

# Creación, diseño, validación y puesta en práctica de un instrumento de medición de la satisfacción de usuarios de organizaciones que prestan servicios deportivos

## Creationing, designing, validationing and putting in practice of a measurement instrument of the user's satisfaction from organizations which provide sport services

\*Alberto Nuviala Nuviala, \*\*Javier Antonio Tamayo Fajardo, \*\*\*Javier Iranzo Llopis, \*\*\*\*David Falcón Miguel  
\*Universidad Pablo de Olavide, \*\*Universidad de Huelva, \*\*\*Universidad Pablo de Olavide, \*\*\*\*S.C.D. Bajo Aragón (España)

**Resumen:** Son pocos los practicantes que realizan actividades físicas organizadas. Con el objeto de incrementar el número de abonados, las organizaciones que ofrecen servicios deportivos deben mejorar la percepción del servicio prestado. El objeto de este trabajo es construir un instrumento que mida la satisfacción de los usuarios de organizaciones deportivas. La escala de percepción del servicio recibido está formada por cuatro dimensiones: técnicos deportivos, recursos materiales, actividades e imagen de la organización. Ha sido validada mediante la validez de contenido y la fiabilidad de la misma fue determinada mediante el Alpha de Cronbach, con un valor de 0,916 para el total de la escala. En su aplicación práctica hemos visto que las dimensiones que han alcanzado una valoración más alta han sido los técnicos y la imagen de la organización. Se han encontrado diferencias en la percepción del servicio recibido en función del sexo y la actividad practicada. En conclusión, la escala de percepción de la organización deportiva es un instrumento que cumple con los requisitos psicométricos esenciales, al tiempo que es de fácil aplicación y proporciona datos relevantes para los responsables de las organizaciones.

**Palabras clave:** escala, validación, fiabilidad, organizaciones deportivas, calidad..

**Abstract:** There are not too much people who practice physical activities organized. With the purpose to increase the number of this kind of people, organizations which give sport services must improve the perception of the service provided. The purpose of this research is to make an instrument that measures the satisfaction of users from sport organizations. The scale of perception from the service received consist of four dimensions: sport trainers, material resources, activities and image of the organization. It has been validated by content validity and reliability of the scale was determined trough Alpha of Cronbach with a valve of 0.916 for totally of the scale. In our application we have seem that the dimensions which have reached highest marks have been sport trainers and image of the organization. We have found some differences in the perception of the services received depending on the sex and the activity that users practice. In conclusion, the scale of perception for sport organizations is a tool which meets the essential psychometric requirements, and at the same time it is easy application and provides relevant information for managers of organizations.

**Key words:** Scale, Validity, Reliability, Sport Organizations, Quality.

## 1. Introducción

El deporte se ha convertido en un hecho social de primer orden, hasta tal punto que llega a condicionar políticas sociales, de salud, económicas... Un 33 % de los españoles de entre 15 y 74 años realiza algún tipo de actividad físico deportiva, de los cuales un 68% la realizan por su cuenta y un 23% como actividad de un club, asociación, organización o federación (García, 2006).

García (2006) en su informe sobre la práctica de actividad física en España continúa afirmando que el mayor número de practicantes organizados corresponde a los abonados o usuarios de una asociación deportiva de carácter municipal, el 11%, seguido de los que son socios de un club privado, el 9%, los inscritos en gimnasios o centros deportivos similares, el 8%, y, en último lugar, los abonados o usuarios de asociaciones deportivas de carácter privado, el 5%.

Para conocer, entender y gestionar nuestros servicios deportivos, Mundina y Calabuig (1999) proponen una serie de cuestiones que nos ayudaran a tales fines: el conocimiento de la formación del personal, el fomento de la participación en la toma de decisiones en los servicios, la aplicación de un plan de marketing estratégico y mejorar la atención al cliente.

Los responsables de cualquier organización que estén interesados en mejorar los servicios que prestan, en incrementar su calidad, deben intentar siempre controlar y verificar la percepción que tienen sus clientes, al tiempo que identifican las causas de las deficiencias o quejas y por supuesto, tomar las medidas apropiadas para incrementar la percepción positiva de los usuarios.

Llamaremos dimensiones de la calidad a las características del servicio que son percibidas a juicio del cliente. De esta manera, la posesión, ausencia o deficiencia de alguna de ellas puede llegar a determinar que un usuario elija entre un servicio u otro de similares características.

Una de las propuestas más conocidas en la medición de la calidad de los servicios es SERVQUAL (Zithaml, Parasuraman y Berry, 1992). Consiste en una escala de 22 ítems que se agrupan en 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Este instrumento ha sido criticado por diversas razones (Calabuig, Quintanilla, y Mundina, 2008), entre las que podemos citar la falta de especificidad. Nosotros, de la misma forma que lo hicieron Sanz, Redondo, Gutiérrez y Cuadrado (2005) para la medición de la satisfacción de usuarios de spinnig, hemos resuelto crear una herramienta propia, la escala de percepción de organizaciones deportivas (EPOD), que sea de fácil aplicación para los profesionales que gestionan servicios deportivos, al tiempo que reúne los requisitos de cualquier instrumento de investigación.

EPOD es una herramienta de aplicación práctica y directa sobre la percepción que los usuarios de servicios deportivos tienen de la organización deportiva y de los servicios que ésta presta. Está compuesta por 28 ítems agrupados en cuatro dimensiones: técnicos deportivos, recursos materiales, actividades e imagen de la organización (Anexo 1).

El objeto de este trabajo es construir una escala que mida la calidad del servicio prestado por una organización desde la perspectiva de los usuarios, al tiempo que analizamos la percepción que tienen del centro deportivo donde realizan sus prácticas.

## 2. Material y método

### 2.1. Muestra

Una vez definido el fin de nuestro trabajo vamos a circunscribirlo a un espacio. En concreto, este estudio se va a llevar a cabo en el Multicentro

| <b>DIMENSIONES DE LA PERCEPCIÓN</b>   |                   |               |            |                     |                |
|---|-------------------|---------------|------------|---------------------|----------------|
| <b>TÉCNICOS</b>   | Muy en desacuerdo | En desacuerdo | De acuerdo | Bastante de acuerdo | Muy de acuerdo |
| El profesor es respetuoso con el horario.   | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Está contento/a con el trato dispensado por el monitor.   | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Cree que presta el monitor una atención adecuada a los usuarios-alumnos desde el primer día.                          | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Cree que el monitor adapta las clases a los intereses-necesidades de los alumnos-usuarios.                            | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Considera que el monitor anima suficientemente al grupo.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Percibe que el monitor tiene las clases bien planificadas.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| <b>INSTALACIONES Y MATERIAL</b>   |                   |               |            |                     |                |
| Los vestuarios están suficientemente limpios.   | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Los vestuarios son lo suficientemente amplios.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Las instalaciones están suficientemente limpias.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| La temperatura es la adecuada.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Se dispone de suficiente material para las clases.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| El material está en condiciones óptimas para su uso.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| El material es moderno.   | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| La seguridad de la instalación es la adecuada.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| <b>ACTIVIDADES</b>  |                   |               |            |                     |                |
| La oferta de actividades se actualiza.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| La actividad es amena.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Las tareas que desarrolla en la clase son lo suficientemente variadas.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Los horarios son convenientes para los usuarios.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Las actividades finalizan en el tiempo indicado.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Está informado/a sobre los beneficios de esta actividad.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Está satisfecho/a con la relación calidad/precio de la actividad.   | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Con esta actividad obtengo los resultados que esperaba.   | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| <b>IMAGEN DE LA ORGANIZACIÓN</b>  |                   |               |            |                     |                |
| Disponen las instalaciones de algún medio para transmitir sus sugerencias (buzón de sugerencias, tablón de anuncios). | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| La información sobre las actividades que se desarrollan en el centro es adecuada.                                     | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Le ha resultado sencillo incorporarse en la actividad que participo.  | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| El personal de servicio está cuando se le necesita y siempre está dispuesto a ayudarle.                               | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| El trato del personal de la instalación es agradable.   | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |
| Hay buena relación entre el personal de la instalación.   | 1                 | 2             | 3          | 4                   | 5              |

Deportivo Tokuído de la ciudad de Huelva. Se trata de un Servicio deportivo privado con una antigüedad cercana a los dos años.

De los usuarios del centro formarán parte de nuestro estudio los mayores de 14 años, lo que supone un total de 390 personas. El número de cuestionarios administrados tras el trabajo de campo ha sido de 252, lo que nos permite afirmar que trabajamos con un error muestral  $\pm 3,2\%$  para un nivel de confianza del 95,5%.

La técnica utilizada en el trabajo de campo ha sido la del cuestionario autoadministrado con la presencia del encuestador con el fin de mejorar la comprensión de todos los ítems, al tiempo que se incrementan las propiedades psicométricas del mismo.

## 2.2. Material: el EPOD

La encuesta la definen García, Ibáñez y Alvira (1996) como una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de

interrogación con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

Para Tinajas (1999), la encuesta es un instrumento muy utilizado en diferentes ámbitos de la Educación Física, además de ser uno de los mejores medios de investigación que tenemos a nuestro alcance en el ámbito de las ciencias sociales. Nos permite alcanzar el mejor conocimiento posible de la realidad con el menor coste económico y con un ahorro considerable de esfuerzo y tiempo.

Pero, la principal ventaja de esta técnica de investigación social es la posibilidad de diseñar la investigación de la forma en que mejor se adapte a los objetivos y la de obtener mediciones cuantitativas de variables subjetivas de un amplio número de individuos, es quizá lo que hace de la encuesta la técnica de investigación social más utilizada (Nuviala, Ruiz, García, 2006).

El elemento imprescindible en la encuesta es el cuestionario. Este instrumento debe cumplir la función de enlace entre los objetivos de la investigación y la realidad observada (Sierra, 2003). Las condiciones

fundamentales que debe reunir se pueden resumir en dos: traducir los objetivos de la investigación en preguntas concretas sobre la realidad y ser capaz de suscitar en los encuestados respuestas sinceras y claras a cada pregunta. Cuando a las cuestiones que desea formular el investigador se asigna convencional o empíricamente un valor numérico, lo que permite cuantificar el grado de esa característica o actitud y son ordenadas en un cuadro, se conoce con el nombre de escala (Cea, 1996; Sierra, 2003).

Los objetivos de nuestra encuesta son:

- Determinar la satisfacción que los usuarios tienen de la organización en las que desarrollan sus prácticas.
- Conocer que recursos son los que se correlacionan con la valoración relativa al servicio recibido.
- Analizar los elementos que integran el sistema deportivo: organización, recursos materiales y recursos humanos.
- Establecer perfiles diferenciadores de la valoración de los servicios recibidos en función del sexo y la práctica de actividad físico deportiva realizada.

Cuando el objeto de estudio es un concepto amplio, en nuestro caso conocer la satisfacción de los usuarios del Multicentro Deportivo Tokui' do y relacionarlo con diversos elementos o propiedades que tiene una organización de estas características, lo más lógico es descomponer ese concepto en diferentes dimensiones o lo que es lo mismo distinguir diferentes aspectos de la misma (González, 1996). Para lo cual, el cuestionario se estructura a partir de bloques temáticos, dimensiones, comunes a todos ellos. Las dimensiones de nuestra investigación son: técnicos deportivos, recursos materiales, actividades e imagen de la organización.

El siguiente paso en la elaboración de la escala es la concreción de las diferentes variables, correspondientes a las dimensiones definidas anteriormente (Sierra, 2003). Variables que se traducirán en preguntas a realizar en los diferentes cuestionarios con el fin de obtener información relativa a los objetivos de esta parte de la investigación.

La escala está considerada como un método cuantitativo que precisa ser validado. Antes de abordar su validez es necesaria la elaboración de un cuestionario piloto (Azorín y Sánchez-Crespo, 1994). El cuestionario piloto nos va a ayudar a detectar errores no percibidos, situaciones imprevistas, redacción incompleta de preguntas o de respuestas, errores tipográficos, dificultades de comprensión o de interpretación, así como la duración del instrumento.

Uno de los puntos esenciales de esta parte del trabajo ha sido determinar la validez y la fiabilidad del instrumento. Se entiende por validez el grado en que un test mide lo que pretende medir. En el momento de validar un instrumento nos encontramos con tres categorías de validación (Martínez, 1995; Latiesa, 1996): validez de contenido, validez relativa a un criterio y validez de constructo.

Validamos nuestra escala con la primera de las categorías, validez de contenido, puesto que el objetivo de ellos es medir el grado de conductas y opiniones expresadas por cada uno de los elementos que conforman el sistema «multicentro deportivo tokui' do» y que nos resultan de interés para nuestro estudio.

|  | Nº ITEMS QUE LA COMPONENTEN | ALPHA DE CRONBACH |
|--|-----------------------------|-------------------|
| <b>Escala total</b>                        | 28                          | 0,919             |
| <b>Dimensión técnicos</b>                  | 6                           | 0,816             |
| <b>Dimensión instalación</b>               | 8                           | 0,847             |
| <b>Dimensión actividades</b>               | 8                           | 0,807             |
| <b>Dimensión imagen de la organización</b> | 6                           | 0,822             |

En la validación de contenido Martínez (1995) establece las fases:

- Definición del universo de observaciones admisibles.
- Identificación de expertos en dicho universo.
- Juicio de los expertos acerca del grado en que el contenido del instrumento es relevante y representativo de dicho universo, por medio de un procedimiento estructurado que permita emparejar los ítems con el dominio.
- Un procedimiento para resumir los datos de la fase anterior.

En la tabla siguiente asociamos cada una de las fases de validación propuestas por Martínez (1995) con las diferentes etapas llevadas a cabo en la redacción de los cuestionarios piloto de la investigación.

La fiabilidad hace referencia a la propiedad del instrumento que produce los mismos resultados en diferentes pruebas. Trata de precisar el grado en que las medidas obtenidas con el instrumento utilizado están libres de error de tipo aleatorio.

Uno de los coeficientes más comunes para calcular la fiabilidad es el Alpha de Cronbach que se orienta hacia la consistencia interna de una prueba y refleja el grado en que convocarían las preguntas que constituyen la escala. Su valor puede variar entre cero y uno, si bien es posible la existencia de valores negativos, lo que indicaría que en la escala hay algunos ítems que miden lo opuesto a lo que miden los demás.

Cuanto más cercano esté el valor del alpha de Cronbach a 1, mayor es la consistencia interna de los ítems que componen el instrumento de medida. Ahora bien, al interpretarse como un coeficiente de correlación, no existe un acuerdo generalizado sobre cuál debe ser el valor a partir del cual pueda considerarse una escala como fiable. En nuestro caso optamos por seguir a George y Mallery (1995) quienes indican que si el alpha es mayor que 0,9, el instrumento de medición es excelente; en el intervalo 0,9-0,8, el instrumento es bueno; entre 0,8-0,7, el instrumento es aceptable; en el intervalo 0,7-0,6, el instrumento es débil; entre 0,6-0,5, el instrumento es pobre; y si es menor que 0,5, no es aceptable.

Como hemos dicho, el coeficiente utilizado para determinar la fiabilidad ha sido el Alpha de Cronbach, resultando 0,919 para el total de la escala (tabla 2). No hemos eliminado ningún ítem para mejorar la fiabilidad de las diferentes dimensiones que compone la escala, puesto que la fiabilidad total se veía reducida y la fiabilidad de cada una de las dimensiones es buena (George y Mallery, 1995).

Una vez terminada la redacción de los cuestionarios definitivos procedimos a la realización del trabajo de campo. El trabajo de campo

Tabla 1. Relación entre las fases de validación y la elaboración de cuestionarios

| <b>FASES ELABORACIÓN CUESTIONARIOS PILOTO</b>   | <b>FASES VALIDACIÓN DE CONTENIDO (Martínez, 1995)</b> |
|---|---|
| Definición de dimensiones y variables tras una revisión bibliográfica.<br>Selección de indicadores en función de su relevancia en cuanto al contenido y de su viabilidad de aplicación. | Universo observaciones admisibles                     |
| Selección de personas externas que han colaborado en la redacción de las preguntas y que tienen experiencia en el campo científica y práctico del tema a investigar                     | Identificación de expertos                            |
| Objeciones y comentarios efectuados por los expertos y aplicación de una escala que valorase la "idoneidad-congruencia" de los ítems  | Juicio de expertos                                    |
| Elaboración cuestionario definitivo con los indicadores que mayor aceptación tuvieron por parte de grupo de expertos  | Resumen de datos fase anterior                        |

tiene como fin la obtención de datos a través de los cuestionarios. Es muy conveniente determinar el medio que utilizaremos para llevar a cabo las encuestas y las condiciones de su realización. En nuestro trabajo de campo, teniendo en cuenta las circunstancias que rodean este trabajo, se decidió que se pasase el cuestionario con la presencia de un único encuestador. En el caso de cuestionarios autoadministrados, el encuestador no requiere unas características tan específicas como en las encuestas personales o telefónicas. Lo que mayor importancia tiene en este supuesto es disponer de habilidades sociales que le permitan, por ejemplo, reconocer las palabras o nombres pronunciados erróneamente por el entrevistado y tomarlo con naturalidad (Alvira y Ramos, 1984).

El cuestionario se pasó entre los meses de marzo a mayo de 2007, con el visto bueno de los usuarios del Multicentro Deportivo Tokui'do y de la dirección de este Servicio Deportivo Privado. Cada cuestionario supuso unos 15 ó 20 minutos para su realización por parte de cada uno de los usuarios que colaboraron en aportar los datos necesarios para llevar a cabo esta investigación.

### 3. Resultados

La edad media de los usuarios del centro deportivo es de 28 años, siendo el porcentaje de abonados de sexo masculino muy superior al femenino (70% y 30% respectivamente).

El nivel de estudios de la población que acude al centro es muy variable, pero podemos observar que existe una mayoría de usuarios con un nivel medio-alto de estudios. El 25,4% de los encuestados han cursado Bachillerato y lo que es aún más significativo es que el 43,2% de éstos tienen estudios universitarios, bien sean superiores, el 23,4% o medios, el 19,8% (tabla 3).

En relación a la dedicación de dicha población podemos decir que el porcentaje mayor de ellos son personas que trabajan para el sector privado 38,5%, mientras que en el público lo hace 20,6%. Los estudiantes suponen el segundo grupo de actividades profesionales con un porcentaje del 32,1% (tabla 3).

En lo que se refiere a la situación personal de los usuarios encuestados vemos que la mayor parte de ellos viven con amigos o familiares, el 45,6%, siendo la siguiente opción más encontrada la de los que viven en

|                           |   | N   | %    |
|---------------------------|---|-----|------|
| <b>Estudios</b>           | Sin estudios  | 3   | 1,2  |
|                           | Primaria  | 9   | 3,6  |
|                           | Secundaria  | 32  | 12,7 |
|                           | FP  | 34  | 13,5 |
|                           | Bachillerato, BUP, COU  | 64  | 25,5 |
|                           | Universitario medio   | 50  | 19,9 |
|                           | Universitario superior  | 59  | 23,5 |
|                           | Ama de casa   | 10  | 4,0  |
| <b>Ocupación</b>          | Estudiante  | 81  | 32,1 |
|                           | Jubilado/pensionista/rentista                                 | 3   | 1,2  |
|                           | Parado  | 9   | 3,6  |
|                           | Trabajador sector público                                     | 52  | 20,6 |
|                           | Trabajador sector privado                                     | 97  | 38,5 |
| <b>Situación personal</b> | Soltero, divorciado, separado, viudo (Vive solo)              | 63  | 25,0 |
|                           | Casado, soltero, divorciado, separado, viudo (Vive en pareja) | 74  | 29,4 |
|                           | Vive con amigos o con la familia                              | 115 | 45,6 |

|                   | Sexo    |       | Total |
|-------------------|---------|-------|-------|
|                   | Varón   | Mujer |       |
| Aerobic           |         | 12,0  | 3,6   |
| Ciclo indoor      | 26,3    | 30,7  | 27,6  |
| Judo              | 5,7     |       | 4,0   |
| Mantenimiento     |         | 1,3   | ,4    |
| Aikido            | 5,7     | 2,7   | 4,8   |
| Pick – boxin      | 6,9     | 6,7   | 6,8   |
| Full contact      | 8,6     |       | 6,0   |
| Buguei            | 4,0     | 2,7   | 3,6   |
| Capoeira          | 4,0     | 2,7   | 3,6   |
| Pilates           | 2,9     | 22,7  | 8,8   |
| Just puma         | ,6      | 2,7   | 1,2   |
| Batuca            |         | 1,3   | ,4    |
| Musculación       | 33,1    | 13,3  | 27,2  |
| $\chi^2 = 71,427$ | p= .000 |       |       |

pareja con el 29,4% (tabla 3). Sólo el 19,5% de los clientes del centro deportivo tienen hijos, siendo un 80,5% los que no tienen carga familiar.

La razón más frecuente por la que los usuarios acuden a nuestro centro y no a otro, es el trato personal recibido con un 70,2%, seguida de cerca por la oferta de actividades que existen en este centro, y también es elevada la razón de la cercanía del centro a su domicilio o lugar de trabajo con un 59,1% (tabla 4).

Las actividades más realizadas por los usuarios de esta organización son el ciclo indoor y la musculación. Hemos encontrado diferencias significativas en función del sexo (p=.000) (tabla 5).

Por lo que se refiere a los datos obtenidos en las cuatro dimensiones de nuestro instrumento de investigación, analizaremos en primer lugar los técnicos, refiriéndonos con ello tanto a los monitores de actividades dirigidas como a los monitores de sala. La satisfacción de los usuarios con respecto a esta dimensión es muy alta en todos los ítems superando en todas la puntuación de cuatro, siendo la mayor satisfacción la

|  | N   | %    |
|--|-----|------|
| Cercanía a su domicilio y/o lugar de trabajo                       | 149 | 59,1 |
| Estar bien comunicadas / Buen acceso (autobuses, parking,...)      | 29  | 11,5 |
| Facilidad que tiene para usar las instalaciones                    | 136 | 54   |
| Oferta las actividades físicas y/o deportivas que desea            | 160 | 63,5 |
| Trato personal que recibe  | 176 | 70,2 |
| Le gustan las características: diseño, equipamiento, comodidad,... | 115 | 45,6 |
| El precio es asequible   | 91  | 36,1 |
| Están muy limpias, el mantenimiento y conservación son buenos      | 115 | 45,6 |
| No existe otro tipo de oferta                                      | 11  | 4,4  |
| Otras  | 2   | 0,8  |

| Tabla 6. Satisfacción con respecto a los técnicos  |        |      |        |
|--|--------|------|--------|
| TÉCNICOS   | Media  | Moda | Desv.  |
| El profesor es respetuoso con el horario.  | 4,2383 | 5    | 0,8751 |
| Está contento/a con el trato recibido por el monitor.                                      | 4,4541 | 5    | 0,6507 |
| Cree que presta una atención adecuada a los usuarios-alumnos desde el primer día.          | 4,2121 | 5    | 0,7904 |
| Cree que el monitor adapta las clases a los intereses-necesidades de los alumnos-usuarios. | 4,0777 | 4    | 0,8411 |
| Considera que el monitor anima suficientemente al grupo.                                   | 4,3299 | 5    | 0,7848 |
| Percibe que el monitor tiene las clases bien planificadas.                                 | 4,1546 | 4    | 0,8250 |

encontrada con respecto al trato recibido por el monitor con un 4,45 y la menor la encontramos con respecto a la adaptación que el monitor hace de las clases hacia los usuarios con un 4,07 (tabla 6).

Continuamos con la dimensión recursos materiales, donde podemos observar que la satisfacción sigue siendo bastante elevada, aunque en este apartado existe un ítem en el que claramente la puntuación de la satisfacción es bastante baja. Nos referimos al tamaño de los vestuarios, que ha obtenido una puntuación media de 2,67. La valoración más alta la encontramos en la modernidad del material utilizado con un 4,23 (tabla 7).

La oferta de actividades de la organización es bastante buena, quedando por debajo del cuatro tres ítems, dos de ellos están próximos a cuatro. La puntuación más baja la tiene la actualización de la oferta y el ítem que mayor puntuación obtiene es el relacionado con el aspecto temporal, inicio y finalización del servicio contratado (tabla 8).

La última de las dimensiones es la imagen de la organización. La valoración de los usuarios es bastante alta. La comunicación organización/usuarios es el aspecto más débil, mientras que las variables relacionadas con el personal de la instalación, son el punto fuerte de la organización en esta dimensión (tabla 9).

Cuando analizamos la percepción del servicio recibido en función del sexo apreciamos la diferencia en la valoración respecto a los monitores, la actividad y la imagen de la organización, siendo las mujeres más críticas que los hombres en las tres dimensiones (tabla 10). Si lo hacemos desde las diferentes actividades realizadas, hemos encontrado diferencias en la dimensión material. Son los usuarios de mantenimiento y batuca los más críticos con esta dimensión (tabla 11).

Para terminar, deseamos contrastar la valoración hecha por los usuarios de esta organización deportiva mediante dos cuestiones:

- ¿Recomendaría a personas la asistencia a dicho centro? La respuesta es claramente favorable, ya que más del 98% de los clientes recomendaría a otros la matriculación en el centro.

- ¿Está satisfecho con el/los técnicos deportivos? Al igual que ocurre con la pregunta anterior, casi la totalidad de los usuarios 98,9% que realizan actividades dirigidas, están complacidos con ellos.

| Tabla 8. Satisfacción con respecto a la oferta de actividades prestadas |        |      |            |
|---|--------|------|------------|
| ACTIVIDADES   | Media  | Moda | Desv. típ. |
| La oferta de actividades se actualiza.                                  | 3,620  | 3    | 0,8339     |
| La actividad es amena.  | 4      | 4    | 0,7876     |
| Las tareas que desarrolla en la clase son lo suficientemente variadas.  | 4,0409 | 4    | 0,7633     |
| Los horarios son convenientes para los usuarios.                        | 4,0655 | 4    | 0,7723     |
| Las actividades finalizan en el tiempo indicado.                        | 4,1591 | 4    | 0,7808     |
| Estoy informado/a sobre los beneficios de esta actividad.               | 3,8843 | 4    | 0,8564     |
| Estoy satisfecho/a con la relación calidad/precio de la actividad.      | 3,8106 | 4    | 0,8844     |
| Con esta actividad obtengo los resultados que esperaba.                 | 4,0122 | 4    | 0,7813     |

#### 4. Discusión

Cada vez son más los trabajos que tienen por objeto el análisis de las actividades deportivas y de las organizaciones que las producen, si bien como se apuntan en diversos estudios (Calabuig, Quintanilla y Mundina, 2008; Tsitskari, Tsiotras y Tsiotras, 2006), son todavía pocos, lo que dificulta esta parte del trabajo: la discusión.

El primero de los objetivos de este trabajo es el diseño y validación de un instrumento que mida la satisfacción de los usuarios de servicios deportivos, puesto que los instrumentos actuales no satisfacen las expectativas de los investigadores y gestores implicados en este trabajo. Así, la escala de satisfacción de usuarios de «spinning» diseñada por Sanz, Redondo, Gutiérrez, y Cuadrado (2005) es un instrumento confeccionado para la valoración de esta actividad, problemática que encontramos en la escala confeccionada por Calabuig, Quintanilla y Mundana (2008), quienes tenían por objeto medir la satisfacción de usuarios de servicios náuticos. Por su parte Morales,

| Tabla 7. Satisfacción con respecto a la instalación y materiales |        |      |            |
|--|--------|------|------------|
| INSTALACIONES Y MATERIAL   | Media  | Moda | Desv. típ. |
| Los vestuarios están suficientemente limpios.                    | 3,636  | 4    | 0,9267     |
| Los vestuarios son lo suficientemente amplios.                   | 2,6733 | 3    | 0,9699     |
| Las instalaciones están suficientemente limpias.                 | 3,976  | 4    | 0,7440     |
| La temperatura es la adecuada.                                   | 3,6772 | 4    | 0,8552     |
| Se dispone de suficiente material para las clases.               | 4,0121 | 4    | 0,8385     |
| El material está en condiciones óptimas para su uso.             | 4,1230 | 4    | 0,8635     |
| El material es moderno.  | 4,2301 | 4    | 0,7950     |
| La seguridad de la instalación es la adecuada.                   | 4,1428 | 4    | 0,7596     |

Hernández-Mendo, y Blanco (2005), confeccionaron un instrumento muy extenso y con una limitación para su posible aplicación, la existencia de ítems relativos a actividades e instalaciones acuáticas, lo cual limita su posible aplicación en muchas organizaciones y servicios deportivos.

Razones por las que se decidió construir un instrumento sencillo, de fácil aplicación para cualquier organización y que reuniese las propiedades psicométricas aceptables de un instrumento de investigación: validez y fiabilidad. EPOD reúne esas propiedades al estar diseñado a través de la validez de contenido y constatada su fiabilidad con el Alpha de Cronbach (0,916).

Si nos centramos en el segundo bloque de objetivos del estudio, podemos afirmar que los usuarios de nuestro centro son principalmente jóvenes, varones, solteros, con estudios medios o superiores y sin cargas familiares, resultados que están en relación con los aportados por García (2006) y Palomares (2005).

El motivo principal por el que nuestros clientes acuden a nuestro centro es por el trato personal que se les brinda. Nos ha sorprendido muy gratamente que la razón más elegida por los usuarios de nuestro centro para la elección del mismo haya sido el factor personal. No es suficiente con esta información si lo que queremos es mejorar el servicio que presta nuestra organización. Por ello debemos conocer la valoración que nuestros clientes hacen de las diferentes dimensiones que conforman la organización y los servicios que presta.

Es la dimensión técnicos la que ha obtenido la valoración más alta. Este resultado nos ha sorprendido, pero como ha ocurrido

| Tabla 9. Satisfacción con respecto a la imagen del centro   |        |      |            |
|---|--------|------|------------|
| IMAGEN DE LA ORGANIZACIÓN   | Media  | Moda | Desv. típ. |
| Disponen las instalaciones de algún medio para transmitir sus sugerencias (buzón de sugerencias, tablón de anuncios). | 3,5139 | 3    | 0,9480     |
| La información sobre las actividades que se desarrollan en el centro es adecuada.                                     | 3,8087 | 4    | 0,8217     |
| Le ha resultado sencillo incorporarse en la actividad que participa.  | 4,136  | 4    | 0,7535     |
| El personal de servicio está cuando se le necesita y siempre está dispuesto a ayudarle.                               | 4,496  | 5    | 0,6885     |
| El trato del personal de la instalación es agradable.   | 4,6626 | 5    | 0,6322     |
| Hay buena relación entre el personal de la instalación.   | 4,5357 | 5    | 0,6700     |

en varios trabajos, los recursos humanos directos son uno de los puntos más fuertes de los servicios deportivos (Calabuig, Quintanilla y Mundana; 2008, Dorado, 2007; Nuviala y Casajús, 2005). La satisfacción de nuestros usuarios es muy alta llegando casi en todos los ítems a la máxima calificación, lo que nos hace pensar que la elección de los técnicos ha sido muy adecuada. El punto más débil de los técnicos es el que hace referencia a la adaptación de las sesiones a los usuarios.

Este resultado refuerza la idea defendida en varios trabajos (Calabuig, Quintanilla y Mundana, 2008; Campos, 2007; Nuviala, 2003) según la cual el recurso humano, los técnicos deportivos directos, son los elementos esenciales en la prestación de los servicios que brindan las organizaciones deportivas.

La dimensión recursos materiales ha obtenido la valoración más baja de las cuatro. Eso no significa que estén suspendidos, todo lo contrario, esta dimensión ha obtenido una valoración media de 3,79 sobre 5. El ítem en el que sí que encontramos descontento es en el tamaño de los vestuarios, mucho más significativo en el caso de los masculinos. Este resultado es lógico puesto que como hemos visto hay muchos más hombres que mujeres y el tamaño de los vestuarios es prácticamente igual. Por lo que se refiere a los materiales las puntuaciones son altas, pensando que es debido a lo nuevos que son éstos.

En cuanto a la dimensión de actividades tenemos también una puntuación bastante alta, resultado que creemos está en concordancia con el aspecto de que muchos de nuestros usuarios han elegido nuestro centro precisamente porque quieren practicar una actividad que se oferta aquí. El aspecto cuya puntuación es más baja es el de la actualización de dichas actividades. No es ilógico este dato puesto que una de las estrategias de la organización es la de satisfacer la demanda de actividades y no la de ofrecer nuevos servicios sin ser demandados.

La última de las dimensiones que hemos estudiado es la imagen que los usuarios tienen de la organización, donde como hemos visto los resultados también son buenos, aunque aquí vemos que existen dos aspectos con una diferencia significativa de resultados. Por un lado están los aspectos relacionados con la información dada sobre el centro

| Tabla 10. Percepción de la calidad ofrecida por la organización en función del sexo |       |     |        |       |      |
|---|-------|-----|--------|-------|------|
|   |       | N   | Media  | F     | Sig. |
| MONITOR   | Varón | 175 | 4,2619 |       |      |
|   | Mujer | 75  | 4,0567 | 6,435 | ,012 |
|   | Total | 250 | 4,2003 |       |      |
| MATERIAL  | Varón | 175 | 3,8071 |       |      |
|   | Mujer | 75  | 3,7600 | ,308  | ,579 |
|   | Total | 250 | 3,7930 |       |      |
| ACTIVIDAD   | Varón | 175 | 3,9724 |       |      |
|   | Mujer | 75  | 3,8219 | 4,232 | ,041 |
|   | Total | 250 | 3,9272 |       |      |
| ORGANIZACIÓN  | Varón | 175 | 4,3306 |       |      |
|   | Mujer | 75  | 4,0476 | 9,798 | ,002 |
|   | Total | 250 | 4,2457 |       |      |

que tiene una puntuación baja, debido, según nuestra opinión, al poco interés de los usuarios sobre este tema, y por otro lado tenemos aquellos aspectos relacionados con las relaciones interpersonales donde las puntuaciones son muy altas.

El último de los objetivos de la investigación es establecer perfiles diferenciadores de la valoración de los servicios recibidos en función del sexo y la práctica de actividad físico deportiva realizada. Hemos comprobado que los usuarios de mantenimiento y batuca son más críticos que el resto en relación a los recursos materiales y a la imagen de la organización. Estos usuarios son mujeres, que son más críticas que los hombres en relación a la imagen de la organización y a la valoración del técnico deportivo. Resultado este que está en contraposición a los obtenidos por Calabuig, Quintanilla y Mundana (2008) y Dorado (2007).

## 5. Conclusiones

- Los usuarios del Multicentro Deportivo Tokui'do están satisfechos con la organización y con los servicios que éste presta.

- El recurso humano es el más valorado por los usuarios, por lo que se ha convertido en el punto fuerte de la organización.

- Han sido los recursos materiales los que han obtenido la peor valoración, especialmente los vestuarios. De la misma forma los materiales destinados a las prácticas de mantenimiento y batuca han sido los que han obtenido la calificación más baja.

- Las mujeres son más críticas que los hombres en la valoración de técnicos e imagen de la organización.

## 6. Referencias

- Alvira, F. y Ramos, E. (1984). El efecto de los entrevistadores sobre las respuestas de los entrevistados. En *Reis*. 29, 219-256.
- Azorín, F. y Sánchez Crespo, J. L. (1994). *Métodos y aplicaciones del muestreo*. Madrid: Alianza Universidad Textos.
- Calabuig, F., Quintanilla, I. y Mundina, J. (2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos. *International Journal of Sport Science*, 10, 25-43.
- Campos, A. (2007). Los profesionales de la actividad física y el deporte como elemento de garantía y calidad de los servicios. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 7, 51-57.
- Cea, M. A. (1996) *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Dorado, A. (2007). Análisis de la satisfacción de los usuarios del servicio deportivo municipal. *Revista de Educación Física INDERef*. [en línea]. <http://www.inderef.com/content/view/full/35/113/1/0/> [Consulta: 2008, 9 de enero]
- García, M, Ibáñez, J. y Alvira, F. (1996). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza.
- García, M. (2006). *Encuesta de hábitos deportivos de los Españoles 2005*, [en línea]. Madrid: Consejo Superior de Deportes. Disponible en: <http://www.csd.mec.es/csd/sociedad/encuesta-de-habitos-deportivos/encuesta-de-habitos-deportivos/> [Consulta: 2008, 8 de enero].

| Tabla 11. Percepción de la calidad ofrecida por la organización en función de la actividad realizada |               |       |        |       |      |
|--|---------------|-------|--------|-------|------|
|  | N             | Media | F      | Sig.  |      |
| MONITOR  | Aerobic       | 9     | 3,9630 | 1,361 | ,179 |
|  | Ciclo indoor  | 70    | 4,2238 |       |      |
|  | Judo          | 10    | 4,0000 |       |      |
|  | Mantenimiento | 1     | 4,6667 |       |      |
|  | Aikido        | 12    | 4,5139 |       |      |
|  | Pick – boxin  | 17    | 4,3529 |       |      |
|  | Full contact  | 15    | 4,4556 |       |      |
|  | Buguei        | 9     | 4,3333 |       |      |
|  | Capoeira      | 10    | 3,9167 |       |      |
|  | Pilates       | 22    | 4,0985 |       |      |
|  | Just puma     | 3     | 4,3889 |       |      |
|  | Batuca        | 1     | 3,3333 |       |      |
|  | Musculación   | 68    | 4,1336 |       |      |
|  | Total         | 252   | 4,1981 |       |      |
| MATERIAL   | Aerobic       | 9     | 4,0000 | 2,446 | ,004 |
|  | Ciclo indoor  | 70    | 3,6929 |       |      |
|  | Judo          | 10    | 3,5375 |       |      |
|  | Mantenimiento | 1     | 1,6250 |       |      |
|  | Aikido        | 12    | 3,8229 |       |      |
|  | Pick – boxin  | 17    | 4,0000 |       |      |
|  | Full contact  | 15    | 3,9333 |       |      |
|  | Buguei        | 9     | 3,7500 |       |      |
|  | Capoeira      | 10    | 3,4250 |       |      |
|  | Pilates       | 22    | 3,9943 |       |      |
|  | Just puma     | 3     | 4,2500 |       |      |
|  | Batuca        | 1     | 3,2500 |       |      |
|  | Musculación   | 68    | 3,8033 |       |      |
|  | Total         | 252   | 3,7912 |       |      |
| ACTIVIDAD  | Aerobic       | 9     | 3,9028 | ,547  | ,893 |
|  | Ciclo indoor  | 70    | 3,8888 |       |      |
|  | Judo          | 10    | 3,8375 |       |      |
|  | Mantenimiento | 1     | 4,2500 |       |      |
|  | Aikido        | 12    | 4,1354 |       |      |
|  | Pick – boxin  | 17    | 4,1103 |       |      |
|  | Full contact  | 15    | 4,0500 |       |      |
|  | Buguei        | 9     | 3,9028 |       |      |
|  | Capoeira      | 10    | 3,7625 |       |      |
|  | Pilates       | 22    | 3,9034 |       |      |
|  | Just puma     | 3     | 4,0833 |       |      |
|  | Batuca        | 1     | 3,6250 |       |      |
|  | Musculación   | 68    | 3,9168 |       |      |
|  | Total         | 252   | 3,9308 |       |      |
| ORGANIZACIÓN   | Aerobic       | 9     | 4,1587 | 1,641 | ,075 |
|  | Ciclo indoor  | 70    | 4,2122 |       |      |
|  | Judo          | 10    | 4,0857 |       |      |
|  | Mantenimiento | 1     | 2,0000 |       |      |
|  | Aikido        | 12    | 4,1667 |       |      |
|  | Pick – boxin  | 17    | 4,4202 |       |      |
|  | Full contact  | 15    | 4,4571 |       |      |
|  | Buguei        | 9     | 4,3333 |       |      |
|  | Capoeira      | 10    | 4,2143 |       |      |
|  | Pilates       | 22    | 4,2013 |       |      |
|  | Just puma     | 3     | 4,5238 |       |      |
|  | Batuca        | 1     | 2,8571 |       |      |
|  | Musculación   | 68    | 4,2710 |       |      |
|  | Total         | 252   | 4,2438 |       |      |

- George, D. y Mallery, P. (1995). *SPSS/PC + Step by: A Simple Guide and Reference*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- González, P. (1996). Medir en las ciencias sociales. En García, M., Ibáñez, J y Alvira, F. (Editores). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. (pp 227-286). Madrid: Alianza.
- Latiesa, M. (1996). Validez y Fiabilidad de las observaciones sociológicas. En García, M. Ibáñez, J. y Alvira F. (Editores) (2º Edición) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. (335-364) Madrid: Alianza.
- Martínez, R. (1995). *Psicometría: Teoría de los tests psicológicos y educativos*. Madrid: Síntesis.
- Morales, V., Hernández-Mendo, A. y Blanco, A. (2005). Evaluación de la calidad en los programas de actividad física. *Psicothema*, 17, 2,311-317
- Mundina, J. J. y Calabuig, F. (1999). El marketing social al servicio de la gestión de calidad. En *Apunts Educación Física y Deportes*. 57, 77-83.
- Nuviala, A. (2003). *Las escuelas deportivas en un entorno rural aragonés. El caso del Servicio Comarcal Ribera Baja*. Zaragoza: Gobierno de Aragón.
- 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* (18), [en línea].<http://cdeporte.rediris.es/revista/revista18> [Consulta: 2008, 9 de enero]
- Nuviala, A., Ruiz, F. y García, M.E. (2006). La integración metodológica como método de análisis de la imagen de las organizaciones deportivas con competencias en el deporte escolar en la Comarca Ribera Baja del Ebro. En *Retos. Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*. Nº 9, 32-39.
- Palomares, J. (2005). Nuevas tendencias en la actividad física y deportiva: un ejemplo de la creciente diversificación y complejidad de las prácticas. En *Retos. Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*. Nº 8, 5-10.
- Tinajas, A. (1999). Algunos aspectos teóricos y prácticos en la elaboración de encuestas en el ámbito escolar. En *Apunts. Educación Física y Deportes*. 56, 57-74.
- Sanz, I.; Redondo, J.C.; Gutierrez, P. y Cuadrado, G. (2005). La satisfacción en los practicantes de spinning: Elaboración de una escala para su medición. *Motricidad. European Journal of Human Movement*, 13, 17 – 36.
- Sierra, R. (2003). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Thomson Editores.
- Tsitskari, E., Tsiotras, D. y Tsiotras, G. (2006). Measuring service quality in sport services. *Total Quality Management*, 17(5), 625-631.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. y Berry, L.L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos.