente y otras independientes.

El análisis factorial puede clasificarse en dos tipos, de acuerdo con la existencia o no, a priori, de hipótesis sobre la estructura correlacional:

Análisis Factorial Exploratorio (AFE) y Análisis Factorial Confirmatorio (AFC).



La utilización del análisis factorial exploratorio (AFE), como uno de los modelos para analizar ciertos constructos, se debe utilizar cuando no hay información previa sobre la estructura factorial que puede explicar las correlaciones entre las variables manifiestas, es decir, no se conocen a priori el número de factores por lo que resulta adecuado para purificar los datos cuando no se posee una concepción previa de esa estructura (Tomás, 1993), como puede ser el caso de la construcción de una herramienta de medida.

Existen una serie de test o pruebas que indican la pertinencia del análisis factorial, concretamente siete, entre las que destacamos:

1. Determinante de la matriz de correlaciones: se trata de un indicador del grado de intercorrelaciones existente, debiendo asumir valores muy pequeños pero distintos de 0 pues en este caso indicaría que algunas variables son linealmente dependientes, no pudiéndose realizar ciertos cálculos necesarios en el análisis factorial.

2. Prueba KMO (medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin): compara los coeficientes de correlación simple con los coeficientes de correlación parcial, debiendo asumir valores mayores a 0.6.

3. Test de Esfericidad de Bartlett: comprueba si la matriz de correlaciones es una matriz identidad, es decir, ausencia de correlación significativa entre las variables; se buscan valores elevados del test con significatividad inferior a 0.05.

A la hora de extraer los factores disponemos de varias opciones, siendo la más utilizada la de componentes principales, consistente en realizar una combinación lineal de las variables, de tal manera que el primer componente principal sea la combinación que más variancia explique, el segundo la segunda mayor y que está incorrelado con el primero y así sucesivamente. Las demás opciones son mínimos cuadrados no ponderados, mínimos cuadrados generalizados, máxima verosimilitud, factorización de Ejes principales, factorización Alfa y factorización Imagen.



Para interpretar los factores utilizaremos las cargas factoriales, que representan las correlaciones entre cada variable y el factor. Así, las cargas con alores en torno a .30 se consideran de nivel mínimo, $>.40$ son más importantes, mientras que cargas $>.50$ son significativas. De esta forma, cuanto mayor sea el valor absoluto de la carga más importante es esa variable para interpretar el factor.

Para la interpretación de los resultados es necesario tener un conocimiento adecuado de la teoría, pues el nombre de los factores debe guardar una estrecha relación con el contenido de los mismos. De esta manera, el contenido de cada escala se resumirá en un número reducido de factores.

De acuerdo con los anterior n primer lugar se ha de conocerse si el análisis factorial es una prueba adecuada en la muestra existentes. Para dar solución a esta adecuación hemos procedido a calcular el índice de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), la prueba de esfericidad de Bartlett y el estudio de la comunalidad.

Los resultados que se muestran en la tabla nº, con un índice KMO de 0,820 y una significación en la prueba de Bartlett del .000.

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,817
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1096,497
	Gl	300
	Sig.	,000

Tabla 38.- KMO y Prueba de Bartlett

Otra prueba supone el estudio de la comunalidad, cuyos resultados muestran unos valores superiores al .60 salvo en el ítem 22 que presenta un valor de 0,506. Lo que permite afirmar que todas las variables contempladas están representadas en el análisis.



Comunalidades		
	Inicial	Extracción
ITEM1	1,000	,824
ITEM2	1,000	,688
ITEM3	1,000	,652
ITEM4	1,000	,651
ITEM5	1,000	,717
ITEM6	1,000	,786
ITEM7	1,000	,636
ITEM8	1,000	,711
ITEM9	1,000	,684
ITEM10	1,000	,841
ITEM11	1,000	,598
ITEM12	1,000	,708
ITEM13	1,000	,701
ITEM14	1,000	,866
ITEM15	1,000	,712
ITEM16	1,000	,783
ITEM17	1,000	,683
ITEM18	1,000	,741
ITEM19	1,000	,550
ITEM20	1,000	,759
ITEM21	1,000	,749
ITEM22	1,000	,506
ITEM23	1,000	,698
ITEM24	1,000	,757
ITEM25	1,000	,799

Tabla 39: Estudio de la comunalidad. Método de extracción: Análisis de Componentes principales

ANÁLISIS FACTORIAL EN COMPONENTES PRINCIPALES

Con el análisis factorial (factorización) se pretende averiguar el número de factores comunes que son precisos para explicar los datos experimentales. Hemos optado por realizar el análisis factorial por el método de componentes principales por ser más sencilla su interpretación. Los resultados se muestran en la tabla, se deduce que las seis primeras dimensiones explican un total del 71.12% del total de la varianza, lo que nos permite considerar una buena representación de la varianza inicial por los factores identificados. Si bien las cuatro primeras dimensiones se presentan con un mayor peso y explican un total del 61,09 % de la varianza.



ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS ACTIVIDADES MUNICIPALES DEL AYUNTAMIENTO DE LARACHA.

Varianza total explicada								
	Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación ^a
		Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total
Dimension	1	10,148	40,593	40,593	10,148	40,593	40,593	1,521
	2	2,024	8,095	48,688	2,024	8,095	48,688	6,787
	3	1,561	6,245	54,933	1,561	6,245	54,933	6,124
	4	1,541	6,162	61,095	1,541	6,162	61,095	5,474
	5	1,368	5,472	66,567	1,368	5,472	66,567	5,326
	6	1,158	4,631	71,198	1,158	4,631	71,198	1,268
	7	,943	3,772	74,970				
	8	,840	3,361	78,331				
	9	,783	3,130	81,461				
	10	,645	2,581	84,042				
	11	,561	2,244	86,286				
	12	,512	2,049	88,335				
	13	,431	1,724	90,059				
	14	,382	1,527	91,586				
	15	,363	1,452	93,037				
	16	,303	1,214	94,251				
	17	,294	1,178	95,429				
	18	,237	,947	96,376				
	19	,203	,813	97,189				
	20	,179	,718	97,907				
	21	,149	,597	98,503				
	22	,125	,500	99,003				
	23	,106	,425	99,428				
	24	,075	,300	99,729				
	25	,068	,271	100,000				
Método de extracción: Análisis de Componentes principales.								
a. Cuando los componentes están correlacionados, las sumas de los cuadrados de las saturaciones no se pueden añadir para obtener una varianza total.								

Tabla 40.- Autovalores rotados y varianza total explicada



La matriz de componentes rotados, que se expone en la tabla 3, nos muestran estas seis dimensiones y como participa cada ítem de ellas:

- **Dimensión 1.** Comportamiento de los empleados (ítems 3, 12,14,15,16). Se agrupan en esta dimensión la satisfacción con el comportamiento de los empleados, su disposición a ayudar, la confianza y seguridad que inspiran, sus conocimientos y su apariencia.
- **Dimensión 2.** Comportamiento del Ayuntamiento (ítems 6,7,8,9,19,23 y 24). Se agrupan en esta dimensión la satisfacción de los usuarios con el comportamiento del Ayuntamiento en relación con el cumplimiento de sus servicios.
- **Dimensión 3.** Servicios ofertados (ítems 13,17,18 y 20). Se agrupan en esta dimensión la satisfacción acerca de la individualización, personalización y comprensión de las necesidades de los usuarios.
- **Dimensión 4.** Instalaciones (ítems 1, 2, 4 y 21). Se agrupa en esta dimensión la satisfacción con las instalaciones y equipamiento.
- **Dimensión 5.** Información (ítem 10 y 11). Consta en esta dimensión la información aportada a los usuarios, su exactitud y la rapidez en proporcionarla.
- **Dimensión 6.** Esta dimensión es la más complicada de definir ya que consta de un sólo ítem (ítem 5), bastante relacionado con la dimensión 3 de atención al usuario. Sin embargo tiene un matiz diferente ya que hace relación a las promesas que hace el ayuntamiento y el tiempo que tarda en cumplirlas. Esta la vamos a denominar Rapidez de respuesta.



ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS ACTIVIDADES MUNICIPALES DEL AYUNTAMIENTO DE LARACHA.

Matriz de componentes rotados ^a						
	Componente					
	1	2	3	4	5	6
ITEM14	,839					
ITEM16	,818					
ITEM12	,782					
ITEM15	,715					
ITEM3	,546					
ITEM23		,750				
ITEM8		,747				
ITEM9		,657				
ITEM6		,639				
ITEM7		,626				
ITEM19		,612				
ITEM24		,512				
ITEM18			,784			
ITEM20			,742			
ITEM17			,680			
ITEM13			,633			
ITEM22						
ITEM1				,805		
ITEM4				,754		
ITEM2				,719		
ITEM21				,535		
ITEM10					,773	
ITEM11					,578	
ITEM5						,807
Método de extracción: Análisis de componentes principales.						
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.						
a. La rotación ha convergido en 8 iteraciones.						

Tabla 41.- Matriz de componentes rotados

Si comparamos estos datos con otros similares obtenidos por Rial y col. (2009), Nuviala y col. (2005) Celestino, A. y Biencinto C. (2012) vemos que encuentran también que la satisfacción de los usuarios puede agruparse en varios factores y dimensiones. Aunque los datos obtenidos en nuestro estudio difieren un poco de los anteriores.



Rial destaca 3 grupos de elementos los pertenecientes al centro deportivo, los del propio usuario y las interrelaciones sociales. Nuviola agrupa la satisfacción del cliente en 5 dimensiones. Comportamiento de los empleados, comportamiento de la empresa, servicios de la organización, equipamiento y horarios, coincidiendo bastante con las dimensiones encontradas por Celestino, A. y Biencinto C.

En mi trabajo hay mucha coincidencia en la dimensión 1: “comportamiento de los empleados”, dimensión 2: “comportamiento de la organización”, dimensión 3: “servicios ofertados” y dimensión 4: “Instalaciones”. Y no se detecta en nuestro estudio la que la dimensión horarios tenga suficiente entidad ya que se agrupa en la dimensión 2 y aparece una nueva que no se refleja en los estudios encontrados, dimensión 5: “rapidez de respuesta”.



7. CONCLUSIONES

A la luz de los datos obtenidos y de los análisis realizados en el presente estudio podemos concluir:

- El grado de satisfacción general por parte de los usuarios de las actividades deportivas municipales del Ayuntamiento de Laracha se sitúa entre Bastante de acuerdo y Totalmente de acuerdo que es la valoración máxima.
- Las características sociodemográficas de los usuarios de las actividades deportivas del Ayuntamiento de Laracha son similares a las analizadas en otros estudios de actividad física. Un 2,75% de la población utiliza los servicios deportivos del Ayuntamiento, sin contar con clubes ni entidades deportivas, de los cuales la mayoría son mujeres con una media de edad de 45,1 años.
- Respecto a las actividades ofertadas el grado de satisfacción por parte de los usuarios del Ayuntamiento de Laracha se sitúa entre Bastante de acuerdo y Totalmente de acuerdo que es la valoración máxima.
- Respecto a las instalaciones deportivas utilizadas el grado de satisfacción por parte de los usuarios del Ayuntamiento de Laracha se sitúa entre Bastante de acuerdo y Totalmente de acuerdo que es la valoración máxima.
- Respecto a los técnicos/monitores encargados de las actividades ofertadas el grado de satisfacción de los usuarios del Ayuntamiento de Laracha se sitúa entre Bastante de acuerdo y Totalmente de acuerdo que es la valoración máxima.
- Las actividad más demandada por los usuarios del Ayuntamiento de Laracha es la de mantenimiento.
- El motivo más destacado de realizar práctica deportiva por parte de los usuarios Ayuntamiento de Laracha es por diversión con un 41,8% y por practicar actividad física con un 35,8%.
- La satisfacción de los usuarios de las actividades deportivas del ayuntamiento de Laracha tiene un carácter multifactorial. Encontrándose que pueden ser agrupadas en 6 dimensiones correspondientes a: *Comportamiento de los empleados, Comportamiento del Ayuntamiento, Servicios ofertados, Instalaciones, Información y Rapidez de respuesta.*



8. BIBLIOGRAFÍA

- Absher, J., Howat, G., Crilley, G. y Milne, I. (1996). *Toward quality customer service: market segment differences for sports and leisure centres*. Australian Leisure, 7(1), 25-28.
- Afthinos, Y., Theodorakis, N. y Nassis, P. (2005). *Customers' expectations of service in Greek fitness centres. Gender, age, type of sport center and motivation differences*. Managing Service Quality, 15(3), 245-258.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsozbatzoudis, C. y Grouios, G. (2004). *An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context*. European Sport Management Quarterly, 4, 36-52.
- Barrera, R. y Reyes, M. C. (2003). *Análisis comparado de las escalas de medición de la calidad de servicio*. En XIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, 13, 285-294. Lugo: Universidad de Santiago de Compostela.
- Bodet, G. (2006). *Investigating customer satisfaction in a health club context by an application of the tetraclass model*. European Sport Management Quarterly, 6(2), 149-165.
- Brady, K.M. y Cronin, J.J. (2001). *Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach*. Journal of Marketing, 65, 17-31.
- Calabuig, F. y Saura, D. (1999). *La Satisfacción con las instalaciones como herramienta para la gestión deportiva*. En libro de Actas del I Congreso sobre la Actividad Física y el Deporte en la Universidad. Valencia: FCAFE. (Universitat de caso de una reunión internacional de atletismo. Trabajo de investigación de Ciencia y Profesión, 10, 13-24.
- Celestino, A. y Biencinto, C. (2012) *La satisfacción del cliente externo en organizaciones de fitness. Estudio empírico de la Comunidad de Madrid*. Motricidad. European Journal of human movement, 115-132.
- Cristóbal Fransi, E. y Gómez Adillón, M.J (1999). *La gestión de la calidad en las entidades deportivas*. En Actas del 4º Congreso de les Ciències de l'Esport, l'Educació Física y la Recreació. (pp.295-307). Lleida. INEFC.



- Crompton, J. L. y Mackay, K. J. (1989). *Users' perceptions of the relative importance of service quality dimensions in selected public recreation programs*. Leisure Sciences, 11 (4), 367-375.
- Crompton, J. L., Mackay, K. J. y Fesenmaier, D. R. (1991). *Identifying dimensions of service quality in public recreation*. Journal of Park and Recreation Administration, 9 (3), 15-28.
- Cronin, J. Jr. y Taylor, S. (1992). *Measuring service quality: a re-examination and extension*. Journal of Marketing, 56, 55-68. doctorado, sin publicar. Universitat de València, España.
- Crosby, P. B. (1987). *La calidad no cuesta*. Cecsca. México.
- Deming, W.E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad, la salida de la crisis*. Madrid.
- Documentación *Concello da Laracha*. Decembro 2012 (sen publicar).
- Dorado, A. (2007). *Análisis de la satisfacción de los usuarios del servicio deportivo municipal*. Revista de Educación Física INDE.
- Dorado, A. y Gallardo, L. (2004). *La satisfacción del consumidor deportivo en los servicios públicos*. Investigación y Marketing, 83, 26-30.
- Dorado, A., Gambau, V. y Gallardo, L. (2006). *La calidad en la gestión deportiva: un valor en alza*. En A. Fraile y X. Pujadas (Eds.), Culturas deportivas y valores sociales. Investigación social y deporte. Pamplona: Asociación Española de Investigación Social Aplicada al Deporte.
- *Encuesta de hábitos deportivos de la población de Benalmádena 2013*. Patronato Deportivo Municipal. Ayuntamiento de Benalmádena.
- Ferreira, A. (2001). *Qualidade, satisfação e fidelização de clients em centros de fitness: adaptação, validação e aplicação de instrumentos para a sua avaliação*. Dissertação de mestrado nao publicada. Universidade do Porto: Faculdade de Ciencias do Desporto e de Educação Física.
- Fishbein, M., y Ajzen, I. (1975). *Beliefs, attitudes, intentions and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gallardo, L. y Jiménez, A. (2004). *La gestión de los servicios deportivos municipales*. Barcelona: Inde.



- Gálvez Ruiz, P. (2011). Tesis doctoral dirigida por la Dra. D^a. Morales Sánchez, V. *Cuestionario para evaluar la calidad de servicios deportivos: estudio inicial de las propiedades psicométricas*. Facultad de medicina. Málaga.
- Howat, G., Crilley, G., Absher, J. y Milne, L. (1996). *Measuring customer service quality in sport an leisure centers*. *Managing Leisure*, 1(2), 77-89.
- Howat, G., Crilley, G., Milne, I. y Absher, J. (1993). *The basis for measuring quality customer service in sports and leisure centres*. *Australian Journal of Leisure and Recreation*, 3(3), 5-13.
- Juran, J. (1951) *Quality control Handbock*. New York.
- Kim, D. y Kim, S. (1995). *QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centres in Korea*. *Journal of Sport Management*, 9, 208-220.
- Luna-Arocas, R., Mundina, J. y Carrión, C. (1998). *La satisfacción del consumidor en un centro deportivo*. En Martínez del Castillo, J. (comp.) *Deporte y Calidad de Vida*. (Pp. 299-305). Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz.
- Luna-Arocas, R. y Calabuig, F. (1999). *La estrategia de los recursos humanos en la gestión deportiva*. En libro de *Actas del I Congreso sobre la Actividad Física y el Deporte en la Universidad*. Valencia: FCAFE (Universitat de València).
- Luna-Arocas, R. y Mundina, J. (1998). *La satisfacción del consumidor en el marketing del deporte*. *Revista de Psicología del Deporte*, 13, 147-155.
- Luna-Arocas, R. y Mundina, J. (1998). *El marketing estratégico del deporte; satisfacción, motivación y estrategias*. *Revista de Psicología del Deporte* 1998.
- Luna-Arocas, R., Mundina, J. y Gómez, A. (1998). *La creación de una escala para medir la calidad de servicio y la satisfacción: el Neptuno-1*. En Martínez del Castillo, J. (comp.): *Deporte y Calidad de Vida*. (Pp. 279-290). Madrid: Librerías deportivas Esteban Sanz.
- Marôco, J. (2010). *Análise de Equações Estruturais. Fundamentos teóricos, Software & Aplicações*. Pero Pinheiro: Rolo y Filhos II, SA.
- Martínez-Tur, V., Peiró, J.M., y Ramos, J. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Madrid: Síntesis.
- Meza Leiva, H. (2009). *Evaluación de la calidad de las instalaciones y programa de actividades físico-deportivos*. Fundación deportiva de Málaga.



- Molina-García, J. y Castillo, I. (2009). *Pensamiento sobre la gestión deportiva pública: un estudio cualitativo con universitarios valencianos*. *Actividad Física y Deporte: Ciencia y Profesión*, 10, 13-24.
- Morales, V., Hernández Mendo, A. y Blanco, A. (2005). *Evaluación de la calidad en los programas de actividad física*. *Psicothema*, 17 (2), 311-317.
- Moralez Sánchez, V. (2003). *Evaluación psicosocial de la calidad en los servicios municipales deportivos: aportaciones desde el análisis de variabilidad*. Tesis doctoral: Universidad de Málaga.
- Mundina, J. y Calabuig, F. (1999). *El marketing social al servicio de la gestión de calidad: El caso de los servicios públicos náuticos de la Generalitat Valenciana*. *Apunts: Educación Física y Deportes*, (57), 77-83.
- Mundina, J., Quintanilla, I., Sampedro, J., Calabuig, F. y Crespo, J. (2005). *Estudio de la calidad percibida y la satisfacción de los espectadores y los deportistas de los juegos mediterráneos Almería 2005*. Valencia.
- Nuviala, A. y Casajús, J.A. (2005). *Calidad percibida del servicio deportivo en edad escolar desde la perspectiva de los padres*. El caso de la provincia de Huelva. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*. 64, 12-40.
- Pérez, I.; Sánchez Gombáu, C.; Manassero Mas, M. A.(2009) *Satisfacción percibida de los usuarios de las instalaciones deportivas municipales de Palma de Mallorca*. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, vol. 4, núm. 1, enero-junio, 2009, pp. 59-74 Editorial Deportiva Wanceulen. Las Palmas de Gran Canaria, España
- Pérez, J. A. (1994). *Gestión de la calidad empresarial. Calidad en los servicios y atención al cliente. Calidad total*. Madrid: ESIC.
- Picón, E., Varela, J., Rial, A., y García, A. (2001, marzo). *Evaluación de la satisfacción del consumidor mediante Análisis de la Importancia - Valoración: una aplicación a la evaluación de destinos turísticos*. Comunicación. I Congreso Galego de Calidade. Santiago de Compostela.



- Reeves, C. A. y Bednar, C. A. (1994). *Defining quality: alternatives and implications*. *Academy of Management Review*, 19, 419-445.
- Rial, A., Alonso, D., Rial, J., Picón, E. y Varela, J. (2009). *Un intento de segmentación integral de los usuarios de centros deportivos*. *Apuntes: Educación Física y Deportes*, 95(1), 82-91.
- Rodríguez, I., Agudo, A., García, M.M. y Herrero, A. (2003). *Análisis de los factores determinantes de la calidad percibida en los espectáculos deportivos: Aplicación al fútbol profesional*. Barcelona: Actas del Congreso Mundial de Gestión deportiva.
- Rosenberg, M.J. (1956). *Cognitive Structure and Attitudinal Affect*. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 53 , 367-372.
- Sánchez, P. (2000). *Marketing Deportivo. La clave del éxito en la gestión de centros de actividades físico-deportivas y recreativas*. Madrid: Comunidad de Madrid.
- Setó Pamies, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC.
- Tomás, J. M. (1993). *El uso de los modelos de ecuaciones estructurales y del análisis factorial confirmatorio en el análisis psicométrico de cuestionarios: una batería de seguridad laboral*. Universidad de Valencia: Tesis doctoral. *tourism market. Psicothema*, 16, 76-83.
- Triadó, X., Aparicio, P. y Rimbau, E. (1999). *Identification of factors of customer satisfaction in municipal sport centres in Barcelona. Some suggestions for satisfaction improvement*. *The Cyber-Journal of Sport Marketing*, 3(4).
- Varela, J., Picón, E., y Braña, T. (2004). *Segmentation of the Spanish domestic tourism market*. *Psicothema*, 16, 76-83.
- Varela, J., Prat, R., Voces, C., y Rial, A. (2006). *Una nueva escala para la evaluación de la calidad de los servicios de hostelería*. *Psicothema*, 18, 135-142.
- Wilkie, W.L., y Pessemier, E.A. (1973). *Issues in Marketing's Use of Multi-attribute Attitude Models*. *Journal of Marketing Research*, 10(4), 428-441.
- Wright, B., Duray, N. y Goodale, T. (1992). *Assessing perceptions of recreation center service quality: An application of recent advancements in service quality research*. *Journal of Park and Recreation Administration*, 10, 33-47.



9. ANEXOS

CUESTIONARIO SOBRE EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS ACTIVIDADES MUNICIPALES DE LARACHA

EDAD:

SEXO:

ACTIVIDAD/ES QUE REALIZA:

FRECUENCIA SEMANAL DE PRÁCTICA:

AÑOS QUE LLEVA EN LAS ACTIVIDADES MUNICIPALES:

FAMILIARES QUE PARTICIPAN EN LAS ACTIVIDADES MUNICIPALES:

MOTIVACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRÁCTICA:

- ◆ A continuación se presentan varios ítems que valorará de 1 (muy en desacuerdo) a 7 (totalmente de acuerdo) según su opinión personal.

1. El municipio tiene un equipamiento de apariencia moderna

1 2 3 4 5 6 7

2. Las instalaciones del ayuntamiento son visualmente atractivas

1 2 3 4 5 6 7

3. Los empleados del centro tienen una apariencia cuidada

1 2 3 4 5 6 7

4. Las informaciones sobre los servicios deportivos municipales son visualmente atractivos

1 2 3 4 5 6 7

5. Cuando el ayuntamiento promete hacer algo en un determinado tiempo lo hace

1 2 3 4 5 6 7



6. Cuando usted tiene un problema, el ayuntamiento muestra un interés sincero para resolverlo

1 2 3 4 5 6 7

7. El ayuntamiento realiza bien a la primera el servicio que ofrece

1 2 3 4 5 6 7

8. Los servicios que ofrece el ayuntamiento dan el resultado esperado

1 2 3 4 5 6 7

9. El ayuntamiento procura mantener sus servicios exentos de errores

1 2 3 4 5 6 7

10. Los empleados/técnicos/monitores deportivos del ayuntamiento informan exactamente sobre los servicios ofertados

1 2 3 4 5 6 7

11. Los empleados/ técnicos/monitores deportivos le sirven con rapidez

1 2 3 4 5 6 7

12. Los empleados/técnicos/ monitores deportivos están siempre dispuestos a ayudarles

1 2 3 4 5 6 7

13. Los empleados/técnicos/monitores deportivos disponen del tiempo necesario para responder a sus preguntas

1 2 3 4 5 6 7

14. El comportamiento de los empleados/ técnicos/ monitores deportivos inspira confianza a los clientes

1 2 3 4 5 6 7

15. Usted siente seguridad en la realización de sus actividades

1 2 3 4 5 6 7



16. Los empleados/técnicos/monitores son siempre corteses con usted

1 2 3 4 5 6 7

17. Los empleados/técnicos/monitores tienen los conocimientos suficientes para responder a sus preguntas

1 2 3 4 5 6 7

18. El ayuntamiento les ofrece una atención individualizada

1 2 3 4 5 6 7

19. Las actividades tienen horarios convenientes

1 2 3 4 5 6 7

20. Los empleados/técnicos/monitores le ofrecen una atención personalizada

1 2 3 4 5 6 7

21. El deseo del ayuntamiento es atender los intereses de sus usuarios en las actividades municipales

1 2 3 4 5 6 7

22. los empleados/técnicos/monitores comprenden sus necesidades personales

1 2 3 4 5 6 7

23. Está de acuerdo en pagar una matrícula para la realización de las actividades municipales

1 2 3 4 5 6 7

24. Hay un ambiente favorable que permite una buena práctica

1 2 3 4 5 6 7

25. Se realizan actividades adaptadas a cada tipo de población

1 2 3 4 5 6 7

Si desea hacer alguna observación o aclaración:



10. COMPETENCIAS

En este apartado realizo el análisis de las competencias de la titulación de Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de la Facultad de Ciencias del Deporte y la Educación Física de la Universidad de A Coruña.

- ❖ En primer lugar muestro las asignaturas cursadas durante los cuatro años de grado:

MATERIAS DE 1º DE GRADO

- 01 Pedagogía de la actividad física y del deporte.
- 02 Anatomía y cinesiología del movimiento humano.
- 03 Teoría e historia de la actividad física y del deporte.
- 04 Bases de la educación física y deportiva.
- 05 Juegos y recreación deportiva.
- 06 Habilidades atléticas y su didáctica.
- 07 Habilidades acuáticas y su didáctica.
- 08 Voleibol y su didáctica.
- 09 Habilidades gimnásticas y su didáctica.
- 10 Fútbol y su didáctica.



MATERIAS DE 2º DE GRADO

- 11 Psicología de la actividad física y del deporte.
- 12 Aprendizaje y control motor.
- 13 Fisiología del ejercicio I.
- 14 Biomecánica del movimiento humano.
- 15 Sociología de la actividad física y del deporte.
- 16 Teoría y práctica del ejercicio.
- 17 Balonmano y su didáctica.
- 18 Baloncesto y su didáctica.
- 19 Habilidades de deslizamiento y su didáctica.
- 20 Habilidades de lucha y su didáctica.

MATERIAS DE 3º DE GRADO

- 21 Metodología de investigación en actividad física y deporte.
- 22 Proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y del deporte.
- 23 Actividad física saludable y calidad de vida I.
- 24 Metodología del rendimiento deportivo.
- 25 Fisiología del ejercicio II.
- 26 Estructura y organización deportiva.
- 27 Actividad física y deporte adaptado.
- 28 Expresión corporal y danza.
- 29 Iniciación en deportes (Atletismo) (optativa).

MATERIAS DE 4º DE GRADO

30 Tecnología en actividad física y deporte.

31 Planificación del proceso de enseñanza/aprendizaje de la actividad física y del deporte.

32 Actividad física saludable y calidad de vida II.

33 Teoría y práctica del entrenamiento deportivo.

34 Dirección y gestión deportiva.

35 Actividad física en el medio natural.

36 Prácticum.

37 Trabajo fin de grado.

38 Iniciación en deportes (Vela) (optativa)

39 Creación y dirección de empresas deportivas (optativa)

- ❖ A continuación se presentan los tres tipos de competencias que se trabajan en el grado:



1. Relacionaré cada una de ellas con las asignaturas correspondientes, además de marcar **aquéllas utilizadas en mi trabajo de fin de grado**, con la siguiente leyenda:





COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

A.1	Comprender los procesos históricos de las actividades físico-deportivas y su influencia en la sociedad contemporánea, estudiando el caso de España y Galicia, y la presencia diferenciada de los hombres y de las mujeres: Teoría e historia de la AF y el deporte. Sociología de la AF y el deporte.
A.2	Comprender los beneficios del deporte como experiencia de ocio para ser capaz de incluir los indicadores fundamentales en la planificación y atender a los mismos en el desarrollo de la práctica de ocio, considerando el género, la edad y la discapacidad, y analizando con enfoque crítico las estrategias de discriminación positiva: Juegos y recreación deportiva. Actividad física saludable y calidad de vida I. Actividad física saludable y calidad de vida II. Todos los deportes y “su didáctica”. Sociología de la AF y el deporte. Actividad física y deporte adaptado.
A.3	Conocer y analizar la cultura deportiva y proponer los cambios necesarios, en la propia y en la de las personas con las que trabaja, desde la ética y el juego limpio, las diferencias de género y la visibilidad de los discapacitados. Sociología de la AF y el deporte. Juegos y recreación deportiva. Actividad física y deporte adaptado.
A.4	Conocer y comprender las bases que aporta la educación física a la formación de las personas. Bases de la educación física y deportiva.
A.5	Fomentar la convivencia, estimulando y poniendo en valor la capacidad de constancia, esfuerzo y disciplina de los participantes en las actividades de educación física y deportiva. Teoría y práctica del ejercicio. Teoría y práctica del entrenamiento deportivo. Juegos y recreación deportiva.
A.6	Diseñar y ordenar estrategias y espacios de aprendizaje que respondan a la diversidad social (sexo, género, edad, discapacidad, culturas...) y al respeto de los derechos que conforman los valores que aporta la educación física y deportiva a la formación integral de los ciudadanos. Pedagogía de la AF y el deporte. Psicología de la AF y el deporte. Proceso de enseñanza y aprendizaje de la AF y el deporte. Sociología de la AF y el deporte.
A.7	Promover y evaluar la formación de hábitos de actividad física y deporte a lo largo del ciclo vital, considerando que la edad, el género o la discapacidad son variables que necesitan de la intervención consciente para favorecer la igualdad de oportunidades. Actividad física saludable y calidad de vida II. Sociología de la AF y el deporte.
A.8	Diseñar, desarrollar, y evaluar los procesos de enseñanza – aprendizaje, relativos a la actividad física y el deporte, con atención y tutorización según las características individuales y contextuales de las personas (género, edad, discapacidad, culturas, etc). Prácticum. Proceso de enseñanza y aprendizaje de la AF y el deporte. Planificación del proceso de enseñanza y aprendizaje de la AF y el deporte. Pedagogía de la AF y el deporte.
A.9	Elaborar propuestas curriculares para las distintas etapas en el marco institucional de un centro educativo, desarrollando los elementos de la programación didáctica del área de E. Física, con arreglo a la legislación vigente y al proyecto educativo de centro. Proceso de enseñanza y aprendizaje de la AF y el deporte. Planificación del proceso de enseñanza y aprendizaje de la AF y el deporte. Actividad física saludable y calidad de vida II.



ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS ACTIVIDADES MUNICIPALES DEL AYUNTAMIENTO DE LARACHA.

A.10	Conocer los distintos niveles de la legislación educativa y aplicar los fundamentos básicos que promueve en cuanto a la Planificación y Programación Didáctica de la Educación Física en las etapas educativas. Planificación del proceso de enseñanza y aprendizaje de la AF y el deporte.
A.11	Poseer el conjunto de habilidades o competencias docentes que faciliten el proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula de educación física. Planificación del proceso de enseñanza y aprendizaje de la AF y el deporte. Pedagogía de la AF y el deporte. Proceso de enseñanza y aprendizaje de la AF y el deporte. Prácticum.
A.12	Evaluar y elaborar instrumentos de recogida de datos que atiendan a los aprendizajes del alumno, al proceso de enseñanza en sí y a la función del docente. Metodología de la investigación en actividad física y deporte. Teoría y práctica del ejercicio. Actividad física saludable y calidad de vida II. Tecnología en AF y deporte.
A.13	Identificar las principales tareas del profesor de educación física dentro y fuera del aula, resaltando las que hacen referencia a su labor tutorial, orientadora y departamental. Planificación del proceso de enseñanza y aprendizaje de la AF y el deporte. Pedagogía de la AF y el deporte.
A.14	Diseñar, planificar, evaluar técnico-científicamente y desarrollar programas de ejercicios orientados a la prevención, la reeducación, la recuperación y readaptación funcional en los diferentes ámbitos de intervención: educativo, deportivo y de calidad de vida, considerando, cuando fuese necesario las diferencias por edad, género, o discapacidad. Actividad física saludable y calidad de vida II. Sociología de la AF y el deporte.
A.15	Conocer, saber seleccionar y saber aplicar las técnicas de modificación de conducta que puede utilizar el profesional de Educación Física y Deportes en los diferentes ámbitos de su competencia laboral. Pedagogía de la AF y el deporte. Psicología de la AF y el deporte.
A.16	Diseñar, programar y desarrollar actividades esenciales de la motricidad humana: el juego, la danza y la expresión corporal, el ejercicio y las actividades en el medio natural, en el ámbito educativo, recreativo y de la actividad física y salud, promoviendo la igualdad de derechos y oportunidades y evitando la exclusión en función del género y la discapacidad. Juegos y recreación deportiva. Expresión corporal y danza. Actividad física en el medio natural. Actividad física y deporte adaptado.
A.17	Programar y desarrollar actividades físico-deportivas en el medio natural, en el contexto educativo y recreativo, favoreciendo la participación a la que todos tienen derecho y evitando la invisibilidad por razones de género o discapacidad. Actividad física en el medio natural. Sociología de la AF y el deporte.
A.18	Diseñar y aplicar métodos adecuados para el desarrollo y la evaluación técnico-científica de las habilidades motrices básicas en las diferentes etapas evolutivas del ser humano, considerando el género. Bases de la educación física y deportiva.
A.19	Planificar, desarrollar, controlar y evaluar técnica y científicamente el proceso de entrenamiento deportivo en sus distintos niveles y en las diferentes etapas de la vida deportiva, teniendo en cuenta las diferencias biológicas entre hombres y mujeres y la influencia de la cultura de género en la actuación del entrenador y en los deportistas. Metodología del rendimiento deportivo. Teoría y práctica del entrenamiento deportivo. Sociología de la AF y el deporte.



ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS ACTIVIDADES MUNICIPALES DEL AYUNTAMIENTO DE LARACHA.

A.20	Diseñar, planificar y realizar funciones de animación para la utilización saludable del ocio. Juegos y recreación deportiva.
A.21	Diseñar planificar y realizar actividades físicas y deportivas en lugares o espacios que implican un riesgo intrínseco: en el medio acuático, en la nieve u otros del medio natural o con animales. Actividad física en el medio natural. Actividades acuáticas saludables y socorrismo. Habilidades acuáticas y su didáctica.
A.22	Comprender los fundamentos neurofisiológicos y neuropsicológicos subyacentes al control del movimiento y, en su caso, las diferencias por género. Ser capaz de realizar la aplicación avanzada del control motor en la actividad física y el deporte. Anatomía y cinesiología del movimiento humano. Fisiología del ejercicio I y II. Aprendizaje y control motor.
A.23	Evaluar técnica y científicamente la condición física y prescribir ejercicios físicos en los ámbitos de la salud, el deporte escolar, la recreación y el rendimiento deportivo, considerando las diferencias biológicas por edad y género. Teoría y práctica de la AF y el deporte. Actividad física saludable y calidad de vida II.
A.24	Diseñar, planificar, evaluar técnica y científicamente y administrar programas de actividad física adaptada a personas y diferentes grupos de población con discapacidad, o que requieran atención especial. Actividad física y deporte adaptado. Sociología de la AF y el deporte. Gestión y dirección deportiva.
A.25	Identificar y comprender los requisitos psicomotores y sociomotores de las habilidades deportivas, ejecutando básicamente las habilidades motrices específicas de un conjunto de deportes, considerando las diferencias por género. Todos los deportes y "su didáctica". Bases de la educación física y deportiva.
A.26	Identificar y aplicar las peculiaridades didácticas de cada especialidad deportiva en la intención pedagógica de los diferentes ámbitos de intervención. Todos los deportes y "su didáctica".
A.27	Aplicar los principios cinesiológicos, fisiológicos, biomecánicos, comportamentales y sociales en los contextos educativo, recreativo, de la actividad física y salud y del entrenamiento deportivo, reconociendo las diferencias biológicas entre hombres y mujeres y la influencia de la cultura de género en los hábitos de vida de los participantes. Fisiología del ejercicio II. Biomecánica del movimiento humano. Sociología de la AF y el deporte.
A.28	Realizar e interpretar pruebas de valoración funcional en los ámbitos de la actividad física saludables y del rendimiento deportivo. Actividad física saludable y calidad de vida II. Actividades acuáticas saludables y socorrismo. Metodología del rendimiento deportivo. Teoría y práctica del ejercicio. Teoría y práctica del entrenamiento deportivo.
A.29	Identificar los riesgos para la salud que se derivan de la práctica de actividad física insuficiente e inadecuada en cualquier colectivo o grupo social. Actividad física saludable y calidad de vida I. Actividad física saludable y calidad de vida II.
A.30	Aplicar técnicas y protocolos que le permitan asistir como primer interviniente en caso de accidente o situación de emergencia, aplicando, si fuese necesario, los primeros auxilios. Actividades acuáticas saludables y socorrismo.
A.31	Realizar el análisis funcional de la conducta en los contextos deportivos, educativos o de ejercicio físico para la salud, como paso previo a la intervención psicológica. Psicología de la AF y el deporte. Pedagogía de la AF y el deporte.



A.32	Dirigir y gestionar servicios, actividades, organizaciones, centros, instalaciones, programas y proyectos de actividad física y deportiva desde los principios de igualdad de oportunidades, supervisando y evaluando la calidad, las garantías de seguridad y salud de los usuarios, así como su satisfacción y los resultados sociales y económicos. Creación y dirección de empresas deportivas. Dirección y gestión deportiva. Estructura y organización deportiva.
A.33	Seleccionar y saber utilizar el material y equipamiento deportivo adecuado para cada tipo de actividad físico-deportiva en el contexto educativo, deportivo, recreativo y de la actividad física y salud. Todos los deportes y "su didáctica". Actividad física en el medio natural. Actividades acuáticas saludables y socorrismo. Juegos y recreación deportiva. Teoría y práctica del ejercicio. Teoría y práctica del entrenamiento deportivo. Actividad física saludable y calidad de vida II.
A.34	Realizar actos facultativos de elaboración de informes técnicos y peritajes, asesorar e inspeccionar sobre actividad deportiva, instalaciones y programas deportivos. Dirección y gestión deportiva. Estructura y organización deportiva.
A.35	Conocer y saber aplicar el método científico en los diferentes ámbitos de la actividad física y el deporte, así como saber diseñar y ejecutar las técnicas de investigación precisas, y la elección y aplicación de los estadísticos adecuados. Metodología de investigación en actividad física y deporte.
A.36	Conocer y saber aplicar las nuevas tecnologías de la información y la imagen, tanto en las ciencias de la actividad física y del deporte, como en el ejercicio profesional. Tecnología en AF y deporte. Actividad física saludable y calidad de vida II. Dirección y gestión deportiva. Metodología de la investigación en AF y deporte. Habilidades de lucha.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

B.1	Conocer y poseer la metodología y estrategia necesaria para el aprendizaje en las ciencias de la actividad física y del deporte. Pedagogía de la AF y el deporte. Proceso de enseñanza/aprendizaje de la AF y el deporte. Todos los deportes y su didáctica.
B.2	Resolver problemas de forma eficaz y eficiente en el ámbito de las ciencias de la actividad física y del deporte. Prácticum.
B.3	Trabajar en los diferentes contextos de la actividad física y el deporte, de forma autónoma y con iniciativa, aplicando el pensamiento crítico, lógico y creativo. Prácticum. Actividad física saludable y calidad de vida II. Pedagogía de la AF y el deporte.
B.4	Trabajar de forma colaboradora, desarrollando habilidades, de liderazgo, relación interpersonal y trabajo en equipo. Gestión y dirección deportiva.
B.5	Comportarse con ética y responsabilidad social como ciudadano. Sociología de la AF y el deporte.
B.6	Dinamizar grupos en los diferentes ámbitos del ejercicio profesional. Todos los deportes y "su didáctica". Juegos y recreación.
B.7	Gestionar la información. Gestión y dirección deportiva. Prácticum.



ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS ACTIVIDADES MUNICIPALES DEL AYUNTAMIENTO DE LARACHA.

B.8	Desarrollar hábitos de excelencia y calidad en los diferentes ámbitos del ejercicio profesional. Dirección y gestión deportiva.
B.9	Comprender la literatura científica del ámbito de la actividad física y el deporte en lengua inglesa y en otras lenguas de presencia significativa en el ámbito científico. Teoría e historia de la actividad física y del deporte. Aprendizaje y control motor. Metodología del rendimiento deportivo. Prácticum.
B.10	Saber aplicar las tecnologías de la información y comunicación (TIC) al ámbito de las Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. Tecnología de la actividad física y el deporte.
B.11	Desarrollar competencias para la adaptación a nuevas situaciones y resolución de problemas, y para el aprendizaje autónomo. Prácticum.
B.12	Conocer los principios éticos necesarios para el correcto ejercicio profesional y actuar de acuerdo con ellos. Sociología de la AF y el deporte. Gestión y dirección deportiva.
B.13	Conocer y aplicar metodologías de investigación que faciliten el análisis, la reflexión y cambio de su práctica profesional, posibilitando su formación permanente. Prácticum.
B.14	Comprender y aplicar la legislación vigente relativa al marco de las actividades físicas y deportivas en los distintos ámbitos: educación, deporte, gestión, ocio y salud. Planificación del proceso enseñanza/aprendizaje. Gestión y dirección deportiva. Estructura y organización deportiva.
B.15	Comprender y saber utilizar las importantes posibilidades que la educación física y el deporte tienen para generar hábitos sociales y valores democráticos (coeducación de géneros, respeto a la diversidad social y cultural, cooperación, competición respetuosa, compromiso con el entorno. Todos los deportes y "su didáctica". Actividades acuáticas saludables y socorrismo. Actividad física saludable y calidad de vida II. Sociología de la AF y el deporte. Actividad física en el medio natural.
B.16	Dominar habilidades de comunicación verbal y no verbal necesarias en el contexto de la actividad física y el deporte. Expresión corporal y danza. Actividad física saludable y calidad de vida II. Habilidades de deslizamiento. Habilidades de lucha. Proceso de entrenamiento deportivo. Prácticum.
B.17	Promover y evaluar actividades referentes a la creación de hábitos autónomos de actividad física y deporte. Prácticum.
B.18	Comprometerse e involucrarse socialmente con su profesión y en concreto, con la situación actual de la actividad física y el deporte en la educación formal; con la gestión del centro educativo; con sus compañeros (trabajo cooperativo) y con aquellos a los que educa. Gestión y dirección deportiva.
B.19	Ejercer la profesión con responsabilidad, respeto y compromiso. Prácticum
B.20	Conocer, reflexionar y adquirir hábitos y destrezas para el aprendizaje autónomo y el trabajo en equipo a partir de las prácticas externas en alguno de los principales ámbitos de integración laboral, en relación a las competencias adquiridas en el grado que se verán reflejadas en el trabajo fin de grado. Prácticum.



COMPETENCIAS NUCLEARES

C.1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma. Sociología de la AF y el deporte. Anatomía y cinesiología. Fisiología del ejercicio. Fútbol y su didáctica. Biomecánica del movimiento. Actividad física saludable y calidad de vida II.
C.2	Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero. Metodología del rendimiento deportivo. Aprendizaje y control motor. Teoría e historia de la actividad física y del deporte.
C.3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para o ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida. Tecnología de la AF y el deporte. Habilidades de lucha.
C.4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común. Sociología de la AF y el deporte.
C.5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras. Prácticum. Gestión y dirección deportiva. Creación y dirección de empresas deportivas.
C.6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse. Actividad física saludable y calidad de vida I. Prácticum. Actividad física saludable y calidad de vida II. Planificación del proceso E/A.
C.7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida. Prácticum.
C.8	Valorar la importancia que tienen la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico. Metodología de investigación en actividad física y deporte.



El siguiente paso es analizar una por una las competencias utilizadas en mi trabajo de fin de grado:

A.3

Conocer y analizar la cultura deportiva y proponer los cambios necesarios, en la propia y en la de las personas con las que trabaja, desde la ética y el juego limpio, las diferencias de género y la visibilidad de los discapacitados. **Sociología de la AF y el deporte. Juegos y recreación deportiva. Actividad física y deporte adaptado.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia está muy presente en mi trabajo, ya que es una investigación en la que trato de averiguar el grado de satisfacción de los usuarios en las actividades municipales del ayuntamiento de Laracha, para sacar las conclusiones que me lleven a mejorar y realizar modificaciones si fuese necesario para que los participantes se sientan a gusto y comprometidos con las actividades.

A.6

Diseñar y ordenar estrategias y espacios de aprendizaje que respondan a la diversidad social (sexo, género, edad, discapacidad, culturas...) y al respeto de los derechos que conforman los valores que aporta la educación física y deportiva a la formación integral de los ciudadanos. **Pedagogía de la AF y el deporte. Psicología de la AF y el deporte. Proceso de enseñanza y aprendizaje de la AF y el deporte. Sociología de la AF y el deporte.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: BAJO

En mi trabajo se refleja esta competencia al querer investigar cómo se encuentra los ciudadanos de satisfactorios con las actividades deportivas del ayuntamiento, atendiendo siempre a la diversidad y teniendo en cuenta las cualidades de cada uno de ellos, por lo que el cuestionario será voluntario y recibirán ayuda a la hora de responder.



A.7

Promover y evaluar la formación de hábitos de actividad física y deporte a lo largo del ciclo vital, considerando que la edad, el género o la discapacidad son variables que necesitan de la intervención consciente para favorecer la igualdad de oportunidades. **Actividad física saludable y calidad de vida II. Sociología de la AF y el deporte.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: MEDIO

Considero que la práctica deportiva es fundamental para el desarrollo o mantenimiento de la mayoría de las conductas necesarias a lo largo de la vida por eso quiero conocer la calidad de las actividades municipales de mi ayuntamiento para así lograr satisfacer a la mayoría de usuarios y seguir creciendo.

A.12

Evaluar y elaborar instrumentos de recogida de datos que atiendan a los aprendizajes del alumno, al proceso de enseñanza en sí y a la función del docente. **Metodología de la investigación en actividad física y deporte. Teoría y práctica del ejercicio. Actividad física saludable y calidad de vida II. Tecnología en AF y deporte.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia es muy importante en el desarrollo de mi TFG, debido a que se ha tenido que escoger el método más apropiado a las características del sujeto para la recogida de datos de los diferentes sujetos encuestados.

A.27

Aplicar los principios cinesiológicos, fisiológicos, biomecánicos, comportamentales y sociales en los contextos educativo, recreativo, de la actividad física y salud y del entrenamiento deportivo, reconociendo las diferencias biológicas entre hombres y mujeres y la influencia de la cultura de género en los hábitos de vida de los participantes. **Fisiología del ejercicio II. Biomecánica del movimiento humano. Sociología de la AF y el deporte.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: BAJO

En mi trabajo para profundizar mi estudio compararé la práctica deportiva por parte de los hombres y por parte de las mujeres, para así sacar conclusiones e intentar que se iguale la participación entre ambos sexos.



A.32

Dirigir y gestionar servicios, actividades, organizaciones, centros, instalaciones, programas y proyectos de actividad física y deportiva desde los principios de igualdad de oportunidades, supervisando y evaluando la calidad, las garantías de seguridad y salud de los usuarios, así como su satisfacción y los resultados sociales y económicos. **Creación y dirección de empresas deportivas. Dirección y gestión deportiva. Estructura y organización deportiva.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia es de las más primordiales e importantes en mi trabajo de fin de grado, porque mi investigación trata de descubrir la satisfacción y calidad de los servicios deportivos municipales de mi ayuntamiento, conociendo así su funcionamiento, instalaciones, trabajo de los empleados-técnicos-monitores,...

A.34

Realizar actos facultativos de elaboración de informes técnicos y peritajes, asesorar e inspeccionar sobre actividad deportiva, instalaciones y programas deportivos. **Dirección y gestión deportiva. Estructura y organización deportiva.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

En mi trabajo una vez realizada la encuesta a los usuarios y haber recogido los datos suficientes cree el informe para finalmente llegar a los resultados y así poder elaborar las conclusiones correspondientes para una mejora en la gestión de los servicios deportivos.

A.35

Conocer y saber aplicar el método científico en los diferentes ámbitos de la actividad física y el deporte, así como saber diseñar y ejecutar las técnicas de investigación precisas, y la elección y aplicación de los estadísticos adecuados. **Metodología de investigación en actividad física y deporte.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia ha sido básica y fundamental para la realización de mi TFG, ya que al tratarse de una investigación, tengo que aplicar el método científico para establecer unos resultados y análisis de los mismos, para posteriormente extraer las conclusiones del trabajo realizado, en mi caso en el ámbito de la gestión



B.1

Conocer y poseer la metodología y estrategia necesaria para el aprendizaje en las ciencias de la actividad física y del deporte. **Pedagogía de la AF y el deporte. Proceso de enseñanza/aprendizaje de la AF y el deporte. Todos los deportes y su didáctica.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia ha sido fundamental en la realización de mi TFG, puesto que, conocer y poseer una metodología científica es necesario para que este trabajo pueda llevarse a cabo, o lo que es más importante, obtener unos resultados finales.

B.2

Resolver problemas de forma eficaz y eficiente en el ámbito de las ciencias de la actividad física y del deporte. **Prácticum.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: MEDIO

A la hora de realizar mi trabajo me han surgido problemas a la hora de pasar los cuestionarios por ejemplo, pero supe resolver la situación de manera eficaz y autónoma.

B.4

Trabajar de forma colaboradora, desarrollando habilidades, de liderazgo, relación interpersonal y trabajo en equipo. **Gestión y dirección deportiva.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Para realizar mi trabajo de fin de grado he seguido varios pasos, pero en todos ellos he recibido ayuda y han colaborado conmigo en la elaboración del mismo, desde mi tutora con sus correcciones hasta el técnico deportivo al acompañarme a las actividades a pasar el cuestionario. Considero que es verdaderamente importante saber trabajar en equipo y que todos podemos aprender de todos.



B.5 Comportarse con ética y responsabilidad social como ciudadano. **Sociología de la AF y el deporte.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia también ha sido importante en mi trabajo pues este está enfocada hacia la sociedad y en mi estudio pretendo llegar a unas conclusiones teniendo en cuenta la opinión y el pensamiento de los usuarios de los servicios deportivos por eso es imprescindible trabajar con respecto unos con otros, de manera educada y responsable.

B.7 Gestionar la información. **Gestión y dirección deportiva. Prácticum.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia me ha ayudado a saber ordenar la información conseguida, ya que los datos obtenidos son muchos y es importante ser organizado para priorizar en el trabajo y poder seguir adelante con aquella información clara y definida.

B.9 Comprender la literatura científica del ámbito de la actividad física y el deporte en lengua inglesa y en otras lenguas de presencia significativa en el ámbito científico. **Teoría e historia de la actividad física y del deporte. Aprendizaje y control motor. Metodología del rendimiento deportivo. Prácticum.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: MEDIO

Esta competencia es de gran ayuda para la realización de un buen trabajo, ya que, la mayor parte de la información científica relativa a la investigación de cualquier tema está en la lengua inglesa. Por lo que cuanto más dominio de otra lengua más oportunidades de búsqueda de información tendremos, sea cual sea el idioma, cualquiera es enriquecedor a la hora de estudiar y trabajar.



B.10

Saber aplicar las tecnologías de la información y comunicación (TIC) al ámbito de las Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. **Tecnología de la actividad física y el deporte.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Tanto para realizar la elaboración del TFG como la presentación del mismo he tenido que utilizar en todo momento las nuevas tecnologías, es imprescindible el dominio de ellas para lograr un buen resultado en el trabajo.

B.11

Desarrollar competencias para la adaptación a nuevas situaciones y resolución de problemas, y para el aprendizaje autónomo. **Prácticum.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia es necesaria para la elaboración de mi trabajo, presente en situaciones en las que me he visto obligada a resolver problemas de forma autónoma, sobre todo en la búsqueda de la información para el trabajo.

B.12

Conocer los principios éticos necesarios para el correcto ejercicio profesional y actuar de acuerdo con ellos. **Sociología de la AF y el deporte. Gestión y dirección deportiva.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia he tenido que llevarla a cabo en mi trabajo como buen futura profesional, tanto a la hora de tratar a los usuarios de las actividades como en la elaboración del propio trabajo, siguiendo unos criterios.

B.13

Conocer y aplicar metodologías de investigación que faciliten el análisis, la reflexión y cambio de su práctica profesional, posibilitando su formación permanente. **Prácticum.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia se ha utilizado en mi TFG de manera bastante alta, ya que al tratarse de un trabajo de investigación, he tenido que aplicar la metodología científica y de investigación para la búsqueda de la información necesaria.



B.16

Dominar habilidades de comunicación verbal y no verbal necesarias en el contexto de la actividad física y el deporte. **Expresión corporal y danza. Actividad física saludable y calidad de vida II. Habilidades de deslizamiento. Habilidades de lucha. Proceso de entrenamiento deportivo. Prácticum.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Considero que es una competencia importante para el éxito de mi trabajo, puesto que tener una buena habilidad de comunicación verbal y no verbal, es fundamental sobre todo a la hora de presentar los contenidos del mismo ante el tribunal y mismo en mi caso a la hora de presentarles a los encuestados mi trabajo y pedirles su participación voluntaria.

B.17

Promover y evaluar actividades referentes a la creación de hábitos autónomos de actividad física y deporte. **Prácticum.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: MEDIO

Esta competencia aparece reflejada en mi trabajo, ya que pretendo con él promover la actividad física después de haber investigado y conocido las percepciones de los usuarios, muy importantes para seguir creciendo y conseguir así que la participación sea cada vez mayor.

B.18

Comprometerse e involucrarse socialmente con su profesión y en concreto, con la situación actual de la actividad física y el deporte en la educación formal; con la gestión del centro educativo; con sus compañeros (trabajo cooperativo) y con aquellos a los que educa. **Gestión y dirección deportiva.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Me siento muy ligada a esta competencia ya que mi trabajo trata de investigar la situación de los servicios deportivos de mi municipio, hecho personalmente con la idea de mejorar día a día, promoviendo la actividad física y estudiar aquellos aspectos a modificar para que se lleve a cabo una gestión de lo más positiva posible.



B.19

Ejercer la profesión con responsabilidad, respeto y compromiso. **Prácticum**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: MEDIO

En mi trabajo esta competencia ha sido utilizada de manera notable, ya que para la correcta realización de esta investigación, la he asumido con un alto grado de compromiso, responsabilidad por conseguir un buen resultado y capacidad de esfuerzo; así como de respeto a la asignatura.

B.20

Conocer, reflexionar y adquirir hábitos y destrezas para el aprendizaje autónomo y el trabajo en equipo a partir de las prácticas externas en alguno de los principales ámbitos de integración laboral, en relación a las competencias adquiridas en el grado que se verán reflejadas en el trabajo fin de grado. **Prácticum.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia es la más utilizada en el TFG, ya que para la elaboración del mismo hemos tenido que adquirir todas estas cualidades mencionadas en la misma, sobretudo el aprendizaje autónomo y la resolución de problemas de manera crítica y con un punto de vista reflexivo. Me facilitará mi integración en el mundo laboral ayudándome a valerme por mi misma y sabiendo trabajar en grupo, con respecto y unión.



C.1

Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma. **Sociología de la AF y el deporte. Anatomía y cinesiología. Fisiología del ejercicio. Fútbol y su didáctica. Biomecánica del movimiento. Actividad física saludable y calidad de vida II.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Es importante dominar esta competencia, a la hora de exponer el TFG ante un tribunal, sobre todo si los asistentes realizan comentarios o aportaciones en cualquiera de las dos lenguas oficiales de la comunidad autónoma.

C.3

Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para o ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida. **Tecnología de la AF y el deporte. Habilidades de lucha.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: MEDIO

Esta competencia ha sido importante en mi trabajo a la hora de realizar funciones de gestión y organización de la bibliografía, sobre todo con el dominio de las bases de datos y programas informáticos utilizados para la búsqueda de la información y para la gestión utilización de la misma.

C.4

Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común. **Sociología de la AF y el deporte.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Mi trabajo es una investigación por lo que fue muy importante analizar y comparar los diferentes datos, para finalmente formular conclusiones.



C.6 Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse. **Actividad física saludable y calidad de vida I. Prácticum. Actividad física saludable y calidad de vida II. Planificación del proceso E/A.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia es importante en mi TFG pues es importante valorar la información de la que disponemos así como las tecnologías que debemos aplicar para conseguir finalmente un trabajo completo y logrado.

C.7 Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida. **Prácticum.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

Esta competencia aparece muy reflejada en el trabajo ya que nunca se sabe todo, sino que cada día se descubre algo nuevo, debemos estar en continua formación, sin dejar de trabajar ni estudiar porque lo aprendido nunca es suficiente.

C.8 Valorar la importancia que tienen la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico. **Metodología de investigación en actividad física y deporte.**

NIVEL DE ADQUISICIÓN: ALTO

En mi trabajo viene reflejada esta competencia de forma importante ya que es una investigación que logré hacer y con la que he conseguido resultados, ayudándome así a conocer aquellas deficiencias de los servicios deportivos municipales y aquellos aspectos con los que los usuarios están verdaderamente satisfechos.

❖ **Cuadro resumen de las competencias adquiridas en mi TFG:**

Competencias	Totales	No utilizadas	Utilizadas	Porcentaje de adquisición
ESPECÍFICAS	36	28	8	22%
TRANSVERSALES	20	5	15	75%
NUCLEARES	8	2	6	75%



2. En este apartado señalo **aquéllas conseguidas a lo largo de todo el Grado:**

ESPECÍFICAS	TRANSVERSALES	NUCLEARES
A1	B1	C1
A2	B2	C2
A3	B3	C3
A4	B4	C4
A5	B5	C5
A6	B6	C6
A7	B7	C7
A8	B8	C8
A9	B9	
A10	B10	
A11	B11	
A12	B12	
A13	B13	
A14	B14	
A15	B15	
A16	B16	
A17	B17	
A18	B18	
A19	B19	
A20	B20	
A21		
A22		
A23		
A24		
A25		
A26		
A27		
A28		
A29		
A30		
A31		
A32		
A33		
A34		
A35		
A36		

Personalmente considero que he logrado las diferentes competencias durante toda la carrera sólo que a un nivel diferente cada una de ellas, medio y alto.