

ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DEL MUNICIPIO DE ALDAIA Y PROPUESTAS DE MEJORA



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA

Autor del TFG: GERMÁN TARIN FERRANDIS

Tutora: CARMEN ESCRIBÁ PÉREZ

2013/2014



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS. UPV

Índice de contenidos

CAPÍTULO 1. Introducción.....	5
1.1 Resumen	5
1.2 Objetivos del TFG	5
1.3 Justificación	7
1.4 Justificación de la relación entre las asignaturas de la titulación y el TFG	8
1.5 Estructura del trabajo	11
CAPÍTULO 2. Situación actual.....	13
2.1 El municipio.....	13
2.2 Las instalaciones deportivas.....	14
2.3 Oferta actual de servicios en las instalaciones deportivas.....	20
2.3.1 Información general.....	21
2.3.2 Oferta de actividades	22
2.3.4 Comparativa de la oferta de actividades.....	25
2.4 Análisis D.A.F.O. de las instalaciones.....	29
2.5 Marco legislativo	31
2.5.1 Real Decreto 951/2005, de 29 de julio, por el que se establece el marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado	32
2.5.2 LEY 2/2011, de 22 de marzo, de la Generalitat, del Deporte y la Actividad Física de la Comunitat Valenciana	34
CAPÍTULO 3. Marco teórico.....	38
3.1 Buenas prácticas en instalaciones deportivas	38
3.1.1 Actuaciones y normas básicas para el desarrollo de las buenas prácticas ..	38
3.1.2 Gestión de los recursos humanos	39
3.1.3 Gestión del espacio de atención en las instalaciones	40
3.1.4 Estrategias para fidelizar a los usuarios y mantener su satisfacción	40
3.1.5 Ante una reclamación	41
3.2 La satisfacción de los usuarios.....	41
3.3 Las relaciones entre las administraciones y los ciudadanos en la actualidad	44
3.4 La evaluación de la gestión pública	46
3.5 Los dos enfoques para la definición de la Calidad de Servicio	47
3.6 Identificación de las expectativas de los usuarios de servicios públicos	50
3.7 Fuentes de información en el sector público	53

3.8 Los estudios de satisfacción de los usuarios	54
3.9 Planificación de los estudios de satisfacción de usuarios.....	55
3.10 Encuestas en el sector público.....	56
CAPÍTULO 4. Metodología	59
4.1 Definición de objetivos	59
4.2 Método de medición	60
4.3 Población objeto de estudio	61
4.4 El cuestionario.....	61
4.4.1 DYANE versión 4.....	62
4.4.3 Cuestionario previo y cuestionario definitivo de la encuesta.....	66
4.5 La muestra	72
4.5.1 Selección de la muestra	72
4.5.2 Determinación del tamaño muestral.....	75
4.7 Trabajo de campo.....	78
4.8 Ficha Técnica de la encuesta.....	79
CAPÍTULO 5. Resultados	80
5.1 Perfil y hábitos de los usuarios.....	81
5.2 Satisfacción con la gestión del servicio y funcionamiento de las instalaciones..	92
5.3 Sugerencias y reclamaciones.....	98
CAPÍTULO 6. Conclusiones y propuestas de mejora	100
6.1 Conclusiones de la encuesta.....	100
6.2 Propuestas de mejora	104
6.2.1 Captación de usuarios jóvenes y estudiantes.....	104
6.2.2 Mejora de la comunicación de las instalaciones	105
6.2.3 Mejora de la climatización de las instalaciones.....	107
6.2.4 Mejora de la limpieza e higiene de las instalaciones.....	108
6.2.5 Mejora del sistema de gestión de sugerencias y reclamaciones.....	110
6.3 Conclusión general.....	115
Bibliografía	116
Anexos	118
Anexo 1. Cuestionario previo.....	118
Anexo 2. Cuestionario final	123

Índice de tablas

Tabla 1. Oferta de clases colectivas.	22
Tabla 2. Oferta de escuelas deportivas.....	23
Tabla 3. Oferta de actividades acuáticas.	23
Tabla 4. Oferta de actividades libres.....	24
Tabla 5. Oferta de alquiler de pistas.	24
Tabla 6. Comparación actividades en seco.....	25
Tabla 7. Comparación actividades acuáticas.	27
Tabla 8. Comparación instalaciones.	28
Tabla 9. Primer bloque de preguntas: datos específicos y hábitos de conducta.....	70
Tabla 10. Segundo bloque de preguntas: valoración de la prestación del servicio y funcionamiento de instalaciones.	71
Tabla 11. Tercer bloque de preguntas: Datos personales.	72
Tabla 12. Formulas para determinar los tamaños muestrales en el caso de valores proporcionales.	77
Tabla 13. Tamaños muestrales (n) para distintos porcentajes de error, con un nivel de confianza del 95,5% (K=2) en el supuesto de N=1200 y clasificados por estratos.	77
Tabla 14. Ficha Técnica de la encuesta.....	79
Tabla 15. Zonas húmedas.	108
Tabla 16. Zonas interiores.	109
Tabla 17. Zonas exteriores.	110

Índice de imágenes.

Imagen 1. Instalaciones deportivas de Aldaia.	15
Imagen 2. Plano planta baja pabellón.	16
Imagen 3. Primera planta pabellón.	17
Imagen 4. Imagen piscina cubierta.	18
Imagen 5. Pista de pádel.	19
Imagen 6. Pistas de frontón y pistas de tenis.	19
Imagen 7. Campo de fútbol.....	20
Imagen 8. Ejemplo de diseño de variable texto.....	63
Imagen 9. Ejemplo de diseño de variable categórica.	64
Imagen 10. Ejemplo de diseño de variable numérica.....	64
Imagen 11. Ejemplo de diseño de variable mixta.	65

Índice de gráficas.

Gráfica 1. Edad de los encuestados.	82
Gráfica 2. Sexo.	83
Gráfica 3. Situación laboral.	83
Gráfica 4. Razón de utilización de las instalaciones por parte de los usuarios.	84
Gráfica 5. Frecuencia con que los usuarios acuden a las instalaciones deportivas.	85
Gráfica 6. Horario de asistencia a las instalaciones.	86
Gráfica 7. Horario de asistencia a las instalaciones dependiendo del sexo.	86
Gráfica 8. Medio por el que el usuario tuvo conocimiento de la actividad en la que está inscrito.	87
Gráfica 9. Tiempo que lleva asistiendo a las instalaciones deportivas.	88
Gráfica 10. Objetivos que motivaron la inscripción en las actividades.	89
Gráfica 11. Objetivos que motivaron la inscripción en actividades clasificados por edad.	90
Gráfica 12. Actividades deportivas fuera de las instalaciones.	91
Gráfica 13. Actividades fuera de las instalaciones dependiendo del sexo.	91
Gráfica 14. Intención de seguir en las actividades de la instalación.	92
Gráfica 15. Adecuada duración de las clases.	
Gráfica 16. Adecuado nº de sesiones.	93
Gráfica 17. Recomendación de instalaciones a familiares o amigos.	93
Gráfica 18. Valoración de la gestión del servicio y funcionamiento de las instalaciones (parte1).	94
Gráfica 19. Valoración de la gestión del servicio y funcionamiento de las instalaciones (parte2).	95
Gráfica 20. Valoración de la información recibida sobre las actividades dependiendo de la edad.	96
Gráfica 21. Valoración de la limpieza e higiene de las instalaciones atendiendo al sexo de los usuarios.	96
Gráfica 22. Valoración global de las instalaciones dependiendo de si han puesto alguna vez una reclamación o sugerencia.	97
Gráfica 23. Presentación de reclamación o sugerencia.	98
Gráfica 24. Contestación rápida.	98
Gráfica 25. Grado de satisfacción de la respuesta recibida.	99

CAPÍTULO 1. Introducción

1.1 Resumen

El presente Trabajo de Fin de Grado ha consistido en la elaboración de un estudio y análisis del grado de satisfacción de los usuarios de las instalaciones deportivas del municipio de Aldaia con respecto a las propias instalaciones y a los servicios prestados en éstas.

Una vez analizada la situación actual de las instalaciones y encuadrado el trabajo dentro de un marco teórico de referencia, se ha realizado una encuesta de satisfacción a una muestra representativa de los usuarios de las instalaciones deportivas para, una vez recogidos los datos mediante dicha encuesta, proceder a su análisis con el fin de obtener conclusiones que sean de utilidad tanto para los objetivos del presente trabajo como para los decisores públicos de las instalaciones.

Después de haber obtenido las distintas conclusiones de la encuesta, han sido propuestas una serie de mejoras en aquellos aspectos de las instalaciones y del proceso de prestación del servicio que sean susceptibles de posibles reformas que mejoren la satisfacción de los usuarios.

1.2 Objetivos del TFG

Objetivo general:

- Conocer el grado de satisfacción de los usuarios de las instalaciones deportivas del municipio de Aldaia.

Objetivos específicos:

- Conocer las necesidades de los usuarios respecto a los servicios ofertados en las instalaciones deportivas de Aldaia.
- Caracterizar el perfil de usuario que utiliza los servicios deportivos de las instalaciones deportivas del Aldaia.
- Conocer el grado de satisfacción de los usuarios de las instalaciones deportivas respecto a las actividades ofertadas, los procesos de inscripción, el precio del servicio y los horarios de las actividades.
- Conocer el grado de satisfacción de los usuarios de las instalaciones deportivas respecto al mantenimiento, al ambiente, a los espacios y al material deportivo de las instalaciones.
- Conocer el grado de satisfacción de los usuarios respecto al personal de las instalaciones y la atención recibida.
- Conocer el grado de satisfacción de los usuarios sobre el sistema de sugerencias y reclamaciones de las instalaciones deportivas de Aldaia.
- Conocer el grado de participación en las instalaciones deportivas.
- Conocer las motivaciones que tienen los usuarios para utilizar las instalaciones deportivas.
- Conocer el índice de fidelización de los usuarios de las instalaciones.
- Analizar los resultados con el fin de obtener conclusiones que nos permitan mejorar las instalaciones deportivas del ayuntamiento de Aldaia.
- Una vez analizados los resultados, realizar propuestas de mejora reales a los problemas detectados con el fin de mejorar la satisfacción de los usuarios.

1.3 Justificación

Se puede afirmar que la satisfacción de los usuarios es el indicador más importante de la calidad de los servicios públicos, más aún teniendo en cuenta la dificultad que existe en este tipo de servicios para la medición del output, de ahí la necesidad de realizar los correspondientes estudios con los que poder conocer la satisfacción y hacer un seguimiento de la misma que nos permitan corregir y mejorar cualquier organización pública.

Los usuarios son los principales protagonistas en la prestación de un servicio deportivo y constituyen el fin último en los objetivos que pretende cumplir la organización. Asimismo son cada vez más exigentes cuando utilizan cualquier servicio, por lo que demandan no sólo tener acceso a algún tipo de actividad física y deportiva, sino que la prestación por parte de las organizaciones se desarrolle de la forma más eficaz posible y desde el punto de vista del usuario se traduzca en un servicio de calidad.

Por todo esto es de vital importancia escuchar y tener en cuenta la opinión de los ciudadanos en el proceso de prestación de un servicio, ya que al fin y al cabo, es al ciudadano a quien van dirigidos, por lo que la oferta debe ir en la misma dirección que las necesidades de los usuarios. Ahí radica mi motivación para la elaboración del presente trabajo, en conocer en qué grado están satisfechos los ciudadanos con los servicios deportivos que se le prestan, así como con las instalaciones que disponen para ello, en este caso en concreto las instalaciones deportivas del municipio de Aldaia, ya que como usuario de las instalaciones deportivas, como amante del deporte y como estudiante de Gestión y Administración Pública siento un gran interés por la elaboración de este estudio y conocer los resultados.

Con la realización de este TFG se pretende conocer en qué grado se encuentran satisfechos los usuarios de las instalaciones deportivas de Aldaia, conocer las necesidades que tienen los usuarios, averiguar de qué forma pueden ser atendidas y a su vez detectar los posibles fallos que se cometen durante la prestación del servicio para, una vez recogida toda esta información, utilizarla en la mejora continua del servicio.

1.4 Justificación de la relación entre las asignaturas de la titulación y el TFG

El Trabajo Final de Grado tiene como finalidad genérica la aplicación a un caso práctico de los conocimientos adquiridos a lo largo de la titulación mediante el estudio de las distintas asignaturas incluidas en el plan de estudios del Grado en Gestión y Administración Pública.

Algunas de estas asignaturas han resultado imprescindibles o de gran ayuda para la realización del trabajo, por lo que a continuación se va a proceder a justificar dichas asignaturas en función de la relación que hayan tenido con el trabajo realizado.

Capítulo 1. Introducción.

- **Gestión de la información.** En esta asignatura, además de aprender algunos métodos, normas, procedimientos y herramientas para la realización de nuestro TFG, realizamos un trabajo práctico el cual se debía realizar conforme a la normativa y estructura de los TFGs. Estos conocimientos adquiridos han sido de gran ayuda para confeccionar la estructura y los diversos puntos del trabajo.

Capítulo 2. Situación actual.

- **Información y Documentación Administrativa.** Para recabar la información necesaria para la realización del presente trabajo se han utilizado las técnicas de documentación y tratamiento de la información desarrollada en esta asignatura.
- **Estructuras Administrativas.** En esta asignatura se estructuran las diferentes administraciones a niveles organizacionales y legislativos, por lo que está presente para la realización del marco legislativo.
- **Derecho Administrativo.** El derecho administrativo está presente en todos los servicios públicos, ya que por éste se

rige el cualquier proceso administrativo. Al igual que la asignatura anterior, el derecho administrativo ha sido utilizado para la confección del marco legislativo.

- **Economía de la Unión Europea.** Los conocimientos adquiridos en esta asignatura han sido muy útiles en este capítulo, ya que en esta asignatura aprendimos a realizar por primera vez en la titulación el análisis DAFO de una organización, lo cual ha sido de gran ayuda para la realización de este tipo de análisis en las instalaciones deportivas de Aldaia.
- **Marketing en el Sector Público.** Al igual que en la asignatura anterior, en marketing en el sector público también adquirimos los conocimientos necesarios para realizar análisis DAFO de una organización como las instalaciones deportivas objeto de este trabajo.

Capítulo 3. Marco Teórico.

- **Marketing en el Sector Público.** Esta asignatura ha sido la más importante para la realización del presente TFG, ya que en ella se estudia todo lo relacionado con los estudios de mercado público, además de las diferentes herramientas y procedimientos necesarios para realización de encuestas, dicho lo cual, esta asignatura se ha convertido en el eje teórico central del trabajo.
- **Técnicas y métodos de gestión pública.** Para entender la gestión de calidad de los servicios públicos y poder crear un marco teórico que nos ayude a comprender dichos conceptos ha resultado de gran ayuda estudiar esta asignatura, ya que nos ha dotado de conocimientos para poder realizar este proceso.
- **Teoría de las organizaciones.** Como la asignatura anterior, teoría de las organizaciones ayuda a comprender las diferentes relaciones entre los ciudadanos y las organizaciones públicas

desde un punto de vista teórico, lo cual ha sido de gran ayuda para poder confeccionar el marco teórico.

- **Técnicas de investigación social.** Es una asignatura donde se proporcionan los conocimientos esenciales para un estudio de investigación social como el referente al presente trabajo.

Capítulo 4. Metodología.

- **Marketing en el sector Público.** En esta asignatura se estudian todos los métodos y procesos para la realización de la encuesta de satisfacción necesarios para este trabajo. También se tiene el primer contacto con el programa de diseño y análisis de cuestionarios DYANE 4 el cual ha sido una herramienta de gran ayuda en todos los procesos referentes a la encuesta.
- **Introducción a la Estadística.** Para el tratamiento de los datos de la encuesta de satisfacción se necesitan los conocimientos impartidos en esta asignatura.

Capítulo 5. Entrada de datos y análisis de los resultados.

- **Marketing en el sector Público.** Para la entrada de datos y análisis de resultados es importante conocer algunos elementos estudiados en la asignatura como el informe de la encuesta y el análisis de los resultados. También para las tareas realizadas en este capítulo se ha utilizado el programa DYANE 4, programa el cual se utiliza en la asignatura en cuestión.
- **Introducción a la Estadística y Estadística aplicada al sector público.** En ambas asignaturas se estudian las diferentes técnicas estadísticas para el análisis de datos, en este caso en concreto para el análisis de los resultados de la encuesta.

Capítulo 6. Conclusiones y propuestas de mejora.

- **Marketing en el sector Público.** Los conocimientos aprendidos en esta asignatura son de gran ayuda a la hora de sacar conclusiones de los datos obtenidos en la encuesta.
- **Técnicas de investigación social.** A través de esta asignatura se adquieren conocimientos que nos ayudan a conocer y entender los comportamientos de los ciudadanos, estos conocimientos nos ayudan a vislumbrar más fácilmente los elementos sociológicos y demográficos que afectan a los resultados y a través de éstos obtener conclusiones coherentes.
- **Técnicas y métodos de Gestión Pública.** Esta asignatura es clave para el proceso de propuesta de mejoras, ya que en ella se estudian las diferentes técnicas de planificación estratégica, así como los métodos de gestión eficiente de organizaciones.

Los conocimientos estudiados en la signatura **Informática Aplicada** también han sido utilizados durante todo el proceso de elaboración del TFG a través de las diferentes herramientas con las que se trabajan en la asignatura, como son los procesadores de textos, las hojas de cálculo y las bases de datos.

1.5 Estructura del trabajo

El presente TFG se estructura en seis capítulos distribuidos de la siguiente forma:

- Capítulo 1. Introducción. Este capítulo, al cual pertenece este epígrafe, es un capítulo introductorio, donde se detallan los objetivos del trabajo y las justificaciones, tanto del trabajo en general, como de la relación entre las asignaturas estudiadas en la titulación y el trabajo realizado para este estudio.

- Capítulo 2. Situación actual. El segundo capítulo pretende vislumbrar la situación actual de las instalaciones deportivas, en el cual primero se sitúan geográfica y demográficamente, para luego entrar en profundidad en la descripción de las instalaciones. En este capítulo también se realiza un análisis DAFO para poder realizar un diagnóstico del estado en el que se encuentran las instalaciones. Asimismo en el capítulo se elabora el marco legislativo que rige la normativa de las instalaciones.

- Capítulo 3. Marco teórico. Dentro del tercer capítulo se elabora un marco teórico donde se describen conceptos y teorías que son de gran ayuda para entender, a la vez que sustentar teóricamente el estudio. El marco teórico sienta las bases para comprender el concepto de satisfacción del usuario, así como las diferentes relaciones entre los usuarios y las administraciones. Además sirve de orientación para saber cómo habrá que realizarse el estudio.

- Capítulo 4. Metodología. En este capítulo se detalla la metodología utilizada para la realización del estudio en el cual se refleja todo el proceso de elaboración de la encuesta de satisfacción que ha sido realizada a los usuarios de las instalaciones deportivas de Aldaia.

- Capítulo 5. Resultados. En este capítulo se realiza el análisis de los resultados de la encuesta, donde, con la ayuda de gráficas, se describen los resultados obtenidos por los distintos ítems de la encuesta de satisfacción.

- Capítulo 6. Conclusiones y propuestas de mejora. Finalmente, en el sexto capítulo, se recogen las conclusiones derivadas de los resultados de la encuesta de satisfacción, se establece el

perfil y los hábitos de los usuarios y se recomiendan una serie de propuestas de mejora en los aspectos que han obtenido peor resultado de satisfacción en la encuesta, con la finalidad de que sean de ayuda al gestor público responsable de las instalaciones para la mejora de éstas.

CAPÍTULO 2. Situación actual

2.1 El municipio

Aldaia es un municipio perteneciente a la provincia de Valencia, situado en la zona oeste del área metropolitana de la ciudad de Valencia, en la comarca de l' Horta sud. El municipio cuenta con 30.645 habitantes (INE 2011) y tiene una superficie de 16.100 metros cuadrados.

El término municipal de Aldaia limita con las localidades de Xirivella, Alacuás, Quart de poblet, Torrent y está situado a 8,2km de la ciudad de Valencia.

Tradicionalmente, Aldaia ha sido un pueblo de base económica artesanal, evolucionando hacia la actividad industrial. En los siglos XIX y XX, los «teulers», talleres de pipas y juguetes y, sobre todo, los abanicos caracterizaban la manufactura del pueblo. Actualmente los sectores han cambiado: industria de la madera, fabricación de productos metálicos y plásticos principalmente. No obstante, aún sobreviven algunas empresas que manufacturan los abanicos de Aldaia. Más del 20% del término municipal es suelo industrial.

En Aldaia se ubica además un gran centro comercial, Bonaire, inaugurado en 2000 y que, con 135.000 m² es uno de los mayores de España.

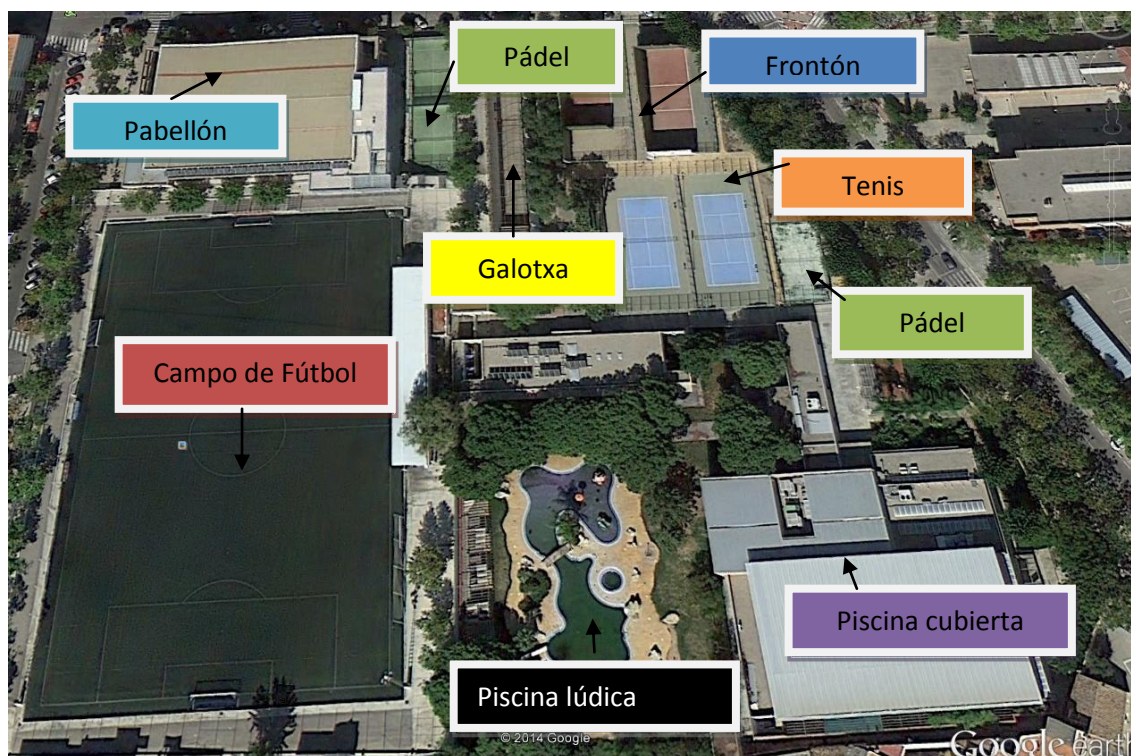
Las instalaciones deportivas están situadas en la calle Joaquín Blume s/n, limitando con el municipio de Alacuás y justo enfrente del instituto Carles

Salvador, lo que beneficia la optimización del uso de la instalación, ya que los estudiantes del instituto tienen muy fácil acceso a actividades extraescolares de carácter deportivo. Además la mayoría de ciudadanos de Alacuás tienen más cerca las instalaciones deportivas de Aldaia que las de su propio municipio. Se puede llegar andando en menos de 10 minutos desde cualquier zona de la población. El único problema que se le podría encontrar a la ubicación es que dispone de pocas plazas de aparcamiento la zona y las instalaciones deportivas no poseen parking propio.

2.2 Las instalaciones deportivas

Las instalaciones deportivas de Aldaia, como se puede observar en la Imagen 1, disponen de numerosos espacios deportivos, entre los que podemos encontrar dos pistas de frontón, dos pistas de tenis, tres pistas de pádel, dos campos de fútbol 7, un campo de fútbol 11, una pista de galotxa, una sala de musculación, siete salas multiusos, una piscina cubierta, una piscina lúdica y un pabellón polideportivo que dispone de tres pistas de baloncesto, una pista de futbol sala y dos salas multiusos.

Imagen 1. Instalaciones deportivas de Aldaia.



Fuente: Google Earth.

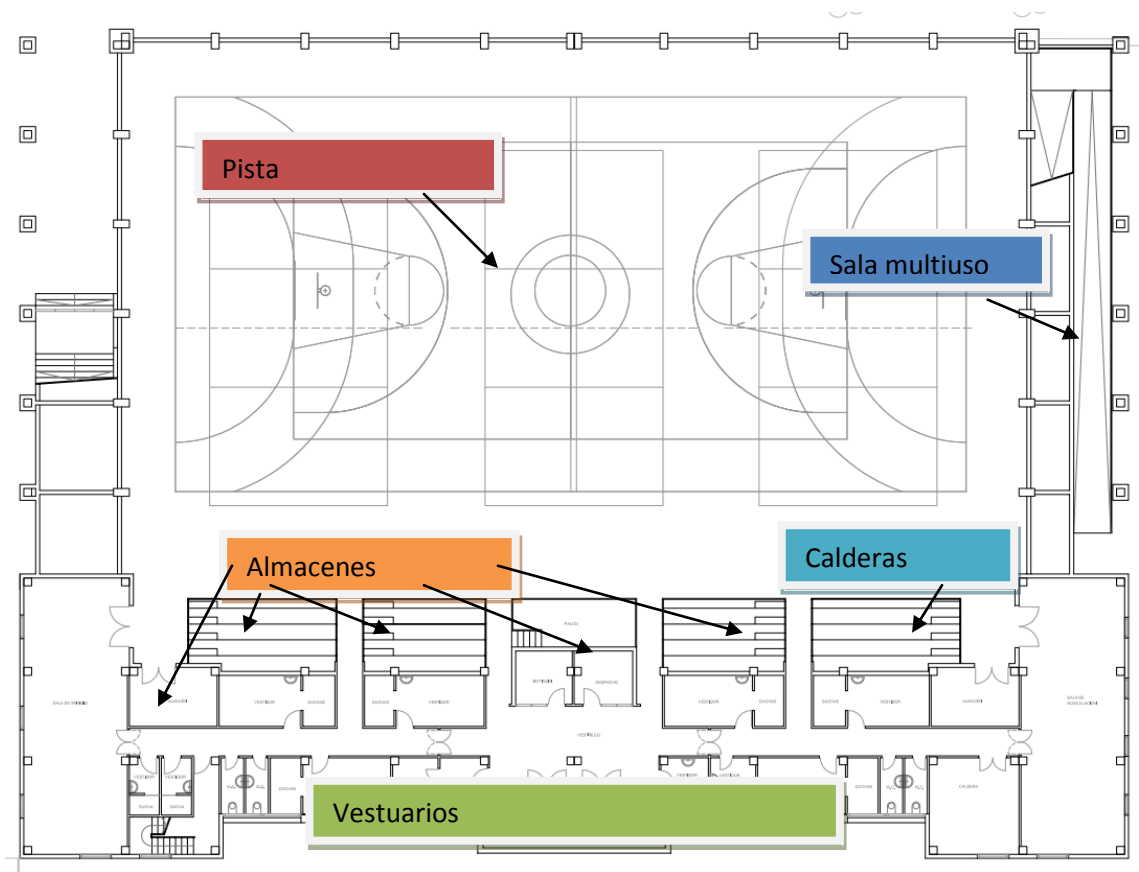
Las instalaciones deportivas son muy completas y por eso puede ofertar una amplia gama de servicios, pero como se observa en la imagen, el espacio sería muy limitado en el caso de que se requiera una posible ampliación o para la construcción de nuevas instalaciones.

A continuación se va a proceder a la descripción detallada de las instalaciones deportivas:

- **Pabellón deportivo.** Está situado junto al campo de fútbol y las pistas de pádel. Actualmente se encuentra recién remodelado ya que se quedaba bastante antiguo para la práctica de actividades, y con esta remodelación, además de renovarse, se ha ganado espacio para la realización de actividades. Contiene dos salas multiusos, cinco vestuarios amplios y uno algo más pequeño, y cinco almacenes que utilizan los distintos clubs de las instalaciones. Además cuenta con una pista de fútbol sala que a su vez puede ser utilizada por 3 pistas laterales de baloncesto.

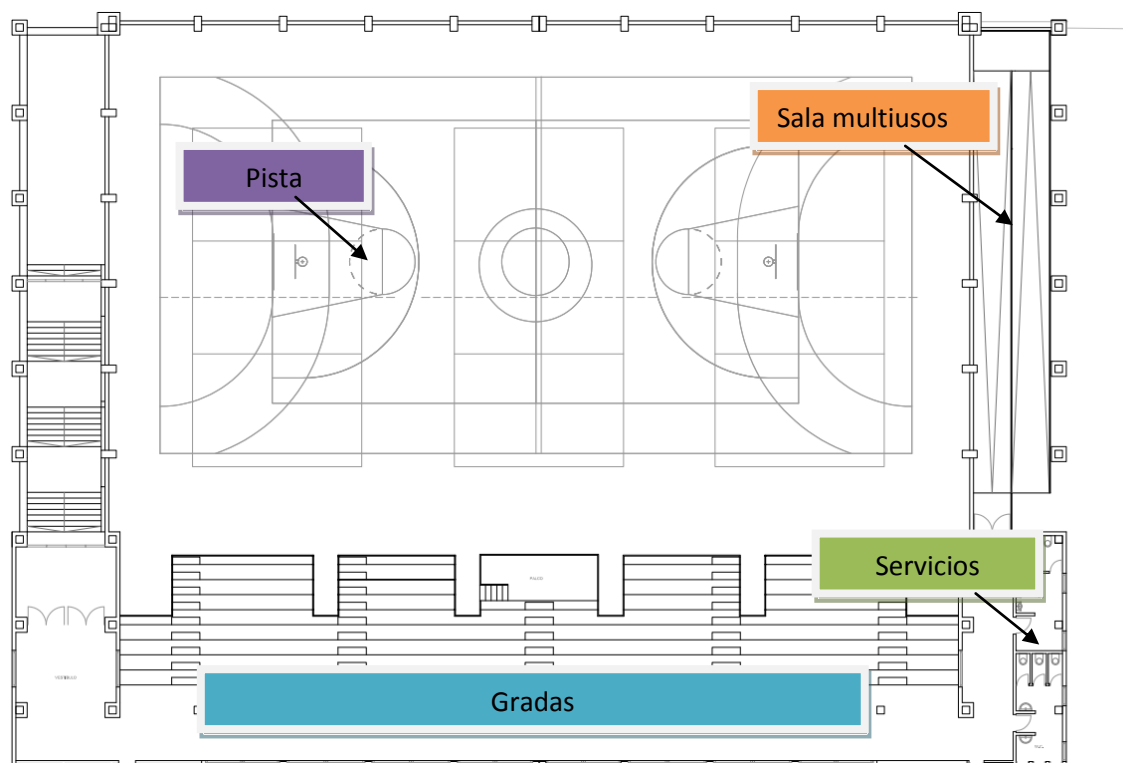
Dispone de dos cortinas correderas que divide los campos de baloncesto que se mueven de forma manual.

Imagen 2. Plano planta baja pabellón.



Fuente: Página web Ayuntamiento de Aldaia.

Imagen 3. Primera planta pabellón.



Fuente: Página web Ayuntamiento de Aldaia.

- **Piscina cubierta.** En la piscina cubierta se dispone de dos piscinas, un vaso pequeño y otro grande de ocho carriles. Se dispone también de un balneario, dos salas multiusos, una sala de fitness y cinco vestuarios. Las oficinas de departamento de deportes de Aldaia están situadas en el primer piso de la piscina cubierta, donde también se dispone de gradas enfocadas hacia la piscina.

Imagen 4. Imagen piscina cubierta.



Fuente: Página web Ayuntamiento de Aldaia.

- **Pistas de pádel.** Las instalaciones deportivas disponen de 3 pistas de pádel de reciente construcción. Estas pistas proporcionan numerosos ingresos debido a la gran demanda de este deporte.

Imagen 5. Pista de pádel.



Fuente: Página web Ayuntamiento de Aldaia.

- **Frontón y pistas de tenis.** Las instalaciones deportivas disponen de dos pistas de frontón y dos pistas de tenis de uso, tanto para los usuarios como para los clubes deportivos. Las pistas, actualmente, están recién rehabilitadas.

Imagen 6. Pistas de frontón y pistas de tenis.



Fuente: Google Earth.

- **Campo de fútbol.** Está situado enfrente del pabellón deportivo. Es un campo de fútbol 11 que se puede partir para convertirse en dos campos de fútbol 7. Suelen utilizarlo los clubes deportivos, pero también puede ser alquilado cuando está libre de uso.

Imagen 7. Campo de fútbol.



Fuente: Página web Ayuntamiento de Aldaia.

2.3 Oferta actual de servicios en las instalaciones deportivas

La programación 2013-2014 de actividades de las instalaciones pretende estimular la práctica de deporte a cualquier nivel generacional, puesto que de esta forma se contribuye a crear hábitos de vida saludable. El Ayuntamiento de Aldaia quiere reforzar estos hábitos esforzándose en mantener y ampliar la oferta y calidad de sus actividades para poder satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

2.3.1 Información general

- **Procedimiento de inscripción.** Las inscripciones se realizarán personalmente en las oficinas de las instalaciones y en horario de atención al público. Se podrán realizar un máximo de 3 inscripciones por persona.
- **Sistema de renovación.** Por medio de domiciliación bancaria para las actividades de curso trimestral. Este sistema tiene la ventaja de que no es necesario acudir periódicamente a entregar el recibo de pago y se mantiene la plaza adquirida mientras no se firme la baja de la domiciliación. Por su parte el usuario tendrá la obligación de comunicar por escrito cualquier tipo de modificación o cancelación respecto a su domiciliación 20 días antes del trámite de cargo a su cuenta.
- **Bonificaciones.** Sobre la tarifa se aplicará un 25% de descuento para: A1) Personas empadronadas en Aldaia; A2) Aquellas personas que, no cumpliendo el requisito anterior reúnan alguna de las siguientes circunstancias: ser miembro de familia numerosa o disponer de carnet Joven, o aquellas personas que tengan reconocido una minusvalía igual o superior al 65%.
- **Cancelaciones.** Las instalaciones podrán modificar, en alguna ocasión, los horarios de los programas para la realización de competiciones, campeonatos, jornadas especiales, etc, garantizando que se cumplirán con los mínimos de clases ofertadas. La organización se reserva el derecho de anular los cursos y las actividades que no superen el 70% de las clases ofertadas.
- **Tarjeta de usuario.** Inscribiéndose en cualquier actividad, le será emitida una tarjeta de usuario, para este asunto se le solicitarán los datos personales que quedarán custodiados por el Ayuntamiento de Aldaia conforme a la Ley 15/99 de

protección de datos de carácter personal. La tarjeta de usuario es de uso obligatorio para el acceso a las instalaciones, teniendo que utilizarse en el acceso que así lo requiera. La pérdida de la tarjeta tendrá que ser comunicada de inmediato en las oficinas de las instalaciones para su cancelación y entrega de la nueva tarjeta.

2.3.2 Oferta de actividades

La programación de actividades de las instalaciones deportivas de Aldaia se compone de la siguiente oferta:

Tabla 1. Oferta de clases colectivas.

Actividad	Precio y Frecuencia
Total Training	- 54,40€ tres días a la semana - 39,10€ dos días a la semana
GAP	- 39,10€ dos días a la semana
AeroGAP	- 39,10€ dos días a la semana
AeroStep	- 54,40€ tres días a la semana - 39,10€ dos días a la semana
Latin Dance	- 39,10€ dos días a la semana
Spin Bike	- 69,90€ tres días a la semana - 54,40€ dos días a la semana
Pilates	- 54,40 dos días a la semana
Pilates dinamico	- 54,40 dos días a la semana
Tenis Adultos	- 54,40 dos días a la semana
Bailes de salón	- 39,10€ un día a la semana
Mantenimiento 3ª edad	- 6,40€ dos días a la semana
Bailes latinos	- 39,10€ un día a la semana
Yoga – Tai chi	- 54,40€ dos días a la semana
Danzas orientales	- 54,40€ dos días a la semana

Fuente: Elaboración propia a partir de los folletos de la programación de las instalaciones.

Tabla 2. Oferta de escuelas deportivas.

Actividad	Precio y Frecuencia
Tenis infantil	- 27,20€ dos días a la semana - 19,60€ un día a la semana
Xiquiritme	- 21,70€ dos días a la semana
Total training joven	- 21,70€ dos días a la semana
Gimnasia rítmica	- 21,70€ dos días a la semana
Aerobic infantil	- 21,70€ dos días a la semana
Estilos	- 21,70€ dos días a la semana
Duatlón joven	- 57,42€ dos días a la semana
Multideporte	- 27,20€ dos días a la semana

Fuente: Elaboración propia a partir de los folletos de programación de las instalaciones.

Tabla 3. Oferta de actividades acuáticas.

Actividad	Precio y Frecuencia
Bebés (6 a 36 meses)	- 74€ dos días a la semana - 37,10€ un día a la semana
Delfines (3 a 7 años)	- 90€ dos días a la semana - 45,10€ un día a la semana
Niños (8 a 14 años)	- 83,10€ dos días a la semana - 41,60€ un día a la semana
Adultos	- 90€ dos días a la semana - 45,10€ un día a la semana
3ª edad	- 47,50€ dos días a la semana
Pre-post parto	- 90€ dos días a la semana
Terapéutica	- 98,40€ dos días a la semana
Aquagym	- 90€ dos días a la semana - 45,10€ un día a la semana
Escuela de natación	- 55,90€ dos días a la semana

	- 83,85€ tres días a la semana
Natación adaptada	- En función de la demanda

Fuente: Elaboración propia a partir de los folletos de programación de las instalaciones.

Tabla 4. Oferta de actividades libres.

Actividad	Precio
Sala fitness	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada libre 3,50€ - Entrada piscina + fitness 5,60€ - Bono mensual 30€ - Bono trimestral 81€ - Bono anual piscina +fitness 296,40€
Baños libres	<ul style="list-style-type: none"> - Entrada libre 3,50€ - Bono 10 baños 28,30€ - Bono 20 baños 46,70€ - Bono personal de temporada 141,20€ - Bono familiar de temporada 2-3 personas 232,90€ - Bono familiar de temporada 4 personas o más 296,40€

Fuente: Elaboración propia a partir de los folletos de programación de las instalaciones.

Tabla 5. Oferta de alquiler de pistas.

Pista	Precio
Frontón	<ul style="list-style-type: none"> - 1 hora sin luz 5,50€ - 1 hora con luz 7,50€
Tenis	- Con luz 6€

	- Sin luz 4€
Campo de fútbol 11	- Sin luz 65€ - Con luz 95€
Campo de fútbol 7	- Con luz 50€ - Sin luz 32€
Pádel (1 hora)	- Con luz 9,50 - Sin luz 7€
Pádel (1:30 horas)	- Con luz 14€ - Sin luz 10€

Fuente: Elaboración propia a partir de los folletos de programación de las instalaciones.

2.3.4 Comparativa de la oferta de actividades

En los siguientes cuadros se muestran los servicios que actualmente se ofertan en las instalaciones deportivas de Aldaia y se comparan con la oferta de pueblos cercanos de similar tamaño, ya que en el caso de que en las instalaciones que estamos analizando se ofertara algún servicio que no se oferte en las instalaciones de los municipios cercanos, la población de este municipio se convertirían en posibles usuarios, y lo mismo pasaría pero al contrario en el caso de que municipios cercanos ofertaran servicios de los que no se dispone oferta en las instalaciones objeto de estudio.

Tabla 6. Comparación actividades en seco.

Actividades en seco	Aldaia	Alacuás	Xirivella	Quart de Poblet	Manises
Total training	X				
Gimnasia de mantenimiento		X		X	
Aerobic	X	X	X		X
Aerobic infantil	X	X	X		X
GAP	X				X

ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DEL MUNICIPIO DE ALDAIA Y PROPUESTAS DE MEJORA

AeorGAP	X				
Mantenimiento 3ª edad	X	X	X	X	
Actividad física para adultos	X				
Yoga	X	X			
Pilates	X	X	X		X
Pilates dinamico	X				
Tai-Chi	X				X
Spinning	X				
Zumba					
Combat evolution					
Bailes latinos	X				
Tenis adultos	X		X		
Combinada		X			
Batuka		X			
Judo niños		X			
Programa de actividad física y salud		X			
Bailes de salón	X				
Multideporte	X		X		
Gimnasia rítmica	X		X		
Karate			X		
Pádel	X		X		
Bailes modernos			X		
Baile de salón	X				
Atletismo			X		
Baloncesto			X		
Fútbol sala			X		
Fútbol 7	X	X	X	X	X
Pilota valenciana			X		
Kung fu			X		
Musculación	X	X		X	
Ciclismo indoor					X

ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DEL MUNICIPIO DE ALDAIA Y PROPUESTAS DE MEJORA

Fit box		X
Aero power		X
Bailoterapia		X
Step		X
AeroStep	X	
Duatlón Joven	X	
Multideporte	X	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. Comparación actividades acuáticas.

Actividades de agua	Aldaia	Alacuás	Xirivella	Quart de poblet	Manises
Bebés	X	X	X	X	X
Delfines	X	X	X	X	X
Niños	X	X	X	X	X
Adultos	X	X	X	X	X
3ª edad	X	X	X	X	X
Terapéutica	X				X
Correctiva	X	X			
Aquagym	X	X	X	X	X
Pre y post parto	X	X			
Escuela natación	X				
Hidroterapia		X			
Adaptada	X	X		X	
Natación para desviación de columna		X		X	
Natación escolar		X			
Natación especial fisioterapéutica		X			

Natación para discapacitados		X	
Aeróbic acuático		X	X
Hidrofobia			X

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Comparación instalaciones.

Instalaciones deportivas	Aldaia	Alacuás	Xirivella	Quart poble	de Manises
Frontón	X	X	X		X
Tenis	X	X	X		X
Pádel	X	X	X		X
Fútbol 11	X	X	X	X	X
Fútbol 7	X	X	X	X	X
Galotxa	X		X		
Pista de Baloncesto	X	X	X	X	
Pista fútbol sala	X	X	X		X
Sala polivalente	X		X		
Fútbol 5					X
Atletismo		X			

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la anterior comparativa, las instalaciones que más servicios oferta son las del municipio de Aldaia, seguidas de las instalaciones de Alacuás y Xirivella. Este indicador hace que las instalaciones deportivas de Aldaia tengan una capacidad de atracción de usuarios mayor que las de los pueblos cercanos de similar tamaño.

No obstante, las instalaciones deportivas de Alacuás disponen de una mayor oferta en actividades acuáticas, lo cual puede hacer que los ciudadanos

de Aldaia se conviertan en posibles usuarios de estas actividades al no ser ofertadas por las instalaciones municipales.

Para no perder usuarios o incluso aumentar el número de éstos, las instalaciones deportivas de Aldaia deben tener en cuenta todas las actividades que se ofertan en los municipios cercanos y que actualmente no se ofertan en sus instalaciones, para que en la medida de lo posible, sean incorporadas en su oferta de actividades.

2.4 Análisis D.A.F.O. de las instalaciones

Es muy importante realizar un diagnóstico de nuestra organización y el análisis DAFO es el método más sencillo y eficaz que nos permite ver en qué estado se encuentra. Nos ayudará a plantear las acciones que deberíamos poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas y a preparar a nuestra organización contra las amenazas teniendo conciencia de nuestras debilidades y fortalezas.

El principal objetivo de un análisis DAFO es ayudar a una organización a encontrar sus factores estratégicos críticos, para una vez identificados, usarlos y apoyarse en ellos: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades, y eliminando o reduciendo las amenazas.

Análisis interno:

- Fortalezas
 - Localización de la organización.
 - Gran oferta de actividades.

- Instalaciones completas donde realizar una gran variedad de actividades.
- Precios de las actividades ligeramente más económicos que los ofertados por los municipios colindantes.
- Gran número de usuarios de las instalaciones, y la tendencia va en aumento.
- Implantación de actividades paralelamente con las tendencias de mercado.

- Debilidades

- Dificultad de aparcamiento de la zona y no disponer de aparcamiento privado para usuarios.
- Antigüedad de algunas instalaciones.
- Dificultades para ampliación de instalaciones por falta de espacio.
- Pérdida de usuarios en los meses de verano.
- Los clubs privados que utilizan las instalaciones provocan pérdidas.
- Necesidad de acondicionar las instalaciones para la realización normal de la práctica deportiva.

Análisis externo

- Oportunidades

- Capacidad de promover el deporte en cualquier evento deportivo que se celebre en el municipio
- Aumentar el número de usuarios en edades en que la demanda es menor ofertando actividades para este

segmento.

- Promoción en soporte informático con el fin de que llegue a más posibles usuarios.
- Aprovechar el momento actual donde se ha producido un gran aumento de población que ha empezado a practicar deporte.
- Anticiparse en la oferta de nuevos deportes que empiezan a ponerse de moda.

- Amenazas

- Datos socio-demográficos de la población mayoritariamente adulta con tendencia al envejecimiento.
- La realización de actividades a coste 0 (ej: running).
- La cantidad de campus que se realizan en verano necesitan un mantenimiento que no se amortiza.
- Guerra de precios con las instalaciones de los municipios colindantes.
- Actividades de moda ofertadas por centros privados.

2.5 Marco legislativo

El presente epígrafe pretende encuadrar el trabajo dentro de un marco legislativo por el cual se rige la normativa de las instalaciones. Por un lado tenemos el Real Decreto 951/2005, el cual nos sirve como referencia en cuanto a la calidad y la eficiencia de los servicios prestados por las distintas administraciones públicas; por otro lado tenemos la Ley 2/2011, donde se crea un marco legislativo municipal que rige la práctica deportiva en la Comunidad Valenciana.

2.5.1 Real Decreto 951/2005, de 29 de julio, por el que se establece el marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado

La Administración General del Estado ha venido desplegando durante los últimos años un plan de calidad con el objetivo de perseguir, mediante la introducción de la cultura y los instrumentos de la gestión de calidad, unas organizaciones públicas eficientes, comprometidas y prestadoras de servicios de calidad. Si bien el balance de este período indica que los diversos órganos y organismos de la Administración General del Estado han experimentado una evolución globalmente aceptable en su funcionamiento interno y en su relación con los usuarios de los servicios, el desenvolvimiento social, cultural y administrativo, junto con las enseñanzas adquiridas durante estos últimos años, justifican la oportunidad de profundizar en las medidas ya implantadas y abordar otras nuevas desde una perspectiva integral que redunden en el mejor funcionamiento de la Administración General del Estado y, por ende, en el incremento de la calidad de los servicios ofrecidos a los ciudadanos. Por otro lado, la importancia estratégica que la agenda del Gobierno concede a la cultura de la evaluación y de la gestión de calidad se manifiesta claramente en el proyecto de próxima creación de la Agencia Estatal de Evaluación de las Políticas Públicas y la Calidad de los Servicios.

El objeto de este real decreto se refiere al diseño de un marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado que permite integrar de forma coordinada y sinérgica una serie de programas básicos para mejorar continuamente los servicios, mediante la participación de los distintos actores interesados: decisores políticos y órganos superiores, gestores y sociedad civil.

El concepto de calidad que se prevé en este real decreto tiene sus raíces en los principios recogidos en los artículos 3 y 4 de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado. Esta ley, en el capítulo I de su título II, asigna a los órganos superiores y directivos de los ministerios competencias y funciones esenciales para el desarrollo efectivo de dichos principios. En consecuencia, tanto el propio

concepto de calidad como el ordenamiento jurídico subrayan el imprescindible compromiso al máximo nivel de los órganos superiores y directivos para el impulso, desarrollo, seguimiento y control de los programas que se regulan en este real decreto.

El texto de este real decreto se estructura en nueve capítulos, cinco disposiciones adicionales, una transitoria, una derogatoria y dos finales, que recogen de manera ordenada los distintos aspectos que se ha considerado necesario regular con una norma de este rango. Por una parte, se trata de que los órganos y organismos de la Administración General del Estado cuenten con un marco normativo homogéneo para desarrollar los programas de calidad. Por otra, se pretende que los usuarios de los servicios y los ciudadanos en general dispongan de elementos para intervenir más activamente en la mejora de la Administración.

En los capítulos II a VII se integran los seis programas que utiliza la Administración General del Estado para impulsar la mejora continua de los servicios públicos. Cuatro de ellos constituyen una reformulación de los ya existentes e introducen significativas mejoras respecto a la situación anterior, estos cuatro programas son:

- Programa de cartas de servicios.
- Programa de quejas y sugerencias.
- Programa de evaluación de la calidad de las organizaciones.
- Programa de reconocimiento.

Los otros dos programas que representan una importante innovación son:

- Programa de análisis de la demanda y de evaluación de la satisfacción de los usuarios de los servicios.
- Programa del Observatorio de la calidad de los servicios públicos.

Para el desarrollo de los programas de calidad citados anteriormente, se han elaborado unas guías correspondientes a cada programa con instrucciones operativas y criterios metodológicos para la correcta aplicación de los programas y el desarrollo del Real Decreto 951/2005.

2.5.2 LEY 2/2011, de 22 de marzo, de la Generalitat, del Deporte y la Actividad Física de la Comunitat Valenciana

En cuanto al marco legislativo municipal que rige la práctica deportiva y la actividad física, tanto en competencias públicas como privadas, de la Comunidad Valenciana, nos encontramos con la Ley 2/2011, aprobada el 22 de marzo.

Una administración moderna, basada en modelos de calidad y excelencia en los servicios al ciudadano, requiere de estructuras, procedimientos, personal y medios adecuados. El objetivo de acercar al máximo los servicios al ciudadano hace deseable una evolución de las estructuras administrativas, en búsqueda de la agilidad y optimización de los recursos, medios y servicios disponibles. Con este objeto se creó el Consell Valencià de l'Esport, como una entidad de derecho público y capacidad autónoma de gestión, con estructura autonómica y sus correspondientes delegaciones territoriales a nivel provincial en el ámbito de la Generalitat. Mediante la nueva ley se dota al mismo de importantes herramientas de gestión, como la Escola de l'Esport de la Generalitat y la Inspección Deportiva, para que se conviertan en verdaderos referentes de formación, investigación y desarrollo, así como del control y tutela de infraestructuras, actividades, competiciones, gestión profesional, deportistas y usuarios, y demás servicios que la administración autonómica califique como de carácter deportivo.

Se hace preciso regular y ordenar las diferentes competencias públicas y privadas en materia de deporte y actividad física, estableciendo los mecanismos necesarios para aunar y coordinar todos los esfuerzos y acciones de los diversos estamentos hacia un objetivo general que pretende reflejar la normativa legal estatal y autonómica: promocionar el deporte y la actividad física, garantizando el derecho de todos los ciudadanos a su conocimiento y práctica, adaptándola a sus necesidades y expectativas en adecuadas condiciones de salud, seguridad e higiene. Se regula el Consell Assessor de l'Esport, cuya finalidad, entre otras, será velar porque los esfuerzos y actuaciones de los distintos estamentos vayan encaminados a la consecución

de los objetivos que, con carácter general, se han fijado, de forma que la política deportiva de la Generalitat gane en eficacia con la participación de los agentes sociales del deporte.

En base a los planteamientos previos, en el Consell Valencià de l'Esport confluirán todas aquellas competencias relacionadas con el deporte y la actividad física que, hasta el momento, vienen asumiendo otras administraciones u órganos de la administración, y que afectan a sectores como el turismo, la salud e higiene, la ecología y el medio natural, el uso de las instalaciones deportivas de centros docentes, debiendo establecerse mecanismos de coordinación y colaboración precisos entre los organismos interesados, dada la transversalidad de esta ley.

La presente Ley tiene como objeto promocionar, regular y coordinar el deporte y la actividad física en el ámbito de las competencias de la Generalitat Valenciana.

El título I establece los principios rectores y líneas generales de actuación de la Generalitat en materia deportiva.

En el título II se delimitan las competencias de las distintas administraciones en materia de deporte y actividad física, con la inequívoca voluntad de evitar interferencias y superposición de acciones, auspiciando la adecuada coordinación interinstitucional y disponibilidad de medios dirigidos a la consecución de objetivos comunes. El Consell Valencià de l'Esport se configura como el órgano principal de gestión de la política deportiva de la Generalitat, siendo órganos adscritos al mismo el Consell Assessor de l'Esport, como expresión de participación y consulta social, el Tribunal del Deporte de la Comunitat Valenciana, exponente de la aplicación de la potestad disciplinaria y de la resolución de conflictos, y la Junta de Mediación y Arbitraje Deportivo de la Comunitat Valenciana, estamento que garantiza la mediación y el arbitraje como primer y principal medio de solución de los conflictos en el ámbito del deporte.

El título III constituye el punto de partida y la razón de ser de esta ley. El ciudadano, como verdadero protagonista, tanto como sujeto principal de la

práctica deportiva, como en funciones de organizador, responsable o profesional de la actividad física, es el centro de atención y protección de la presente norma legal. Se presta especial atención a la diversidad en la práctica deportiva, en sus diferentes manifestaciones y objetivos, recogiendo la casuística particular de cada uno de estos supuestos. Un amplio tratamiento de modalidades deportivas regladas y de actividades físicas que merece todo un catálogo de medidas de protección y apoyo a los deportistas. Especial mención debe hacerse de la Tarjeta del Deportista, como documento identificativo de la condición de deportista, y de la Carta de Derechos del Deportista.

El título IV regula, en concordancia con el título anterior, el deporte y la actividad física en todas sus vertientes, distinguiendo su práctica en las diferentes etapas y categorías de crecimiento y formación. En este título se encuentra una de las novedades más ambiciosas de la ley: la Escola de l'Esport de la Generalitat, centro de referencia en la formación técnico-deportiva de la Comunitat Valenciana.

En la regulación de las entidades deportivas, recogidas en el título V, aunque no hay grandes novedades en cuanto a las figuras asociativas, es en cambio muy necesaria su adaptación a la normativa comunitaria, concretamente a la directiva europea de servicios, Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, y a la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, de Libre Acceso a las Actividades de Servicios y su Ejercicio, que traspone al ordenamiento jurídico español la citada Directiva, además de considerarse conveniente seguir, de acuerdo con el régimen asociativo establecido en la legislación estatal y autonómica, el sentido de simplificación y accesibilidad en los requisitos para la constitución de asociaciones deportivas.

Las instalaciones deportivas son el objeto del título VI de la ley. Dos son los pilares sobre los que descansa este título: el Plan director de Instalaciones Deportivas, como medio de planificación en la construcción de instalaciones adaptado a las necesidades actuales, y el Censo de Instalaciones Deportivas, como instrumento de desarrollo de la política del Consell Valencià de l'Esport en materia de instalaciones. De acuerdo con el sentido general de esta ley, se

proponen medidas de protección al usuario de instalaciones deportivas, la eliminación de barreras arquitectónicas, las medidas higiénico-sanitarias, la seguridad en el uso de instalaciones y equipamientos deportivos, los seguros de responsabilidad civil, además de los permisos y licencias de obra, apertura y actividad, que son exigencias de obligado cumplimiento. El uso de las instalaciones deportivas de centros docentes públicos fuera del horario escolar y la consideración del medio natural como lugar accesible para la práctica deportiva son también importantes retos a tener en cuenta.

Uno de los instrumentos de actuación de la administración deportiva más necesarios y demandados por parte de la sociedad deportiva en general es la inspección deportiva, y su importancia justifica el destacado tratamiento dado a la misma en el título VII de la ley. Se concibe como un mecanismo de control y exigencia en el cumplimiento de la normativa en materia de deporte, garantizando a través de la misma la defensa y protección de todos los agentes sociales. Se pretende tutelar y proteger al ciudadano con un servicio tan necesario como reivindicado desde todos los estamentos del deporte. Deportistas, técnicos, entrenadores, responsables y organizadores, profesionales, usuarios de instalaciones de uso público, federaciones y otras entidades deportivas serán los beneficiarios directos de este servicio, que actuará en colaboración con otros organismos y administraciones competentes.

Finalmente, el título VIII de la ley se dedica a la jurisdicción deportiva. Cabe hacer especial mención en este apartado al Tribunal del Deporte y a la Junta de Mediación y Arbitraje Deportivo, siendo este último órgano otra de las novedades de la ley creado con la pretensión de dar solución a conflictos deportivos que no afecten estrictamente a la disciplina deportiva, bien a través de la mediación, bien a través del arbitraje.

CAPÍTULO 3. Marco teórico

3.1 Buenas prácticas en instalaciones deportivas

A través de la *Federación Española de Municipios y Provincias* se ha editado un manual de buenas prácticas en instalaciones deportivas encaminado a la mejora de la gestión y la planificación de las instalaciones deportivas.

La necesidad de realizar un seguimiento continuo y detallado del nivel de satisfacción de las personas que utilizan los servicios deportivos constituye un elemento importante para la gestión de cualquier organización que pretenda ajustar su oferta a la demanda existente.

Los usuarios son los principales protagonistas en la prestación de un servicio deportivo y constituyen el fin último en los objetivos de la organización. Éstos son cada vez más exigentes, y demandan no sólo tener acceso a la actividad física y deportiva, sino que la prestación por parte de las organizaciones se desarrolle de una manera eficaz y que desde el punto de vista del usuario se traduzca en un servicio de calidad.

3.1.1 Actuaciones y normas básicas para el desarrollo de las buenas prácticas

Todos los sistemas que se orienten hacia la calidad en una organización deportiva constan básicamente de dos partes:

- La definición de los procesos de prestación de servicios deportivos, así como las responsabilidades y funciones de todo el personal.
- La gestión de los recursos disponibles para la correcta realización de dichos procesos, tanto los económicos, como los materiales y humanos.

Una de las claves del éxito se encuentra en la posibilidad de establecer mecanismos que aseguren la calidad en la prestación de servicios en una instalación deportiva, pudiendo adecuar los recursos para poder obtener la satisfacción de los usuarios. A continuación se plantean una serie de criterios básicos para que la atención del usuario resulte satisfactoria:

- Tratar de conocer al usuario de una manera amable.
- Mostrar interés por atender sus necesidades.
- Asesorar al usuario de manera correcta y utilizando un lenguaje comprensible.
- Cortesía y competencia en la prestación del servicio.
- Ofrecer un trato personalizado.
- Velocidad de respuesta a la necesidad del usuario.
- Minimizar en lo que sea posible los tiempos de espera.
- Postservicio: evaluación de la experiencia del usuario.

3.1.2 Gestión de los recursos humanos

Los recursos humanos constituyen el elemento más determinante para ofrecer un servicio de calidad durante la prestación de un servicio deportivo. El trato, la eficacia y la profesionalidad del personal del servicio deportivo constituyen aspectos necesarios para percibir su calidad, puesto que muchas veces la valoración de los usuarios se basa en las actitudes y conductas del personal con el que trata.

La formación del personal ayudará a lograr equipos motivados e implicados. Con esta formación se debe capacitar a los trabajadores y se deberán impulsar acciones básicas como:

- Tratar de mejorar el clima laboral.
- Lograr la identificación de los trabajadores con la instalación.
- Mejorar la comunicación interna.
- Desarrollar estrategias que favorezcan la motivación de los trabajadores.
- Potenciar la autonomía en el puesto de trabajo.

3.1.3 Gestión del espacio de atención en las instalaciones

Para una gestión de calidad del espacio de atención que contribuya a una experiencia satisfactoria para el usuario se deben dar ciertos factores:

- Buscar condiciones ambientales favorables y confortables para el usuario.
- Adecuada señalización de toda la instalación.
- Buena comunicación de los accesos y pasillos.
- Supresión de barreras arquitectónicas en toda la instalación.
- Disponer de un horario amplio y adecuado de atención a los usuarios.
- Disponer de información que permita conocer los servicios y su uso a los usuarios.

3.1.4 Estrategias para fidelizar a los usuarios y mantener su satisfacción

A continuación se exponen dos enfoques en la gestión deportiva para la fidelización de usuarios:

- Un primer enfoque más defensivo por parte del servicio deportivo en el que se intenten reducir los posibles motivos que produzcan descontento o insatisfacción en los usuarios.
- Otro enfoque algo más ofensivo en el que, además de satisfacerlos, se intente ligarlos a la organización. Por ejemplo con el uso de carnets o abonos. Esto puede facilitar la identificación o sentimiento de pertenencia al servicio deportivo.

Independientemente del enfoque que se utilice, una fórmula para buscar una satisfacción de forma continuada en los usuarios es facilitar un sistema de atención para recoger las posibles reclamaciones o sugerencias, así como hacer un buen uso de éstas.

También se proponen acciones para fidelizar a los usuarios como realizar un buen asesoramiento y demostrar la calidad del servicio en las interacciones que se produzcan entre los usuarios y la organización. Con la utilización de un mismo servicio o actividad deportiva, generados por una satisfacción regular, el usuario construye costumbres de fidelidad que toman a menudo la forma de hábitos.

3.1.5 Ante una reclamación

El objetivo durante la prestación del servicio es la ausencia de errores, pero a los ojos del usuario no siempre es así, por lo que si demanda algún tipo de información sobre el estado de la tramitación de alguna reclamación o sugerencia se deben tener en cuenta algunos criterios básicos:

- Recibir al usuario de manera amable.
- Transmitir confianza y seguridad en el trato al usuario.
- Escuchar de manera activa para conocer el motivo de la reclamación.
- Recopilar información que permita conocer todos los aspectos del problema.
- Confirmar con el usuario que hemos comprendido el motivo de su reclamación.
- Pedir disculpas, si es necesario.
- Buscar la mejor forma para resolver el problema mediante los sistemas establecidos.
- Agradecer al usuario por colaborar con la mejora del servicio.

3.2 La satisfacción de los usuarios

De la mayoría de definiciones sobre la satisfacción de los usuarios que encontramos en la extensa bibliografía al respecto, se deduce que la satisfacción es el resultado final de todas las actividades realizadas durante la utilización o consumo de un servicio y no solo de la observación directa de

éste, además puede tomarse como un indicador por medio del cual se quiere valorar si un servicio cumple su meta principal, esto es, si ofrece servicios de calidad que satisfagan a sus usuarios. Con este planteamiento se pone de manifiesto que se juzga en términos de efectividad, para medir hasta qué punto un servicio está cumpliendo esta meta desde la perspectiva del usuario.

Al respecto, Kotler (2005), define la satisfacción del usuario como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". De la anterior definición podemos vislumbrar 3 elementos:

- El rendimiento percibido: Se refiere al desempeño que el usuario considera haber obtenido después de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el usuario "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:
 - Se determina desde el punto de vista del usuario, no de la organización.
 - Se basa en los resultados que el usuario obtiene con el producto o servicio.
 - Está basado en las percepciones del usuario, no necesariamente en la realidad.
 - Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el usuario.

- Las Expectativas: son las "esperanzas" que los usuarios tienen por conseguir algo. Las expectativas de los usuarios se producen por el efecto de una o más de estos cuatro ítems:
 - Promesas que hace la misma organización acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.

- Experiencias anteriores de consumo del servicio.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.
- Promesas que ofrecen organizaciones que prestan servicios similares.

En lo que respecta a la organización, ésta debe medir bien las expectativas que crea en los usuarios ya que si crea expectativas bajas corre peligro de no atraer a los suficientes usuarios; por el contrario si crea demasiadas expectativas los usuarios podrían sentirse decepcionados en el caso de no poder cumplir dichas expectativas.

- El grado de satisfacción: Tras haber consumido el servicio, los usuarios experimentan uno de éstos tres grados de satisfacción:
 - Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del servicio no alcanza las expectativas del usuario.
 - Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del servicio cumple con las expectativas del cliente.
 - Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del usuario.

Dependiendo el nivel de satisfacción del usuario, se puede conocer el grado de lealtad hacia la organización.

Por todo esto resulta de vital importancia que tanto los analistas de mercado, como todas las personas que trabajan en una organización como en este caso las personas que trabajan en las instalaciones deportivas de Aldaia, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del usuario, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los usuarios y en qué consiste el rendimiento percibido, para

que de esa manera, estén mejor capacitadas para apoyar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la satisfacción del usuario de las instalaciones.

3.3 Las relaciones entre las administraciones y los ciudadanos en la actualidad

Los ciudadanos contemporáneos han crecido acostumbrados a disponer de productos y servicios confeccionados para satisfacer sus necesidades. Los consumidores modernos esperan una atención de alto nivel y un servicio al cliente de calidad. Pueden comprar online, conseguir productos que les serán entregados en su puerta al día siguiente, encontrar tiendas abiertas durante las 24 horas, devolver aquellos productos con los que no están satisfechos, ver películas de pago a la carta, telefonar a un atento empleado a cualquier hora si están insatisfechos y esperar que el mercado produzca un flujo continuo de bienes y servicios nuevos e innovadores para satisfacer sus variados deseos o necesidades. En este sentido, es inevitable que los ciudadanos incrementen sus expectativas también sobre lo que las organizaciones públicas pueden y deben proporcionarles. Seguramente pensarán que merecen el mismo nivel de calidad, atención y servicio que reciben en el mercado moderno (Van Ryzin y Del Pino, 2009).

Si como consumidores, los individuos de hoy en día son más exigentes, también lo son como ciudadanos y como usuarios de servicios públicos, esto hace que los usuarios de las instalaciones deportivas no se conformen solamente con la práctica de actividades deportivas, sino que exigen un servicio de la más alta calidad.

Una vez que hemos superado definitivamente la visión del ciudadano como un simple administrado, las administraciones son conscientes de que el ciudadano de hoy tiene también derechos y que su relación con los servicios públicos, según la naturaleza de estos, puede ser definida de formas diversas.

No es lo mismo la relación de contribuyente que paga sus impuestos, o de beneficiario de una prestación social. Por ejemplo, como contribuyente que financia con sus impuestos los servicios que recibe, un ciudadano esperará que estos sean prestados de forma eficiente. Cuando esta persona desee un pasaporte, esperará que todos los detalles recogidos en su nuevo documento sean correctos y que el trámite se haya podido resolver en el menor tiempo posible. Esta compleja relación hace que, en ocasiones sea difícil reconocer las expectativas ciudadanas (Aberbach y Christensen 2005).

Además de lo citado anteriormente, hay que tener en cuenta que los servicios públicos poseen unas características propias que los diferencian de los productos, entre las que podemos citar:

- Intangibilidad: los servicios no pueden ser vistos, ni probados, ni sentidos, ni escuchados, ni gustados, antes de ser comprados.
- Complejidad: existen múltiples factores que inciden en la calidad del servicio.
- Simultaneidad: de producción y consumo.
- Heterogeneidad: se prestan servicios de diferente índole en el sector público, tales como actividades recreativas, turismo, actividades deportivas, comunicaciones, atención personal y médica, educación, transporte, etc.
- Otras: como la estacionalidad, la inseparabilidad o la caducidad.

Estas características propias de los servicios hacen que sea más complejo analizar las expectativas y las percepciones ciudadanas sobre ellos que cuando se trata de un producto. En todo caso, si una organización desea mejorar la calidad de servicio debe contar con las percepciones de los usuarios y no solamente con la opinión interna propia.

Un servicio público orientado a la excelencia, deberá en primer lugar identificar las expectativas de quienes hacen uso del mismo y compararlas con sus percepciones una vez que estas personas han utilizado el servicio. Esta valiosa información puede ser convenientemente utilizada por la organización para la mejora de ciertos atributos del servicio.

3.4 La evaluación de la gestión pública

Así como el sector privado tiene en los mercados el indicador fundamental de su actuación y situación, en el ámbito público es necesario definir instrumentos que permitan analizar la calidad, la eficacia y eficiencia, comprobando hasta qué punto las políticas, los programas que se ejecutan y los servicios que se prestan, ofrecen resultados ajustados a los objetivos previstos con el mejor rendimiento posible. Esta información es fundamental para la mejora de la acción pública.

Tradicionalmente, se acostumbra a diferenciar entre tres niveles de análisis al referirse a la calidad en el ámbito de la gestión pública (Bouckaert, 1995):

- El primer nivel se refiere a la *Macro-calidad*, que abarca el ámbito de las relaciones entre Estado y sociedad civil, concretamente, el servicio público y la ciudadanía. La evaluación en este nivel tiene como finalidad última garantizar la calidad de la democracia, entendida como la eficacia y legitimación social de la acción pública. En este ámbito, el objeto de la evaluación son las políticas públicas.
- El nivel de *Meso-calidad* hace referencia a las relaciones entre quienes producen y gestionan los servicios y quienes los reciben o utilizan. La evaluación se centra aquí en el grado de satisfacción de la ciudadanía con el fin último de contribuir a la mejora de los servicios. El

contexto de esta evaluación son las organizaciones y su relación con quienes usan sus servicios.

- Por último, el nivel de la *Micro-calidad* se refiere a las relaciones internas de la propia organización. Aquí, la evaluación constituye un diagnóstico de la gestión (estructuras, personas, procesos, prestaciones, etc.) con el fin de mejorar el funcionamiento del servicio público.

En el caso que nos ocupa el presente estudio nos vamos a centrar en el análisis a nivel de meso-calidad, ya que lo que queremos analizar son las relaciones que se producen entre las instalaciones deportivas de Aldaia y sus usuarios, para así poder conocer el grado de satisfacción de éstos.

3.5 Los dos enfoques para la definición de la Calidad de Servicio

Enfoque 1: cumplimiento de las expectativas

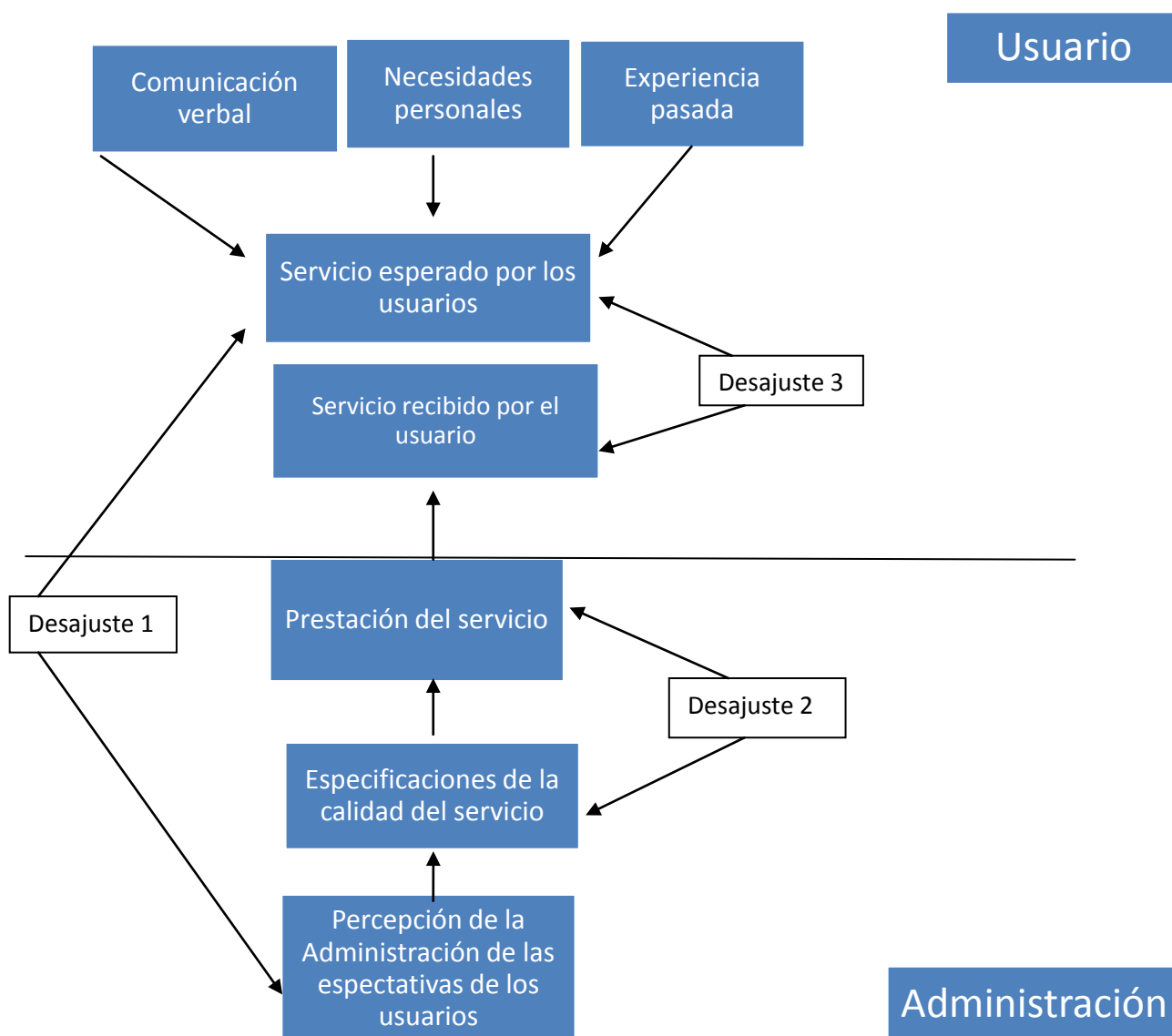
- APTITUD DE UN SERVICIO PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS USUARIOS

Enfoque 2: cumplimiento de especificaciones

- CAPACIDAD DE UN SERVICIO PARA CUMPLIR LAS ESPECIFICACIONES CON LAS QUE FUE DISEÑADO

Los dos enfoques nacen de la existencia de ciertos desajustes que se producen durante el proceso de diseño y la prestación del servicio:

Esquema 1. Modelo de desajustes.



Fuente: Elaboración propia.

El esquema anterior es una adaptación a la administración del Modelo de Desajustes de Zeithaml, Parasuraman y Berry, el cual va a ser desarrollado a continuación.

El **desajuste 1** se produce entre la percepción de la Administración sobre las expectativas del servicio y lo que realmente esperan los usuarios. Esto provoca una reacción en cadena de múltiples errores que afectan al producto o servicio y su comunicación a los usuarios desde el principio. Este desajuste suele producirse, por una parte, debido que la dirección no realizar

investigaciones de mercado que le dé información sobre las necesidades de los usuarios y, por otra parte, debido a la falta de escucha por parte de la dirección de la voz de los usuarios y empleados.

El **desajuste 2** se encuentra en la diferencia entre los planes de servicio y el servicio que realmente se ofrece al usuario. Suele estar relacionado con aspectos organizativos y de planificación dentro de la propia organización prestadora del servicio. Se produce principalmente por los siguientes motivos:

- Ambigüedad de las funciones.
- Conflicto entre las demandas de los clientes y las demandas de la Dirección.
- Un sistema deficiente de supervisión y control.
- Apoyo insuficiente de la organización al servicio prestado.

El **desajuste 3** se produce como consecuencia de los anteriores desajustes y es el que genera la insatisfacción de los usuarios, en la medida en que el servicio esperado no coincide con el recibido. Esto ocurre debido a que la satisfacción del usuario depende de forma directa del nivel de resultado o prestación del servicio. Este desajuste recoge el grado de satisfacción de los usuarios de un servicio como la relación entre la percepción que se tiene sobre el servicio y las expectativas previas de los usuarios, muchas veces guiadas por experiencias anteriores.

Este último desajuste, que se produce entre el servicio prestado por las instalaciones deportivas de Aldaia y el servicio esperado por los usuarios de las instalaciones, es la base sobre la que se asienta el presente trabajo, donde se estudia y analiza la satisfacción de los usuarios.

3.6 Identificación de las expectativas de los usuarios de servicios públicos

La satisfacción de los ciudadanos con los servicios públicos que reciben depende de que, en cada acto de prestación de un servicio, su percepción iguale o supere sus expectativas. Teniendo lo anterior en cuenta, un primer paso para el análisis de la calidad percibida de los servicios públicos es la identificación de las expectativas de los ciudadanos en torno a sus principales atributos.

La investigación existente en esta materia nos permite saber que las expectativas ciudadanas en relación con los servicios se forman a partir de: las experiencias anteriores propias y ajenas en relación con esos servicios públicos, las necesidades personales que pueden variar de individuo a individuo e incluso, como hemos visto, en función del papel diferente que desempeña un ciudadano cada vez que se relaciona con la administración.

Ahora bien, conociendo estos elementos, se puede observar que cuando un usuario consume un servicio, su percepción dependerá de una serie de aspectos, tales como la atención que recibe la calidad del producto, la limpieza del local, la organización del lugar, etc. que luego se agrupará como un todo en el pensamiento del cliente construyendo así una percepción del servicio.

Por esto, es muy importante que la dirección tenga contacto directo con el usuario, tengan claro lo que se quiere transmitir, además de la capacidad para identificar las necesidades del cliente y brindarle apoyo para que logre satisfacerlas.

Sabemos que la percepción del funcionamiento de los servicios públicos está influida por la visión que los ciudadanos tienen de los políticos, del Estado o de las propias administraciones públicas, aunque el peso de esta visión decrece conforme más concreto sea el servicio analizado.

Para conocer cuáles son las expectativas de los ciudadanos podemos utilizar diversas técnicas de investigación:

- Grupos de discusión con quienes hacen uso del servicio
- Análisis de las quejas y las sugerencias de las que disponga ya la organización
- Estudios de satisfacción
- Información proveniente de los empleados en los puntos de acceso al servicio
- Análisis de fuentes documentales, encuestas previas, diagnósticos en servicios similares, análisis documental, etc.

Muchas veces, por razones de tiempo, de presupuesto con el que contamos o la oportunidad, no es posible indagar profundamente y con antelación sobre las expectativas de los usuarios sobre el servicio a evaluar. Hoy en día existen varios modelos que han identificado los atributos de un servicio en torno a los cuales se configuran las expectativas de los ciudadanos y, por tanto, su satisfacción. Por ejemplo, el conocido modelo SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988), con el cual se puede comprobar cómo cada experiencia y percepción del servicio es particular, entonces se pueden determinar niveles generales de satisfacción mediante la recolección de información acerca de las necesidades de los clientes, la evaluación que hacen respecto a diferentes aspectos del servicio brindado y la intención de volver a contratar el mismo servicio.

En base a la consolidación de esta información se pueden identificar tendencias que indiquen posibles oportunidades de mejora del servicio, así como el impacto que pueden generar en la percepción que los usuarios tienen de este.

Para esta metodología, según Parasuraman, Zeitham y Berry (1998), los servicios poseen características especiales, las cuales son tomadas en consideración por los usuarios para formarse un juicio respecto a la calidad del mismo. Estas características son integradas en 5 dimensiones generales, las cuales se describen a continuación:

- 1) Elementos tangibles: representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el usuario está en contacto al contratar el servicio.
- 2) Fiabilidad: implica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante.
- 3) Capacidad de respuesta: representa la disposición de ayudar a los usuarios y proveerlos de un servicio rápido.
- 4) Seguridad (Garantía): son los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad de los mismos para inspirar confianza y credibilidad. En ciertos servicios, la seguridad representa el sentimiento de que el usuario está protegido en sus actividades y/o en las transacciones que realiza mediante el servicio.
- 5) Empatía: mide la atención individualizada, la facilidad de acceso a la información, la existencia de información completa y real en un lenguaje comprensible, la capacidad de escuchar y el esfuerzo por conocer y entender las necesidades de los usuarios.

3.7 Fuentes de información en el sector público

Las fuentes de información representan el conjunto de posibilidades para obtener información de interés para los decisores públicos. Para poder analizarlas de manera ordenada se ha recurrido a una de las posibles clasificaciones, la que distingue entre Fuentes Primarias y Fuentes Secundarias. Una fuente primaria se da cuando la información que se está buscando no existe y por tanto hay que generarla por primera vez, lo que equivale a disponer de una información con una gran especificidad para el objeto del estudio. Por el contrario, una fuente de información secundaria se da cuando la información que se busca ya existe. Este segundo tipo de fuente de información no suelen adaptarse al problema analizado, al menos no tanto como se adapta la información de tipo primaria; pero tienen la ventaja de ser más rápidas de obtener y menos costosas que las primarias. En cualquier caso, las fuentes de información son siempre complementarias y no sustitutivas. Por esto siempre debería empezarse un estudio haciendo acopio de la información existente sobre el tema en las fuentes secundarias y, sólo cuando no fuera suficiente, pasar a utilizar las primarias.

Entre las fuentes de información primarias se pueden destacar las encuestas, la observación directa, la experimentación y las opiniones de expertos.

Las fuentes secundarias de información en el sector público, corresponden a las obtenidas de publicaciones y estadísticas, sean realizadas por el mismo sector público o por terceras empresas especializadas.

Dado que la información que se busca para este trabajo todavía no existe, lo cual requiere un estudio altamente especializado, se necesita recurrir a las fuentes primarias para obtener la información necesaria. Para esta tarea se ha utilizado una encuesta.

3.8 Los estudios de satisfacción de los usuarios

Según la *Guía para la evaluación de la calidad de los servicios públicos (2009)*, los estudios de satisfacción de usuarios son la herramienta más utilizada para medir la percepción ciudadana sobre los servicios públicos. En los últimos años, se han incorporado a este tipo de estudios algunas preguntas que contribuyen a dar respuesta a los requisitos expresados en los modelos de Excelencia.

Este tipo de estudios se suelen estructurar en torno a unas preguntas comunes a todos los servicios públicos de cara a establecer posibles comparaciones, para posteriormente poder centrarnos en los apartados específicos concernientes a las peculiaridades de cada servicio o prestación.

Los estudios de Satisfacción tratan de obtener información sobre cómo reaccionan los ciudadanos tras recibir algún servicio, salvo en las preguntas abiertas que permiten avanzar expectativas y son muy útiles a la hora de diferenciar a los diversos tipos de usuarios. Por ejemplo, gracias a los estudios de satisfacción de usuarios llevados a cabo en numerosos servicios de atención ciudadana, se ha llegado a la conclusión de que es necesario distinguir entre los usuarios que requieren atención para resolver sus propios asuntos personales y las entidades que trabajan como intermediarias entre los usuarios y la administración, que requieren un trato diferenciado respecto a su volumen y especialización. Esta segmentación por tipologías de usuarios produce una identificación de los grupos de interés para la organización. Los resultados del estudio servirán para el análisis de la calidad de las prestaciones del servicio que se quiera evaluar.

Los inconvenientes de los estos estudios son sus elevados costes y la gran saturación, ya que el número de encuestas que se realizan a los ciudadanos es cada vez más elevado al ser estos receptores de numerosos servicios, lo que dificulta cada vez más la colaboración ciudadana en este tipo de estudios.

3.9 Planificación de los estudios de satisfacción de usuarios

Los servicios públicos ofrecen una gran variedad de respuestas a diferentes necesidades sociales, lo que se refleja en una multiplicidad de misiones, planteamientos del servicio, tipologías de usuarios y canales de prestación. La consecuencia es que, a la hora de afrontar un estudio de satisfacción, es muy importante definir los elementos que intervienen en el alcance de la medición.

En primer lugar será necesario definir la metodología que utilizaremos la cual determinará los distintos tipos de herramientas a utilizar:

- Cliente Externo (Encuesta de Satisfacción).
- Cliente Experto o Auditor (Cliente Misterioso).
- Cliente Interno (Encuesta Espejo, Encuesta Interna,...).
- Otros

Proseguiremos adaptando el tipo de estudio a la tipología de servicio público que queremos analizar, como pueden ser:

- Informativo
- Asistencial
- Tramites
- Prestacional
- Otros

Un tercer paso sería la recolección de información para poder definir el perfil de los usuarios del servicio y su segmentación en función de sus características. Es necesario para esta tarea determinar el perfil del usuario en relación al ciclo de vida del servicio, ya que no será lo mismo para un servicio de nueva prestación que para un servicio que ya lleva prestándose algún tiempo, lo que dará lugar a distintos perfiles de usuarios:

- Potenciales usuarios
- Usuarios recientes
- Usuarios actuales
- Otro tipo de usuarios

Habrá que tener en cuenta el canal de prestación del servicio, pues necesariamente influirá en la elección de la herramienta que utilizaremos en nuestro estudio. Estas son las más frecuentes:

- La encuesta personal en la propia organización
- La encuesta telefónica
- La encuesta a través de internet o mediante correo electrónico
- Otros canales

3.10 Encuestas en el sector público

Una de las fuentes de información primaria más utilizada por el sector público es sin duda la encuesta. La utilidad de las encuestas es la común a cualquier fuente de información, pero en el sector público sirve específicamente: para obtener información sobre el nivel de satisfacción de un servicio público, para plantear la posible segmentación de los ciudadanos ofreciéndoles servicios públicos diferenciados, para analizar la imagen de un servicio público y para averiguar el posicionamiento de un servicio público, es decir para mostrar la situación relativa de un servicio respecto a otros.

La encuesta es una herramienta que nos posibilita recopilar datos de una población o universo obteniendo información de un conjunto representativo (muestra) empleando un procedimiento estandarizado que consiste en realizar una serie de preguntas a cada uno de los individuos seleccionados en la muestra, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. Esta población o universo representa la totalidad de las personas

sobre las que se desea obtener información y debe estar perfectamente definido.

- Características de la encuesta

- Información específica: la encuesta nos permite obtener información primaria del momento actual, información concreta y especializada, del tema a analizar y de la población objetivo.
- Comunicación: emplea herramientas de comunicación para obtener la información.
- Cuestionario: se utiliza como instrumento básico de obtención de información un cuestionario estructurado en una serie de preguntas.
- Diseño muestral: determina estadísticamente el tamaño y la composición de la muestra o grupo de individuos a analizar.
- Técnica cuantitativa: los resultados obtenidos de la muestra representativa de individuo pueden extrapolarse estadísticamente a la población.

- Clases de encuestas

- **Encuesta personal:** En esta clase de encuesta la información se obtiene mediante un encuentro directo y personal entre el entrevistador y el entrevistado. Como ventajas podríamos decir que la encuesta personal puede realizarse a cualquier persona con independencia de su nivel personal u otras características personales, además los cuestionarios obtenidos tienen un menor número de errores debido al asesoramiento directo del entrevistador y donde el entrevistador puede obtener algunos datos por observación. Por el contrario el inconveniente que tiene es que puede resultar cara y lenta.

- **Encuesta postal:** La recogida de información se realiza mediante el envío y recogida de un cuestionario por correo. En este caso el entrevistado cumplimentará el cuestionario sin comunicación directa entre el encuestado y el entrevistador. Como ventaja podríamos decir que normalmente los cuestionarios recogidos provienen de entrevistados realmente motivados y que se eliminan cualquier distorsión provocada por el entrevistador. Por contra tiene un gran inconveniente y es que la encuesta postal tiene una tasa de respuesta muy baja.
- **Encuesta telefónica:** Es una encuesta personal que utiliza el teléfono como base de la entrevista, lo cual implica que la mayoría de la población debe disponer del mismo y que la entrevista no puede durar mucho tiempo, por lo que la cantidad de información obtenida no será demasiado abundante. Es una forma de obtener información relativamente económica, pero que debe utilizarse con prudencia pues puede proporcionar errores importantes, ya que las llamadas deben realizarse en horario laboral por lo que las contestaciones obtenidas no serán representativas.
- **Encuesta online.** Tiene la particularidad de que el ciudadano a encuestar debe disponer de ordenador y conexión a Internet. Además de no poder hacerse muy extensa, cuenta con el inconveniente de no siempre resulta fácil conseguir las direcciones de los posibles ciudadanos a entrevistar; para ello en ocasiones se recurre a un procedimiento inicial de captación. Tiene como ventaja la posibilidad de inclusión de imagen y sonido en la encuesta y el que los entrevistados pueden serlo de cualquier lugar del mundo pudiendo responder a la encuesta a cualquier hora.

CAPÍTULO 4. Metodología

4.1 Definición de objetivos

El objetivo principal del estudio es medir el grado de satisfacción de los usuarios de las instalaciones deportivas de Aldaia. Una vez definido el objetivo principal, dado que el concepto de grado de satisfacción es tremendamente amplio, debemos concretar determinados aspectos como, por ejemplo:

- Si vamos a recabar información acerca de cada una de las características del servicio en particular o tan sólo de la satisfacción global con el mismo.

En este aspecto, mediante la obtención de información de cada una de las áreas y características de la instalación, lo que se pretende es llegar a tener una opinión sobre la satisfacción de las instalaciones en su globalidad, no solo de un área específica.

- Decidir entre medir una satisfacción puntual del usuario tras una experiencia concreta o medir la satisfacción acumulada a lo largo de toda la relación entre usuario-instalación.

Respecto a esta cuestión, ya que queremos conocer el grado de satisfacción global de las instalaciones, lo que nos interesa es conocer la satisfacción acumulada de los usuarios a lo largo de un cierto periodo de tiempo, ya que de esta forma obtendremos más información en cuanto a cantidad y en cuanto a fiabilidad.

4.2 Método de medición

Para la realización de un estudio de satisfacción hay que tener en cuenta que las administraciones públicas se caracterizan por su heterogeneidad, por esta razón un primer paso en el diseño de un modelo de medición sería la definición exacta de los elementos que intervienen en el alcance de la medición. Hay que tener en consideración tanto las variables como el enfoque metodológico, los segmentos de usuarios, el canal de prestación, el tipo de servicio y el ciclo de vida del servicio.

Por todo esto, y tras haber estudiado las diferentes herramientas de obtención de información sobre la percepción de los usuarios en apartados anteriores, en el presente trabajo se va a llevar a cabo un proceso de medición directa de la satisfacción de los usuarios mediante la encuesta de personal satisfacción (cliente externo), ya que este enfoque metodológico nos permite obtener una medida objetiva de la calidad del servicio a través de la opinión de los usuarios de las instalaciones deportivas de Aldaia.

La encuesta de satisfacción tiene la particularidad de ser muy específica y totalmente adaptada al caso objeto de estudio, esto hace que sea la herramienta idónea para este tipo de estudio.

Otro elemento a tener en cuenta es el tipo de servicio, ya que el estudio debe adaptarse a las diferentes tipologías de servicios públicos existentes. En este caso en particular el servicio que se desea analizar podríamos catalogarlo como servicio prestacional.

Poder definir el perfil de los usuarios y su segmentación en función de sus características sería otro aspecto a tener en cuenta. Como se dijo en apartados anteriores es necesario determinar el perfil del usuario en relación al ciclo de vida del servicio, ya que no será lo mismo para un servicio de nueva prestación que para un servicio que ya lleva prestándose algún tiempo, lo que dará lugar a distintos perfiles de usuarios. Dado que las instalaciones

deportivas de Aldaia llevan varios años proporcionando servicio podríamos decir que el perfil de usuarios serían usuarios actuales y usuarios recientes.

El canal de prestación del estudio con el que se obtendrán los datos necesarios será personal en la propia organización.

4.3 Población objeto de estudio

Con los objetivos y la metodología del trabajo ya definidos, es preciso que determinemos sobre quiénes (población o universo) se va a recabar la información.

Esta población o universo representa la totalidad de las personas sobre las que se desea obtener información y debe estar siempre perfectamente definido, o por enumeración de todos y cada uno de sus componentes, lo que resultaría muy laborioso, o por comprensión es decir, por enumeración de las características que deben cumplir los componentes de la población; esta es la opción más comúnmente utilizada.

En el presente trabajo, la población objeto de estudio serán los usuarios actuales de las instalaciones deportivas de Aldaia, con independencia de edad, sexo, actividades en las que estén inscritos o lugar de residencia. Según datos de la propia organización, las instalaciones poseen alrededor de 1200 usuarios inscritos en alguna actividad (datos de Junio 2014).

4.4 El cuestionario

El cuestionario es la pieza clave en un proceso de medición de satisfacción, ya que es la herramienta a través de la que se recoge las variables de un estudio. El cuestionario es un documento escrito (en soporte

papel o electrónico) que guiará la interrelación entre el entrevistado y entrevistador, por lo que debe estar diseñado para que la información recogida tenga la máxima calidad posible, ya que esta información es la base sobre la que se basará el gestor público para el análisis y la toma de decisiones, como es el caso del presente trabajo.

4.4.1 DYANE versión 4

Para el diseño del cuestionario se ha utilizado el programa de diseño y análisis de encuestas DYANE versión 4. Este programa lo utilizamos en la asignatura de Marketing en el Sector Público para realizar un estudio de investigación, lo cual me motivó, junto con el apoyo de mi tutora, a volver a utilizarlo para la realización de este trabajo, ya que es un programa especializado para este tipo de estudios.

DYANE es un programa informático integral para el diseño de encuestas y análisis de datos en investigación social y de mercados. Está diseñado para facilitar el aprendizaje de las técnicas de investigación social mediante su aplicación práctica y siguiendo un proceso secuencial lógico. Dicho proceso agrupa un conjunto de tareas que se desarrollan en tres fases básicas:

1. Diseño de la investigación, con la definición de las variables del estudio y la elaboración del cuestionario.
2. Captura, grabación, edición y tratamiento de los datos.
3. Análisis de los datos, mediante técnicas estadísticas uni o multivariantes.

DYANE va más allá de los clásicos programas estadísticos de análisis de datos, está diseñado de forma modular, con menús de fácil comprensión, que permite de forma sencilla acceder a las distintas funciones de las que consta el programa. También realiza gráficos con el fin de mejorar la presentación y comprensión de los resultados.

4.4.2 Diseño del cuestionario y definición de las variables

Con la ayuda del programa se han diseñado y redactado las preguntas del cuestionario, que constituirán las variables del estudio. También se han establecido filtros o saltos condicionales en las preguntas para facilitar el proceso de administración del cuestionario y de grabación de los datos.

Se pueden definir cuatro tipos de variables:

- Las variables *texto* sirven para identificar personas, organizaciones u objetos y recoger respuestas literales a las preguntas formuladas en el cuestionario.

Imagen 8. Ejemplo de diseño de variable texto

MODIFICAR PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

Pregunta:

Número: 14 Abreviada: (máximo 8 caracteres) porque1

Tipo de variable:

Texto Categorica

Numérica Mixta (escala)

Completa: (máximo 255)

En caso de que no, indique porque:

Respuesta:

Número de caracteres (máximo 255): 60

Terminar Cancelar

Fuente: DYANE 4.

- Las variables *categoricas* indican la pertenencia a una clase o categoría, pudiendo existir o no entre ellas un orden o jerarquía.

Imagen 9. Ejemplo de diseño de variable categórica.

The screenshot shows a software window titled "MODIFICAR PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO". It is divided into several sections for configuring a question:

- Pregunta:** Includes fields for "Número" (set to 5), "Abreviada" (set to "actfuera"), and "Completa" (set to "¿Realiza actividades deportivas fuera de las instalaciones?").
- Tipo de variable:** A group box with four radio buttons: "Texto", "Categorica" (selected), "Numérica", and "Mixta (escala)".
- Respuesta:** Includes a "Multirrespuesta" checkbox, a "Número de" spinner (set to 2), and a "Copiar" dropdown menu (set to "1. entrevistas").
- Código: Significado:** A table with two rows:

Código	Significado
1	Si
2	No

At the bottom, there are "Terminar" and "Cancelar" buttons.

Fuente: DYANE 4.

- Las variables *numéricas* suponen el mayor rango estadístico de las variables y sus valores tienen un significado métrico y cuantificable.

Imagen 10. Ejemplo de diseño de variable numérica.

The screenshot shows the same software window "MODIFICAR PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO" but configured for a numerical variable:

- Pregunta:** Includes fields for "Número" (set to 39), "Abreviada" (set to "nºmiembr"), and "Completa" (set to "Nº miembros de la unidad familiar:").
- Tipo de variable:** A group box with four radio buttons: "Texto", "Categorica", "Numérica" (selected), and "Mixta (escala)".
- Respuesta:** Includes a "Número total de cifras significativas (enteros + decimales):" spinner (set to 2) and a "Multirrespuesta" checkbox.

At the bottom, there are "Terminar" and "Cancelar" buttons.

Fuente: DYANE 4.

- Las variables *mixtas* comparten características de las dos últimas: son variables categóricas con intervalos iguales, cuyo valor tienen significado métrico y a las cuales se les pueden aplicar las mismas técnicas estadísticas que a las variables numéricas.

Imagen 11. Ejemplo de diseño de variable mixta.

MODIFICAR PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

Pregunta:

Número: 2 Abreviada: (máximo 8 caracteres) frecuencia

Completa: (máximo 255)

¿Con qué frecuencia acude a las instalaciones deportivas de Aldaia?

Tipo de variable:

Texto Categórica

Numérica Mixta (escala)

Respuesta:

Número de - < > + 4 Copiar categorías de la 1. entrevistas

Código: Significado:

1	Menos de una vez a la semana
2	De 1 a 2 veces a la semana
3	De 3 a 4 veces a la semana
4	Más de 4 veces a la semana

Terminar Cancelar

Fuente: DYANE 4.

El cuestionario diseñado para el presente trabajo está formado por 3 preguntas de variable texto, 19 preguntas de variable categórica y 17 preguntas de variable mixta.

Con el programa DYANE se puede efectuar un diseño profesional del cuestionario, creando un formulario en documento MS Word, con campos de texto y tablas de doble entrada en las que se incluyen los campos de marcaje de respuestas. Estos formularios pueden ser utilizados como cuestionarios electrónicos, con lectura posterior también electrónica, o imprimirlos en papel para la realización de encuestas personales como es el caso del presente trabajo.

4.4.3 Cuestionario previo y cuestionario definitivo de la encuesta

Una vez realizado el borrador del cuestionario, hay que comprobar que se entiende por las personas a las que va dirigido y no surgen dudas al cumplimentarlo.

Por esta razón, antes de realizar la encuesta definitiva, se ha sometido al cuestionario inicial a un test previo para tener la certeza de que la encuesta nos va a permitir obtener la información para la que se ha ideado, sin defectos ni sesgos.

Antes de la realización del cuestionario previo, se llevó a cabo una reunión con la tutora del trabajo donde se comprobaron posibles errores de contenido y forma del cuestionario. Posteriormente, una vez corregidos estos errores, se acudió a las instalaciones deportivas de Aldaia, donde se realizaron 20 encuestas al azar entre los usuarios de las instalaciones, con el objetivo de detectar los posibles defectos cometidos en el proceso de diseño. Como pueden ser:

- Preguntas mal redactadas.
- Preguntas mal dirigidas, es decir, efectuadas a personas a personas que no disponen de la información suficiente para responder o quienes la tienen pero no desean facilitarla.
- Detectar olvidos importantes en las respuestas.
- Facilitar la fabulación y evaluación de las respuestas al permitir cerrar las respuestas en el cuestionario definitivo.
- Preguntas que no se entienden por parte del entrevistado.

Este test previo, además de para detectar los defectos, también resultó de gran ayuda para conocer la zona donde se iban a realizar las encuestas, conocer al personal de las instalaciones y recabar información sobre los horarios de las actividades para poder hacer un correcto trabajo de campo.

El cuestionario previo lo encabeza el propio nombre del cuestionario, junto con una breve presentación y explicación del objetivo de la encuesta, donde se hace saber al entrevistado que su opinión puede ser de gran ayuda, además de para el presente TFG, para la mejora del servicio, ya que una copia del trabajo será entregada al responsable de las instalaciones y se espera que le sea útil a la hora de tomar decisiones sobre la gestión del servicio. También se le indica al entrevistado que se trata de un estudio anónimo, por lo que no se requiere ningún dato de tipo personal.

Las preguntas del cuestionario podrían desglosarse en tres bloques para que el encuestado pueda responderlas de forma fácil y dinámica. El primer bloque de preguntas iría referido a los datos específicos y hábitos de conducta de los usuarios. En el segundo bloque de preguntas se pide que valoren mediante escalas numéricas del 1 al 10 diferentes aspectos de la prestación del servicio y el funcionamiento de las instalaciones. Y por último, en el tercer bloque se pregunta sobre los datos personales de los encuestados (edad, sexo, situación laboral, etc.). Puede encontrarse el formato del cuestionario previo en el ANEXO 1.

Tras la realización de los cuestionarios previos en las instalaciones deportivas, se procedió al análisis de los resultados, a través del cual se detectaron varios defectos, los cuales serían subsanados en el cuestionario definitivo. Veamos que errores se detectaron en el cuestionario previo y de qué forma se han solucionado:

- El primer defecto fue reconocible fácilmente ya que era esperado. Este defecto se refería la misma extensión de la encuesta. Pese a que se tenía el conocimiento de que era una encuesta extensa, se

decidió que fuera así en el cuestionario previo, de esta forma, una vez realizado, podrían detectarse de forma más rápida y correcta, que preguntas debían suprimirse, combinarse o modificarse.

- A su vez se eliminaron respuestas mediante el programa DYANE, donde se analizaron las encuestas, y se suprimieron las respuestas con porcentajes de contestación inferiores al 1%.
- Se decidió eliminar la pregunta nº 5 “¿Qué otras actividades le gustaría realizar en las instalaciones deportivas?”, ya que un gran número de encuestados no conocían la totalidad de actividades que se ofertan en las instalaciones y en la mayoría de los casos o no sabían que otra actividad les gustaría realizar o contestaban alguna actividad que ya se ofertaba.
- En la pregunta nº 3 “señale las actividades en las que está inscrito: Actividades en seco” se observó que faltaban algunas respuestas, ya que habían actividades que, pese a no estar ofertadas en el folleto de actividades, podían alquilarse espacios para su práctica, por eso se decidió aumentar el número de respuestas con Fútbol 11, Fútbol 7, Pádel y Frontón.
- Se suprimió también la pregunta nº 35 “¿Utiliza algún medio de transporte público para acudir a la instalación?”, ya que todas las respuestas fueron negativas debido a que en la mayoría de casos los encuestados vivían cerca de las instalaciones o acudían con su vehículo.
- A su vez se eliminó también la pregunta nº 37 “¿Cuánto tiempo tarda en llegar a las instalaciones deportivas?”, ya que como se ha comentado en el punto anterior, en la mayoría de casos los encuestados vivían muy próximos a las instalaciones, teniendo en cuenta que Aldaia es una población no excesivamente grande.

Esta pregunta sería de gran utilidad para unas instalaciones que estuvieran ubicadas en una gran ciudad, pero en una población donde se puede llegar a cualquier sitio andando en menos de 15 minutos, no es de gran relevancia el dato.

- En la pregunta nº 38 “Situación laboral”, se añadieron las respuestas de Estudiante y Jubilado, respuestas las cuales no se habían tenido en consideración en un principio.
- Debido a la respuesta espontanea de los encuestados en algunas preguntas con respuestas múltiples, como la pregunta nº 2 “¿Con qué frecuencia acude a las instalaciones deportivas de Aldaia?” y la pregunta nº 10 “¿Cuánto tiempo hace que participa en las actividades de las instalaciones?”, se modificaron los intervalos de las escalas para adaptarlos a las respuestas obtenidas durante el cuestionario previo.
- Debido a la necesidad de recortar la extensión del cuestionario se decidió eliminar las preguntas nº 39 “Nº de miembros de la unidad familiar” y nº 40 “¿Cuántos de estos practican deporte en estas instalaciones?”, ya que se consideró que la primera no era de especial relevancia para el estudio de satisfacción y la segunda, pese a que si se considera relevante porque indicaría fidelidad de los usuarios al haber varios familiares en la misma instalación, ya se cubriría con otras preguntas como “¿Ha recomendado a algún familiar o amigo la inscripción en alguna de las actividades de la instalación?”.
- La pregunta nº 44 “¿Ha recomendado a algún familiar o amigo la inscripción en alguna de las actividades de la instalación?”, que estaba situada al final de la encuesta, ha pasado a estar en el primer bloque de preguntas, ya que la última parte de la encuesta estaba dedicada a los datos personales del encuestado

Tras la subsanación de todos los errores y con los cambios realizados, la encuesta definitiva ya puede ser administrada a los encuestados. Una vez modificada la encuesta, pasó de tener 44 preguntas a tener 39. Aún con los cambios podría parecer que sigue siendo una encuesta algo extensa, pero la realidad es que está formada por preguntas muy claras y breves, al igual que las respuestas, lo que hace se conteste de forma rápida y dinámica, algo que los encuestados agradecen. Puede encontrarse el formato del cuestionario definitivo en el ANEXO 2.

A continuación se detalla la estructura del cuestionario final:

Tabla 9. Primer bloque de preguntas: datos específicos y hábitos de conducta.

Nº de Pregunta	Variable
1	Quien realiza el cuestionario (usuario o padres/tutores)
2	Frecuencia de asistencia a las instalaciones
3	Actividades en las que se está inscrito (actividades en seco)
4	Actividades en las que se está inscrito (actividades en piscina)
5	Práctica de actividades deportivas fuera de las instalaciones
6	Práctica de actividades deportivas fuera de las instalaciones II
7	Horario de asistencia a las instalaciones
8	Medio por el que conoció la actividad en la que está inscrito
9	Tiempo que hace que participa en actividades de la instalación
10	Objetivos que motivaron la inscripción en actividades
11	Intención de seguir en las actividades
12	Motivos para no seguir en las actividades
13	Conformidad con la duración de las clases
14	Razones de inconformidad con la duración de las clases

15	Conformidad con el nº de sesiones semanales
16	Razones de disconformidad con el nº de sesiones semanales
17	Recomendación de instalaciones

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. Segundo bloque de preguntas: valoración de la prestación del servicio y funcionamiento de instalaciones.

Nº de Pregunta	Variable
18	Oferta de actividades de la instalación
19	Horarios de las clases
20	Precio en relación al servicio
21	Información recibida sobre las actividades
22	Atención del personal
23	Procedimiento de inscripción
24	Limpieza e higiene de las instalaciones
25	Temperatura de las instalaciones cubiertas
26	Iluminación de las instalaciones cubiertas
27	Espacio de vestuarios y zona reservadas a actividades
28	Material deportivo
29	Las clases
30	Los profesores
31	Valoración global de las instalaciones
32	Presentación de reclamación o sugerencia
33	Rapidez de la contestación

34 Satisfacción con la contestación

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11. Tercer bloque de preguntas: Datos personales.

Nº de pregunta	Variable
35	Motivo de utilización de las instalaciones
36	Sexo
37	Edad
38	Estado civil
39	Situación laboral

Fuente: Elaboración propia.

4.5 La muestra

4.5.1 Selección de la muestra

La selección de la muestra es la fase del proceso por el cual se determina el método que se utilizará para elegir a los componentes de la muestra del estudio. Esta fase se realiza, generalmente, a la vez que la determinación del tamaño muestral.

La muestra puede ser seleccionada por procedimientos aleatorios o no aleatorios. En el primer supuesto, se trata de un muestreo probabilístico, mientras que en el segundo es un muestreo no probabilístico. En un muestreo probabilístico todos los elementos de la población tienen igual oportunidad de ser seleccionados para componer la muestra. En un muestreo no probabilístico, por el contrario, la selección de los componentes de la muestra se realiza, total o en parte, según criterios fijados por el investigador.

Los cuatro procedimientos básicos de muestreo probabilístico son los siguientes:

- En el muestreo aleatorio simple todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Para la utilización de este método se debería numerar a todos los miembros de una determinada población y mediante un generador de números aleatorios, se podría elegir fácilmente a los componentes de la muestra. Este sistema, aunque es el mejor para obtener una muestra representativa, es impracticable en muchos casos y a su vez es un método que puede distorsionar la realidad.
- El muestreo estratificado es aplicable cuando la población puede dividirse en clases o estratos. Por ejemplo, cuando una persona joven acude a ginecología seguramente tendrá motivos diferentes de los que tendrá una persona que acude y tiene más de 60 años. Estos grupos que contienen ciudadanos cuyo comportamiento se puede diferenciar se les denomina “estratos”. Una vez determinados los estratos, se aplica a cada uno de ellos el muestreo aleatorio simple.
- El muestreo sistemático es un procedimiento más rápido de realizar un muestreo aleatorio simple. Consiste, en primer lugar, en dividir el número total de elementos de la población por el de la muestra, con objeto de determinar cada cuantos elementos de la población hay que elegir uno para componer la muestra. Por ejemplo, si la población es de 100.000 personas y la muestra ha de ser de 2000, se tendrá que elegir una de cada 50 ($100.000/2000$). Una vez determinada esta razón, se elegirá al azar un número comprendido entre 1 y 50, siguiendo el ejemplo anterior, y si este fuera el 17, los restantes componentes se

obtendrán de forma sistemática sumando 50 sucesivamente hasta que se completara la muestra.

- En el muestreo de las rutas aleatorias o áreas se procede de forma que, el encuestador se sitúa en un punto geográfico inicial, determinando para ello por elección al azar una calle y un número dentro del estrato correspondiente del distrito municipal. A partir de este punto inicial, el encuestador empieza a desplazarse de manera zigzagueante es decir, moviéndose por las calles con un itinerario de izquierda-derecha-izquierda-derecha, etc. Cada encuestador dispone inicialmente de información acerca del punto de salida, el número de encuesta que debe hacer y el número de patio donde debe hacer cada encuesta.

La muestra también puede seleccionarse por alguno de los métodos no probabilísticos siguientes:

- El muestreo de conveniencia consiste en elegir aquellos elementos que mejor se adaptan a las conveniencias del investigador, como las personas que de modo voluntario, están dispuestas a contestar o que están más al alcance del investigador.
- En el muestreo discrecional, también denominado muestreo opinático o intencional, los elementos son elegidos a criterio del investigador sobre la base de lo que él cree que el elemento seleccionado puede contribuir al estudio.
- El muestreo por cuotas es un caso especial del anterior. La muestra se selecciona de manera que sus características se ajusten a las establecidas como de control.

La selección de la muestra realizada para la encuesta de satisfacción de las instalaciones deportivas de Aldaia ha sido efectuada en las propias instalaciones, ya que la población objeto de estudio son los usuarios de las instalaciones, y se ha realizado mediante el método de muestreo estratificado en el cual se clasifican los usuarios por edades. Estos estratos se clasifican en 4 grupos: infantil (menos de 14 años), joven (entre 14 y 17 años), adulto (entre 18 y 65 años) y sénior (más de 65 años). Según datos de la propia instalación el porcentaje aproximado de usuarios inscritos que pertenecen a cada uno de estos estratos sería el siguiente:

- Infantil: 30%
- Jóvenes: 4%
- Adultos: 56%
- Sénior: 10%

Utilizando los porcentajes de estos estratos de usuarios, se ha procedido a calcular el tamaño de la muestra para cada uno de los estratos, teniendo en cuenta que las instalaciones cuentan con, aproximadamente, 1200 usuarios.

4.5.2 Determinación del tamaño muestral

Una vez se ha construido el cuestionario inicial, se ha comprobado el mismo y se ha determinado el método de selección de la muestra, queda por calcular el tamaño de la misma. La determinación del tamaño de la muestra se cuantifica en función del presupuesto, del tiempo disponible, pero sobretodo, dependiendo del tamaño de la población y del error que se quiera admitir en los datos obtenidos. El tamaño muestral y el de la población tienen una relación directa, ya que a mayor tamaño de población mayor debe ser el tamaño de la muestra. Sin embargo la relación es inversa en el caso del error que se desea cometer, ya que si queremos cometer menos error, esto implicaría tener que aumentar el tamaño de la muestra.

En el proceso de determinación del tamaño muestral intervienen distintas variables, las cuales veremos a continuación.

Una de las variables que condicionarán el tamaño de la muestra será el tipo de muestreo elegido. Por ejemplo, un muestreo aleatorio siempre necesitará un tamaño muestral más grande que un muestreo no aleatorio.

El tamaño poblacional (N), que como ya se ha visto, cuanto mayor sea el tamaño de la población objeto de estudio, mayor deberá ser el tamaño de la muestra necesario para obtener la misma representatividad. Pero debemos tener en cuenta que esto solo sucede en poblaciones pequeñas o finitas, pues a medida que aumenta el tamaño de la población los incrementos muestrales necesarios se van reduciendo, hasta que tienden a 0. Ello ocurre con tamaños de población que estadísticamente tienden a infinito, es decir poblaciones de más de 90.000 habitantes (Rivera, 2004).

Cuando no se dispone de la varianza poblacional o cuando se pretende obtener información de más de una variable (que es lo más común) y además las variables que se utilizan son de distinta naturaleza (cuantitativas y cualitativas) se utiliza la fórmula de cálculo de la varianza para proporciones (p/q) presuponiendo la máxima dispersión ($p=q=50$), es decir, consideramos que el porcentaje de la población que posee la característica analizada (p) es del 50%, y el porcentaje de población que no posee la característica analizada (q) es también del 50%, por lo que $p+q=100\%$.

El error muestral (e) representa el error máximo admitido en los resultados, expresado en porcentaje. El error muestral se utiliza para el cálculo del intervalo de confianza de las estimaciones. Este intervalo nos indica los valores **extremos** entre los que oscilará la media o proporción poblacional con un grado de probabilidad establecido previamente. La nomenclatura (k) se refiere al nivel de confianza para el error máximo admitido; sistemáticamente se utiliza el valor $K=2$, el cual representa un nivel de confianza del 95,5%.

En el caso de que se midan valores de una variable de forma porcentual, las dos fórmulas de cálculo para determinar el tamaño muestral (n), vienen dadas por las dos fórmulas mostradas en la Tabla 12. La primera se efectúa en los supuestos en los que la encuesta se efectúe en una población o universo infinito, como hemos dicho anteriormente, más de 90.000 individuos (N>90.000), y la segunda se utilizará para supuestos donde la población o universo son finitos, es decir menos de 90.000 individuos (N≤90.000).

Tabla 12. Formulas para determinar los tamaños muestrales en el caso de valores proporcionales.

Poblaciones Infinitas	Poblaciones Finitas
$n = \frac{P * Q * K^2}{e^2}$	$n = \frac{N * P * Q * K^2}{e^2(N - 1) + P * Q * K^2}$

Fuente: Elaboración propia.

En el caso que nos ocupa el presente trabajo, para determinar el tamaño muestral de la encuesta de satisfacción de las instalaciones deportivas de Aldaia, se utilizará la fórmula para determinar el tamaño muestral de población finita, ya que la población objeto de estudio de la presente encuesta cuenta con, aproximadamente, 1200 usuarios, muy lejos de los 90.000 necesarios para considerar la población infinita. En la tabla 13 se muestra la determinación del tamaño muestral de los distintos estratos anteriormente mencionados para distintos tipos de error, lo que será de gran ayuda a la hora proceder a la elección del tamaño de la muestra, basándonos en el error que se quiere cometer y los recursos de los que se disponen.

Tabla 13. Tamaños muestrales (n) para distintos porcentajes de error, con un nivel de confianza del 95,5% (K=2) en el supuesto de N=1200 y clasificados por estratos.

Error	Tamaño de la muestra	Estratos
3%	$n = \frac{1200 * 50 * 50 * 2^2}{3^2(1200 - 1) + 50 * 50 * 2^2} = 577$	<ul style="list-style-type: none"> - Infantil (30%): 173 - Jóvenes (4%): 23 - Adultos (56%): 323 - Sénior (10%): 58

5%	$n = \frac{1200 * 50 * 50 * 2^2}{5^2(1200 - 1) + 50 * 50 * 2^2} = 300$	<ul style="list-style-type: none"> - Infantil (30%): 90 - Jóvenes (4%): 12 - Adultos (56%): 168 - Sénior (10%): 30
7%	$n = \frac{1200 * 50 * 50 * 2^2}{7^2(1200 - 1) + 50 * 50 * 2^2} = 175$	<ul style="list-style-type: none"> - Infantil (30%): 52 - Jóvenes (4%): 7 - Adultos (56%): 98 - Sénior (10%): 18
9%	$n = \frac{1200 * 50 * 50 * 2^2}{9^2(1200 - 1) + 50 * 50 * 2^2} = 112$	<ul style="list-style-type: none"> - Infantil (30%): 34 - Jóvenes (4%): 4 - Adultos (56%): 63 - Sénior (10%): 11

Fuente: Elaboración propia.

Una vez obtenidos los tamaños muestrales para los distintos porcentajes de error, se ha procedido a la elección del tamaño muestral de la encuesta que más se adapta a las necesidades y recursos disponibles para estudio. En este caso, para la encuesta de satisfacción de las instalaciones deportivas de Aldaia, se ha optado por un tamaño muestral de 175 encuestas, repartidas proporcionalmente entre los distintos estratos y con un error muestral del 7% considerado como aceptable para un TFG.

4.7 Trabajo de campo

Tras haber confeccionado el cuestionario definitivo, determinar el método por el cual se va a elegir a los componentes de la muestra y definir el tamaño de ésta, se debe proceder a la organización y realización del trabajo de campo, es decir, de la recogida efectiva de datos. El trabajo de campo es la etapa del trabajo de investigación donde los encuestadores se ponen en contacto con los

encuestados, administran los cuestionarios para recoger la información y registran los datos para su posterior procesamiento y análisis.

El primer paso realizado para efectuar el trabajo de campo fue la reunión con el responsable de las instalaciones deportivas de Aldaia. El propósito de esta reunión no fue otro que, ponerle en conocimiento sobre las fechas en las que serían realizadas las encuestas además de obtener la autorización necesaria para poder realizarlas en las instalaciones.

Una vez obtenida la autorización, se procedió a la planificación de la recogida de datos. Para esta planificación se tuvo en cuenta el horario de las diferentes actividades ofrecidas por la instalación. Con esto se pretendía obtener la opinión de usuarios de todo tipo de actividades, acudiendo a administrar los cuestionarios siempre en horas distintas al día anterior. La recogida de datos se efectuó durante un proceso de 6 semanas, de forma que se repartieron acudiendo 4 semanas en horarios de tarde y 2 semanas en horarios de mañanas, atendiendo a la cantidad de usuarios que acuden a los distintos turnos.

4.8 Ficha Técnica de la encuesta

Tabla 14. Ficha Técnica de la encuesta.

Título de la encuesta	Encuesta de satisfacción de las instalaciones deportivas del municipio de Aldaia
Objeto del estudio	Análisis del grado de satisfacción de los usuarios de las instalaciones deportivas del municipio de Aldaia
Población objeto de estudio	Usuarios de de las instalaciones deportivas de Aldaia. Aproximadamente 1200 usuarios.
Tamaño muestral	175 encuestas divididas por estratos. Infantil 52, Jóvenes 7, Adultos 98 y Sénior 18.

Error muestral	7%.
Nivel de confianza	95.5% (K=2).
Enfoque metodológico	Cliente externo (encuesta de satisfacción).
Muestreo	Aleatorio estratificado proporcional a la edad de los usuarios.
Cuestionario previo	Test de 20 encuestas.
Lugar de realización de encuesta	Instalaciones deportivas de Aldaia.
Canal	Encuesta personal administrada por el encuestador.
Fechas de realización de la encuesta	Durante los meses de junio y julio de 2014.
Encuestador	Germán Tarin Ferrandis

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 5. Resultados

Una vez grabados los datos recogidos mediante las encuestas en el programa informático, queda por realizar el paso más importante, el análisis de las opiniones recogidas respecto a los objetivos que han motivado dicha recogida, es decir, el análisis de los resultados.

La finalidad del análisis de los resultados es su transformación en información relevante para la toma de decisiones. La información debe contribuir a reducir la incertidumbre, ha de ser susceptible de influir en las

decisiones y ha de justificar su coste aunque no implique que su rentabilidad deba medirse únicamente en términos económicos.

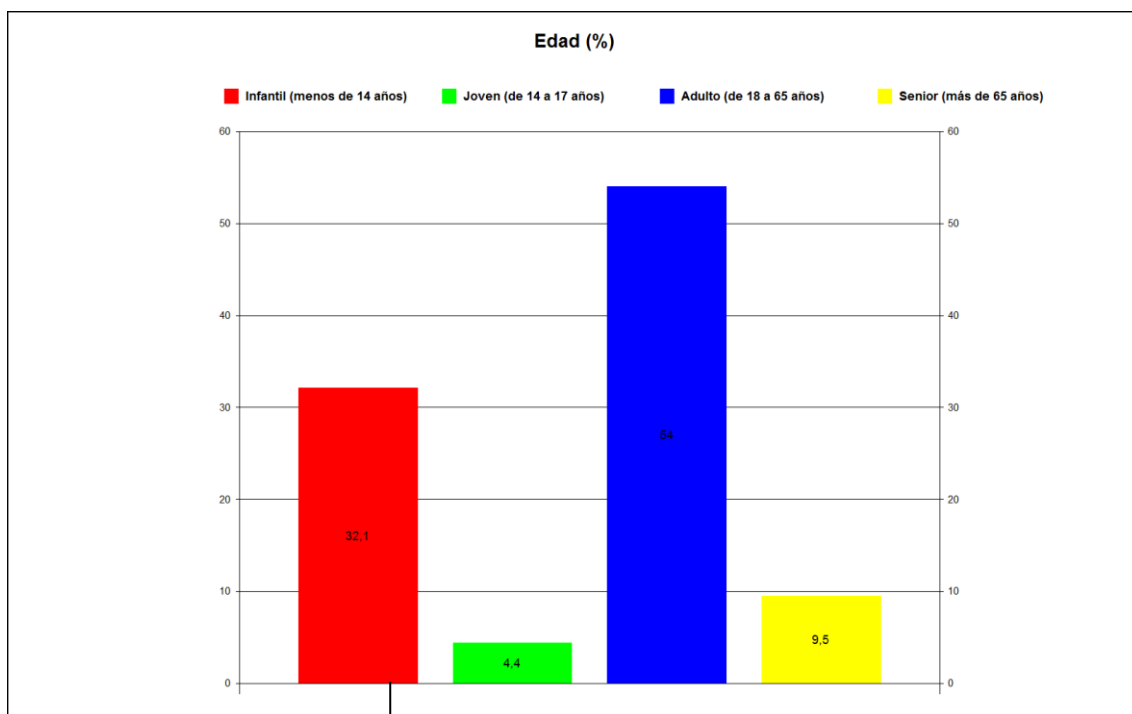
Para la realización del análisis de los resultados han sido empleadas un conjunto de técnicas estadísticas comprendidas en el programa DYANE 4. Se han utilizado técnicas univariantes y bivariantes, las primeras son las que estudian la medida y el comportamiento de una sola variable como pueden ser las estadísticas básicas o tabulaciones simples; mientras que las técnicas bivariantes estudian la relación entre dos o más variables, como son las tabulaciones cruzadas o tabulación de valores medios entre otras.

5.1 Perfil y hábitos de los usuarios

A continuación se presentan los resultados de la encuesta de satisfacción de las instalaciones deportivas del municipio de Aldaia. Dichos resultados han sido obtenidos a través de 175 encuestas realizadas entre los meses de junio y julio en las propias instalaciones deportivas. Estaba previsto que estas 175 encuestas se repartieran entre los cuatro estratos definidos anteriormente, de forma que quedarán aproximadamente de la siguiente manera: Infantil 30%, Jóvenes 4%, Adultos 56% y Sénior 10%.

Una vez realizadas las encuestas, la estratificación ha quedado de la siguiente manera:

Gráfica 1. Edad de los encuestados.

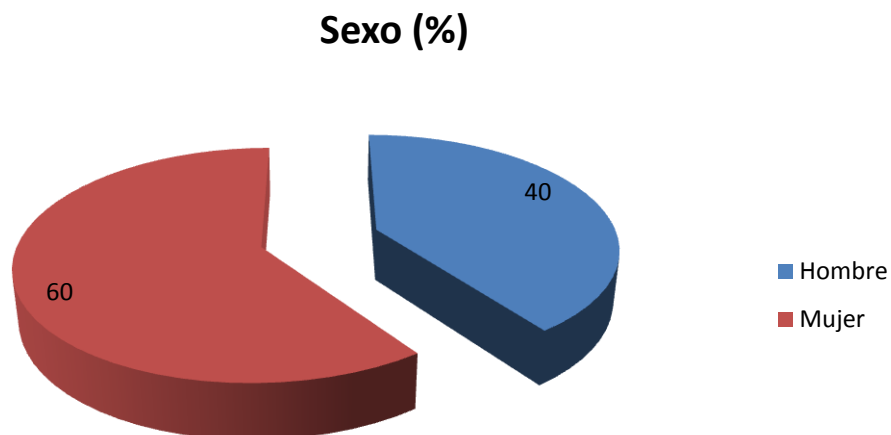


Las encuestas realizadas a la población menor de 14 años fueron contestadas por sus padres, tutores o acompañantes habituales.

Fuente: Elaboración propia.

Como puede apreciarse en la gráfica, la encuesta la han respondido, en un 32,1% menores de 14 años; en un 4,4% jóvenes entre 14 y 17 años; en un 54% adultos entre 18 y 65 años y en un 9,5%, mayores de 65 años.

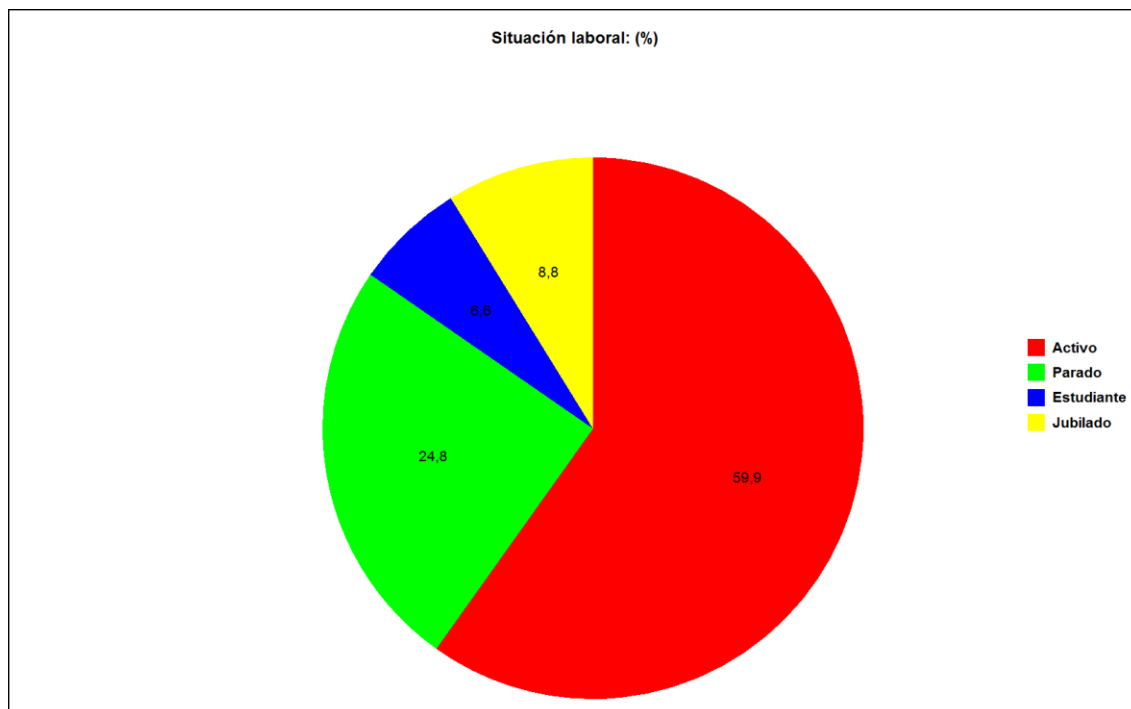
Gráfica 2. Sexo.



Fuente: Elaboración propia.

Según refleja la gráfica anterior, un 40% de los encuestados fueron hombres, mientras que el 60% restante fueron mujeres.

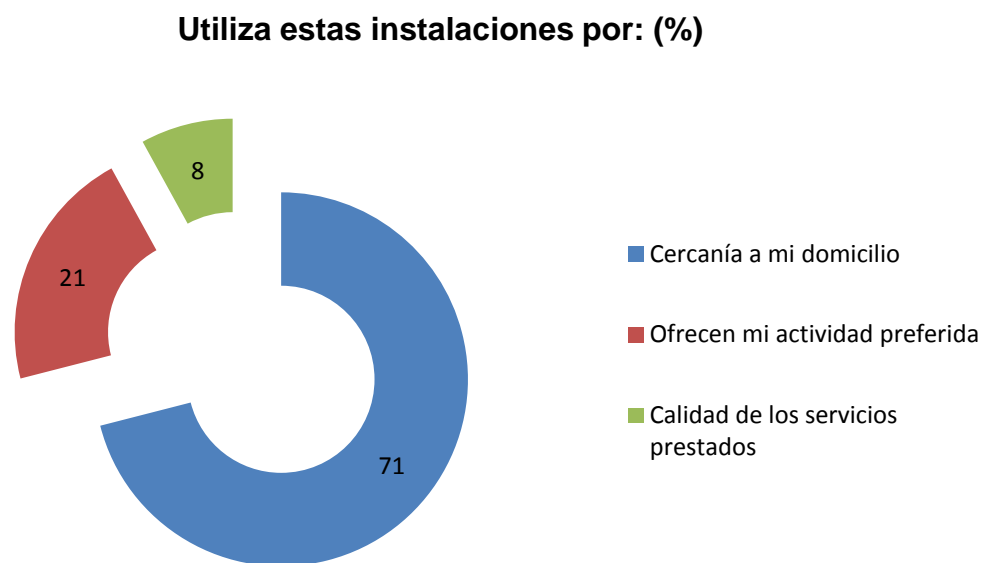
Gráfica 3. Situación laboral.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la situación laboral de los encuestados se puede observar como ofrecen una gran representatividad de la coyuntura social que vive el país actualmente, donde el 60% de los encuestados están activos; el 25% están desempleados; un 9% son personas jubiladas y alrededor de un 6,5% son estudiantes.

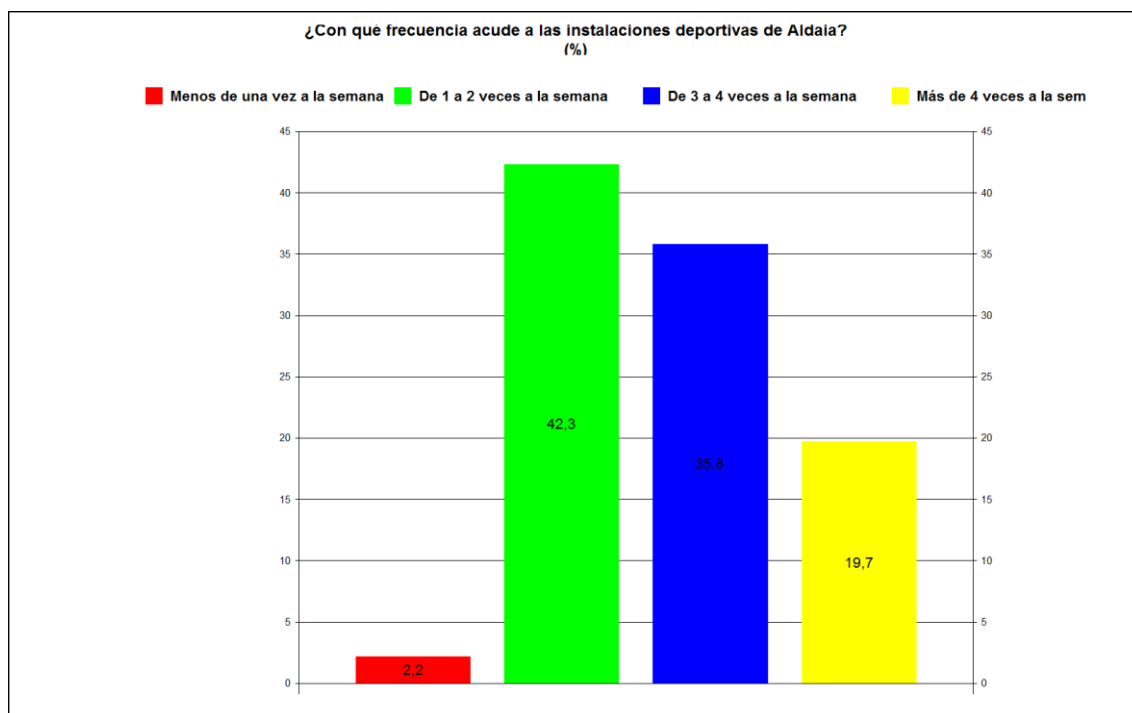
Gráfica 4. Razón de utilización de las instalaciones por parte de los usuarios.



Fuente: Elaboración propia.

El 71% de los encuestados afirma que utiliza las instalaciones deportivas del municipio de Aldaia por la cercanía su domicilio; en menor medida, un 21%, afirma que las utiliza porque ofrecen su actividad preferida, y tan solo un 8% de los encuestados utiliza las instalaciones por la calidad de los servicios prestados.

Gráfica 5. Frecuencia con que los usuarios acuden a las instalaciones deportivas.

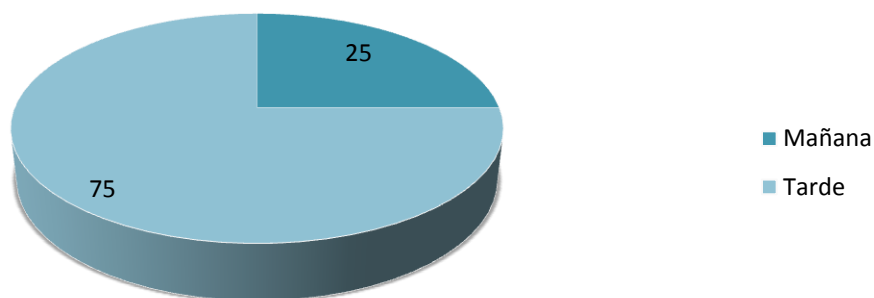


Fuente: Elaboración propia.

Atendiendo a la frecuencia con la que los usuarios acuden a las instalaciones, tal y como se aprecia en la Gráfica 5, observamos que el 42,3% de los usuarios acude a las instalaciones entre 1 y 2 veces a la semana; el 35,8% lo hace entre 3 y 4 veces a la semana; el 19,7% acude más de 4 veces a la semana y tan solo el 2,2% lo hace menos de una vez a la semana. Si analizamos la media aritmética de la frecuencia con la que los usuarios acuden a las instalaciones, esta nos daría un resultado de 2,73, con lo que podríamos afirmar que los usuarios acuden a las instalaciones deportivas entre 2 y 3 veces a la semana.

Gráfica 6. Horario de asistencia a las instalaciones.

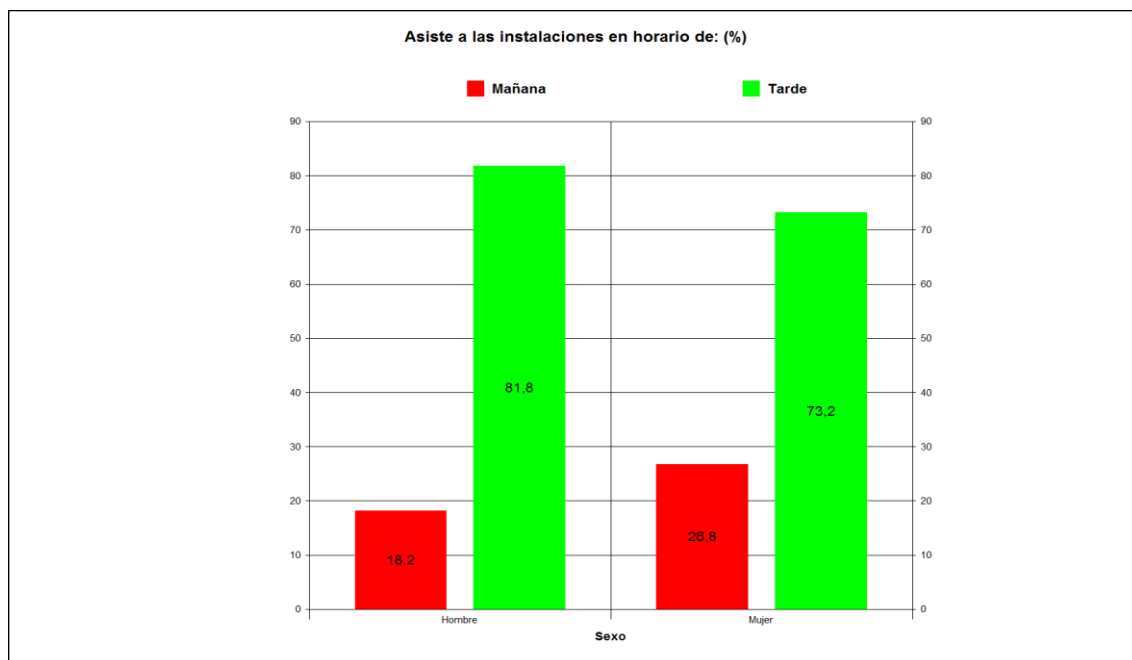
Asiste a las instalaciones en horario de: (%)



Fuente: Elaboración propia.

El 75% de los encuestados normalmente acude a las instalaciones deportivas en horario de tardes, mientras que tan solo el 25% lo hace en horario de mañanas. Hay que tener en cuenta que muchos de los encuestados son padres o tutores de niños, los cuales casi siempre acuden en horarios vespertinos ya que las mañanas las ocupa el colegio. Esta puede ser una de las causas de la desigualdad en los horarios.

Gráfica 7. Horario de asistencia a las instalaciones dependiendo del sexo.

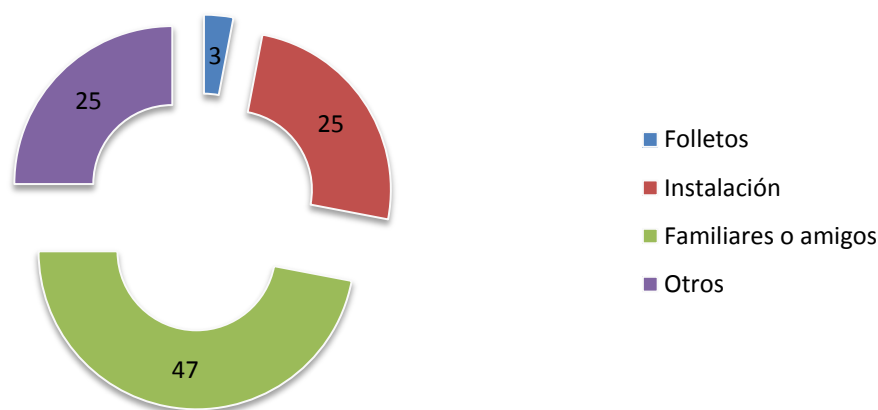


Fuente: Elaboración propia.

Alrededor del 82% de los usuarios de sexo masculino encuestados acuden a las instalaciones en horario de tarde, mientras que ese porcentaje baja hasta el 73% si el sexo del usuario encuestado es femenino.

Gráfica 8. Medio por el que el usuario tuvo conocimiento de la actividad en la que está inscrito.

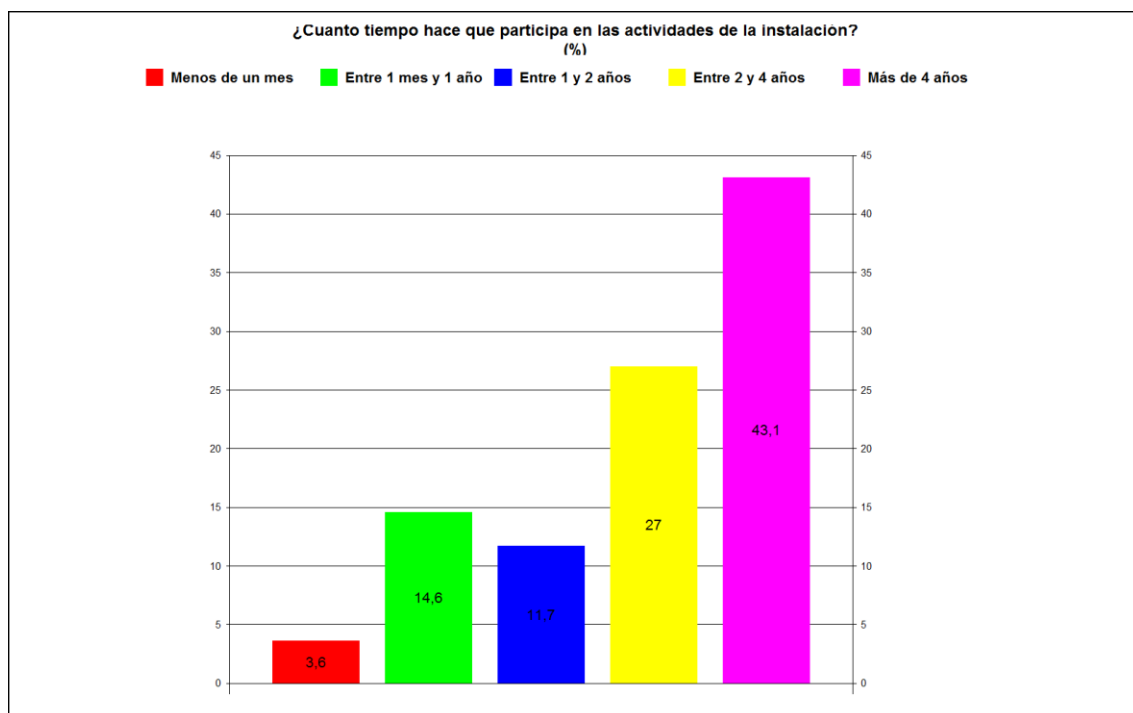
Cómo conoció la actividad en la que está inscrito? (%)



Fuente: Elaboración propia.

El 47% de los usuarios encuestados tuvo conocimiento de la actividad en la que está inscrito a través de familiares o amigos; el 25% la conoció en la propia instalación; tan solo el 3% había conocido la actividad en la que está inscrito por medio de los folletos de las instalaciones y el 25% restante afirman que otros medios diferentes a los que se les daba como opción en la pregunta eran el medio por el que habían conocido la actividad. La mayoría de usuarios que se decantaron por esta última respuesta contestaron que habían conocido las instalaciones por el mero hecho de ser de Aldaia y conocer las instalaciones deportivas.

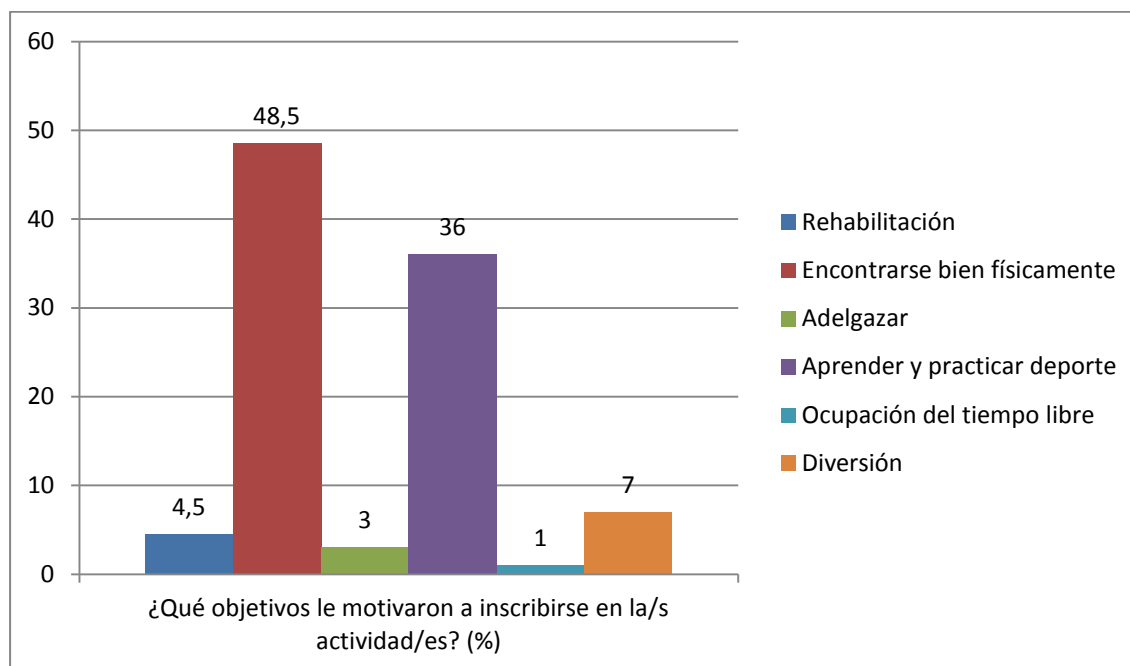
Gráfica 9. Tiempo que lleva asistiendo a las instalaciones deportivas.



Fuente: Elaboración propia.

El 43% de los encuestados lleva más de 4 años asistiendo a actividades de las instalaciones; el 27% lleva asistiendo entre 2 y 4 años; el 12% entre 1y 2 años; el 14,5% lleva asistiendo a actividades de la instalación entre 1 mes y 1 año y, en menor medida, el porcentaje de encuestados que llevan menos de un año practicando actividades en la instalación es del 3,5. En resumen, estos datos indican un alto nivel de fidelización de los usuarios con la instalación.

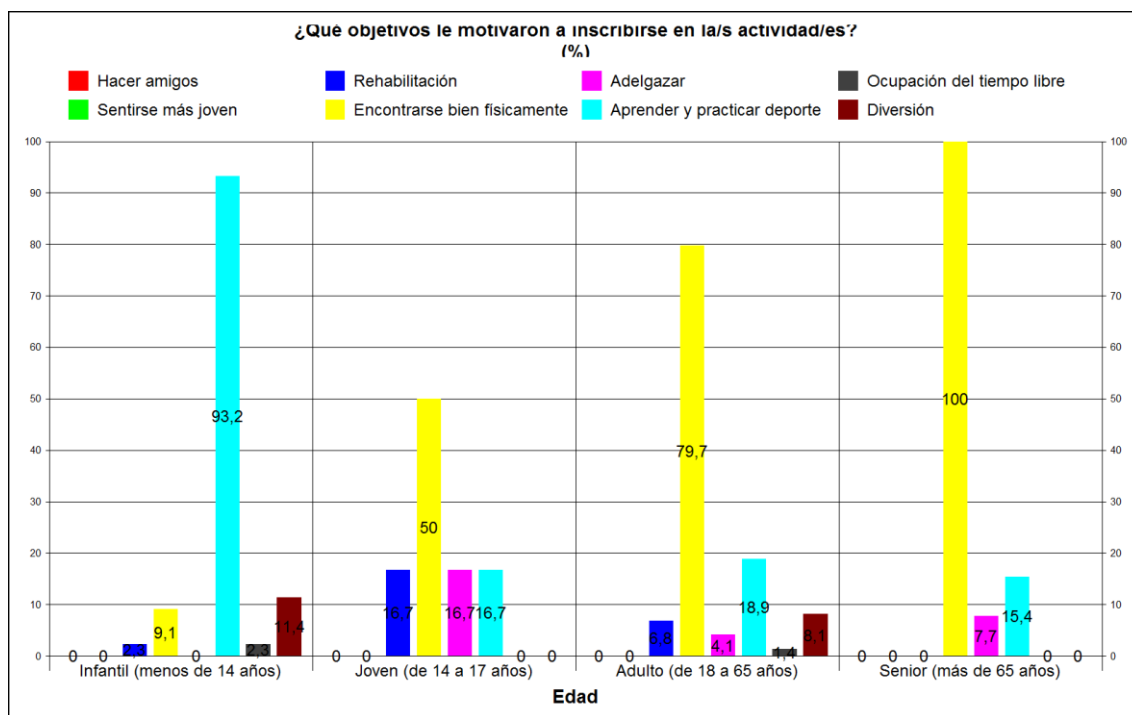
Gráfica 10. Objetivos que motivaron la inscripción en las actividades.



Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta a la motivación que ha llevado a los encuestados a la práctica de actividades deportivas, destaca la opción encontrarse bien físicamente con un 48,5% de las contestaciones, seguida de la opción aprender y practicar deporte con un 36% de las contestaciones. El resto de opciones han quedado muy lejos, en cuanto a porcentaje de contestación, respecto a estas dos opciones. El motivo de diversión ha sido contestado por un 7% de los encuestados; el motivo de la rehabilitación ha recabado el 4,5% de las contestaciones; adelgazar tan solo ha sido el motivo del 3% de los encuestados y aún menor ha sido el porcentaje referido a la ocupación del tiempo libre con un 1%.

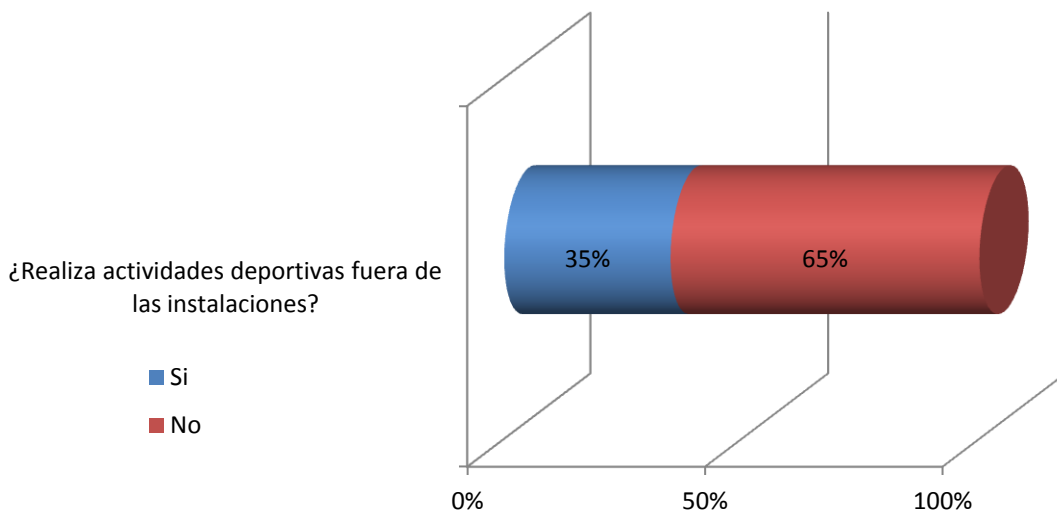
Gráfica 11. Objetivos que motivaron la inscripción en actividades clasificados por edad.



Fuente: Elaboración propia.

El principal objetivo que ha motivado a los encuestados menores de 14 años a inscribirse en las actividades de las instalaciones ha sido el objetivo de **aprender y practicar deporte** con un 93,2%, mientras que para los jóvenes, los adultos y las personas de más de 65 años, el motivo principal ha sido **encontrarse bien físicamente**, con un 50%, un 80% y un 100% respectivamente.

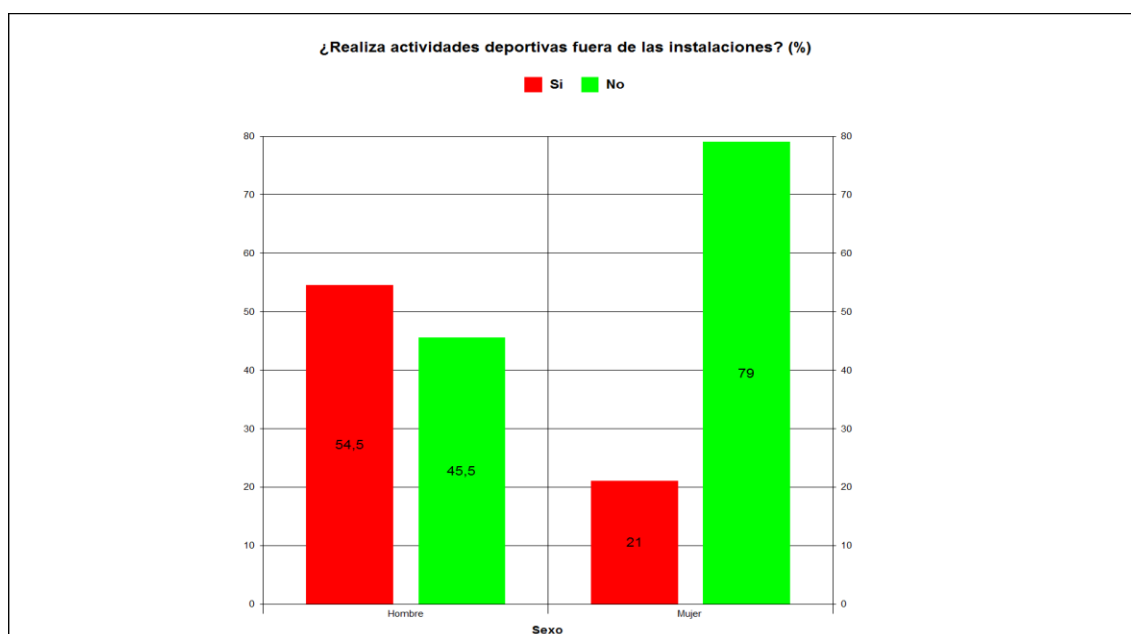
Gráfica 12. Actividades deportivas fuera de las instalaciones.



Fuente: Elaboración propia.

Hay que destacar que, junto a las actividades deportivas que los encuestados realizan en las instalaciones, el 35% de éstos realizan actividades deportivas fuera de las instalaciones.

Gráfica 13. Actividades fuera de las instalaciones dependiendo del sexo.



Fuente: Elaboración propia.

Atendiendo a los usuarios que practican actividades deportivas fuera de las instalaciones dependiendo del sexo del usuario podemos observar como el 55% de los usuarios de sexo masculino encuestados sí practican actividades deportivas fuera de las instalaciones, mientras que por otro lado tan solo el 21% de los usuarios de sexo femenino encuestados practican actividades deportivas fuera de las instalaciones.

5.2 Satisfacción con la gestión del servicio y funcionamiento de las instalaciones

Gráfica 14. Intención de seguir en las actividades de la instalación.

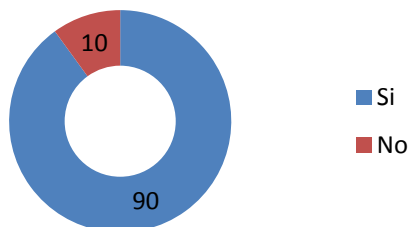


Fuente: Elaboración propia.

Un indicador importante de fidelidad de los usuarios es la intención de seguir en las actividades de la instalación, donde un 93% afirmaron que si que tienen dicha intención y tan solo un 7% no tienen intención de seguir en las actividades. Los motivos más frecuentes para no seguir han sido el precio y la falta de tiempo, con un porcentaje del 40% cada motivo.

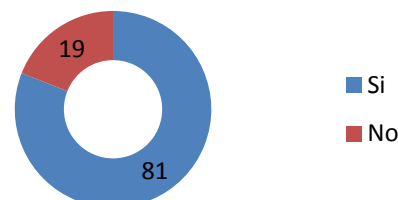
Gráfica 15. Adecuada duración de las clases.

¿Le parece adecuada la duración de las clases?



Gráfica 16. Adecuado nº de sesiones.

¿Le parece adecuado el número de sesiones semanales?

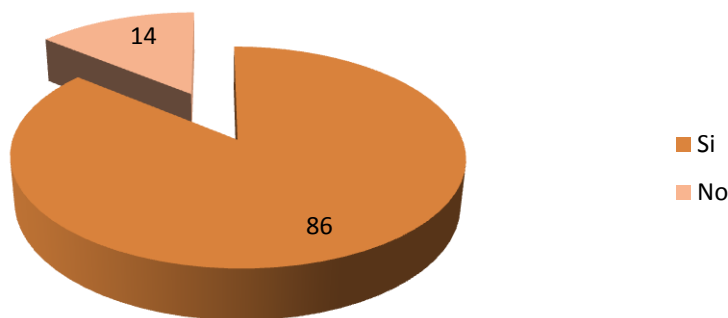


Fuente: Elaboración propia.

Al 90% de los encuestados les parece adecuada la duración de las clases, mientras que tan solo al 10% les parece que la duración no es adecuada. Las razones por las que, según los encuestados, no era adecuada la duración de las clases, en todos los casos han sido por la poca duración de éstas. En cuanto al número de sesiones semanales, el porcentaje de encuestados a los que le parecen adecuadas decrece respecto a la duración de las clases, con un 81%. El 19% restante de encuestados que contestaron que no les parecía adecuado el número de sesiones semanales, justificaron esta discrepancia en el escaso número de sesiones semanales, que según los encuestados, ofrecía la instalación para sus actividades.

Gráfica 17. Recomendación de instalaciones a familiares o amigos.

¿Ha recomendado a algún familiar o amigo la inscripción en alguna de las actividades de la instalación?

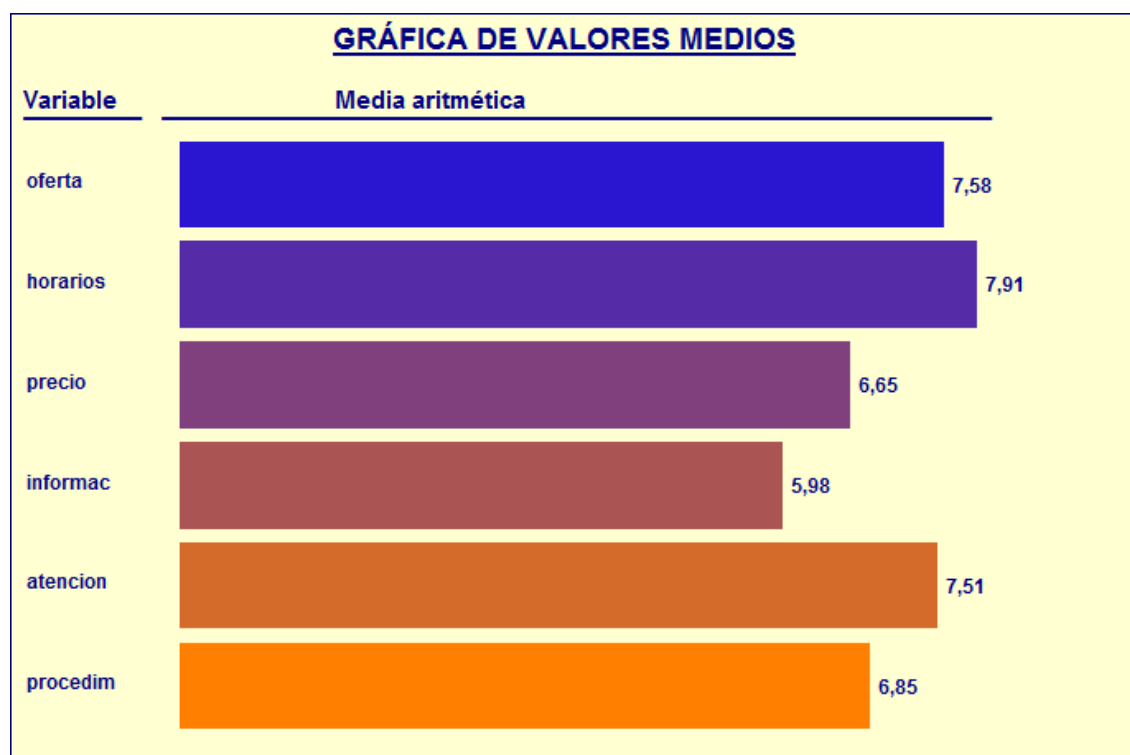


Fuente: Elaboración propia.

El 86% de los encuestados, en alguna ocasión, han recomendado a algún familiar o amigo la inscripción en alguna de las actividades ofertadas por las instalaciones deportivas, mientras que, tan solo, el 14% restante ha declarado que no ha realizado tal recomendación.

Los resultados de la parte de la encuesta donde se pide a los encuestados que valoren del 1 al 10 (siendo el 1 lo peor y el 10 lo mejor) una serie de variables basadas en la gestión del servicio y funcionamiento de las instalaciones, pueden observarse en las dos gráficas siguientes. Para el cálculo de cada variable se ha utilizado la media aritmética.

Gráfica 18. Valoración de la gestión del servicio y funcionamiento de las instalaciones (parte1).

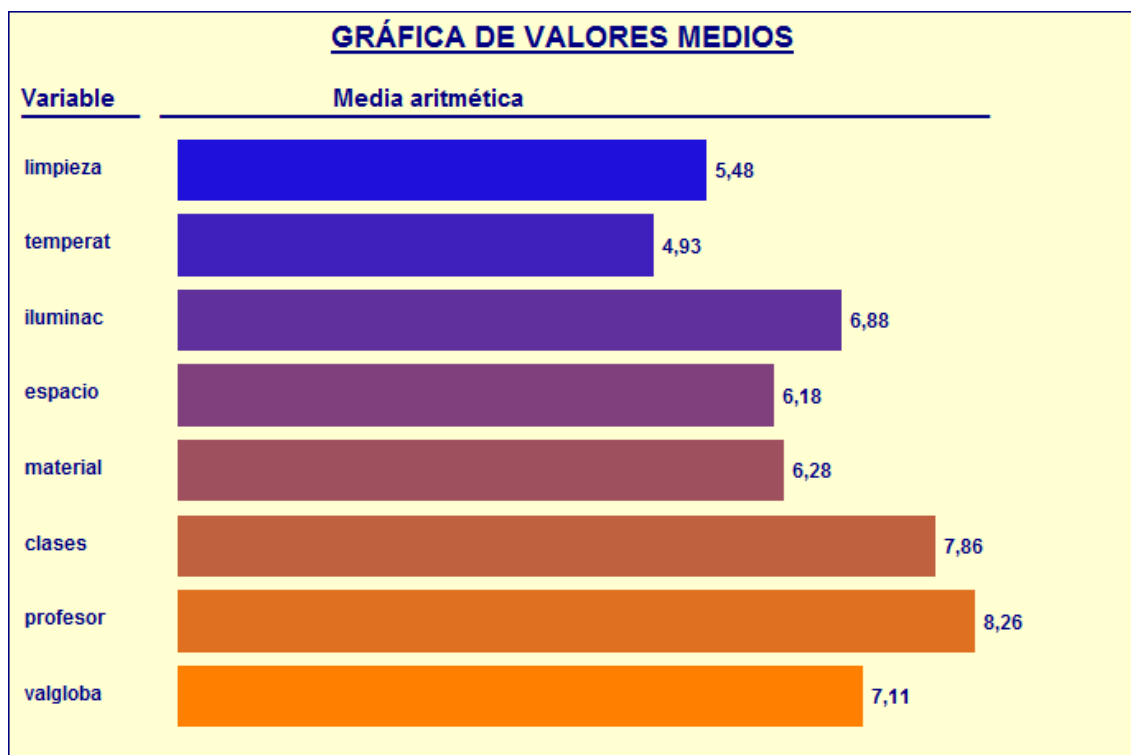


Fuente: Elaboración propia.

Las valoraciones más altas resultantes de esta primera parte las han recibido las variables de: **los horarios de las clases existentes**, con una valoración media del 7,91; seguida de **la oferta de actividades de la instalación** con una media del 7,58 y en tercer lugar se situaría **la atención del personal de las instalaciones** con una valoración del 7,51 de media. Las tres variables con una valoración más baja por parte de los encuestados han sido: el procedimiento de inscripción con una valoración media del 6,85;

seguida de el precio en relación al servicio con un 6,65 de media y por último, la variable con la valoración más baja de esta primera parte ha sido la información recibida sobre las actividades de la instalación, con una valoración media de 5,98.

Gráfica 19. Valoración de la gestión del servicio y funcionamiento de las instalaciones (parte2).



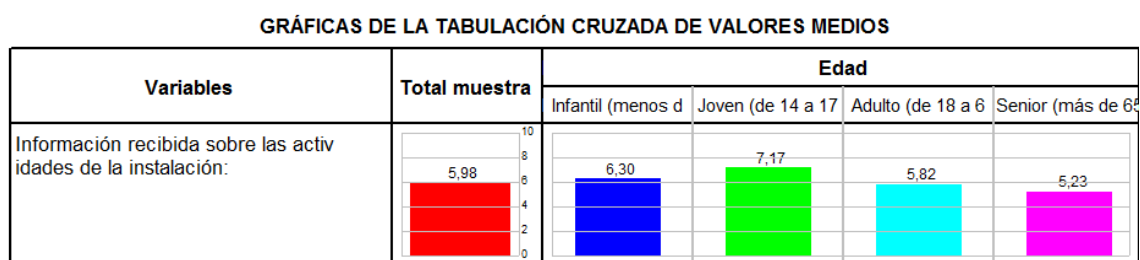
Fuente: Elaboración propia.

En esta segunda parte de la valoración de la gestión del servicio y funcionamiento de las instalaciones, como se puede apreciar en la gráfica, las valoraciones más altas las han obtenido las variables: **profesores de las actividades**, con una valoración del 8,26 de media; **las clases (variedad, puntualidad, ritmo y atención)**, con un 7,86 de valoración media y, la **iluminación de las instalaciones**, con un 6,88 de media. Mientras que las variables menos valoradas han sido: el **material deportivo disponible para la realización de las actividades**, con una valoración media del 6,28; **el espacio, tanto de los vestuarios, como de las zonas reservadas para la realización de las actividades**, con un 6,18 de valoración media; **la limpieza e higiene de las instalaciones**, con una valoración media 5,48, y por último la variable con menor puntuación tanto de esta segunda parte, como de la

primera parte, ha resultado ser **la temperatura de las instalaciones cubiertas**, con una valoración media del 4,93.

En esta parte de la encuesta también se les pedía a los encuestados que realizasen una **valoración global de las instalaciones deportivas**; dicha valoración global ha obtenido un resultado de 7,11 de valoración media.

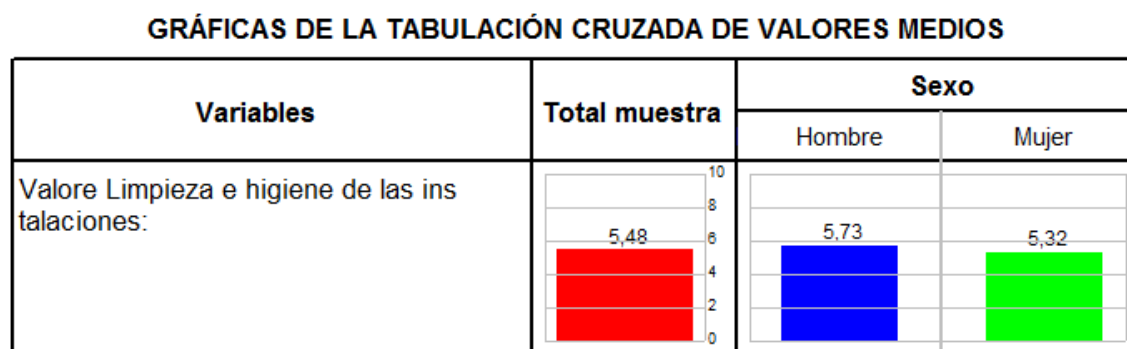
Gráfica 20. Valoración de la información recibida sobre las actividades dependiendo de la edad.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la información recibida sobre las actividades de las instalaciones atendiendo a la edad de los usuarios encuestados la valoración media de los menores de 14 años ha sido de 6,30, los usuarios de entre 14 y 17 años han valorado este aspecto con un 7,17 de media, los usuarios adultos con un 5,82 y por último los usuarios de más de 65 años han valorado este ítem con un 5,23 de media.

Gráfica 21. Valoración de la limpieza e higiene de las instalaciones atendiendo al sexo de los usuarios.

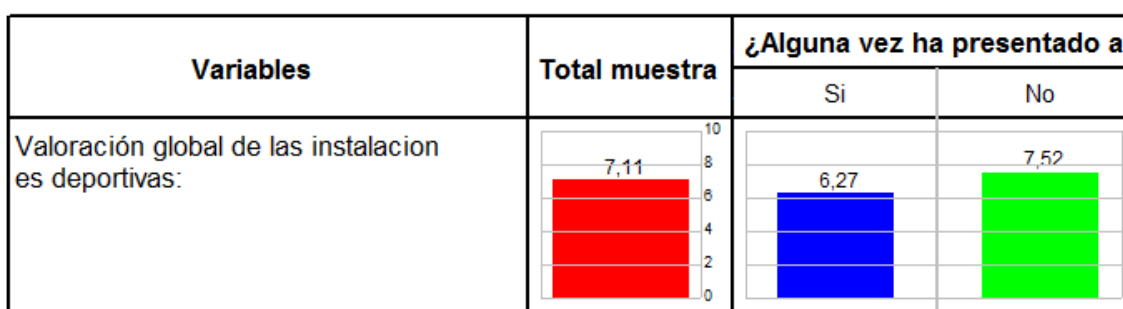


Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la gráfica 21, la valoración por parte de los usuarios encuestados de la limpieza e higiene de las instalaciones diferenciada por sexo obtiene unos resultados bastante parejos, un 5,73 de valoración media por parte de los hombres, mientras que, con una valoración media algo inferior, las mujeres dan una puntuación de 5,32.

Gráfica 22. Valoración global de las instalaciones dependiendo de si han puesto alguna vez una reclamación o sugerencia.

GRÁFICAS DE LA TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS

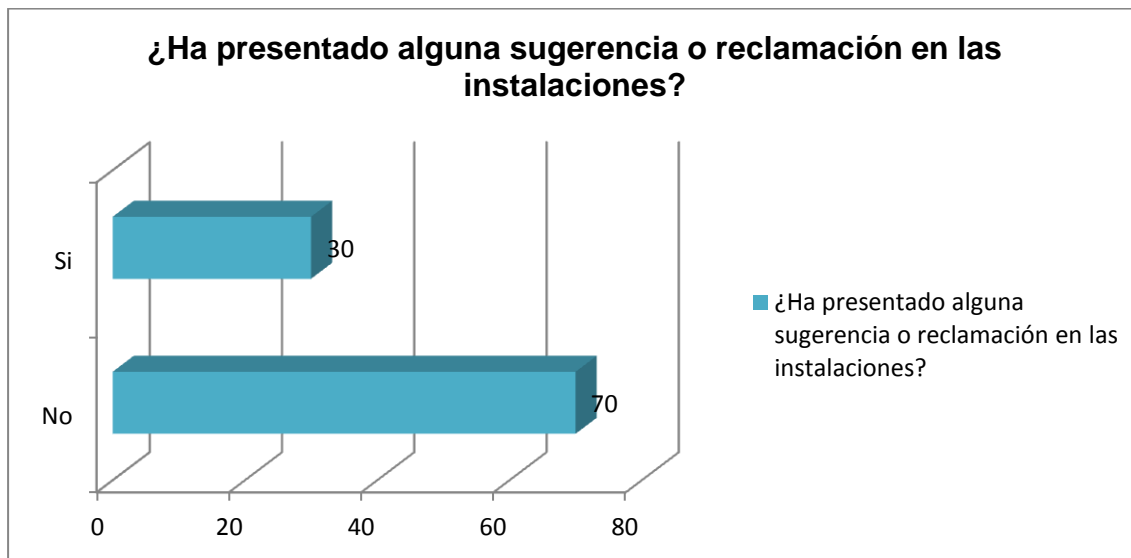


Fuente: Elaboración propia.

La valoración global varía en función de si se ha presentado alguna vez una reclamación o sugerencia, teniendo una valoración global media de 6,27 en caso de haberse presentado alguna vez y de un 7,52 en caso de no haber presentado nunca una reclamación o sugerencia.

5.3 Sugerencias y reclamaciones

Gráfica 23. Presentación de reclamación o sugerencia.



Fuente: Elaboración propia.

El 30% de los encuestados afirman haber presentado alguna sugerencia o reclamación a lo largo de su relación con las instalaciones deportivas.

Gráfica 24. Contestación rápida.

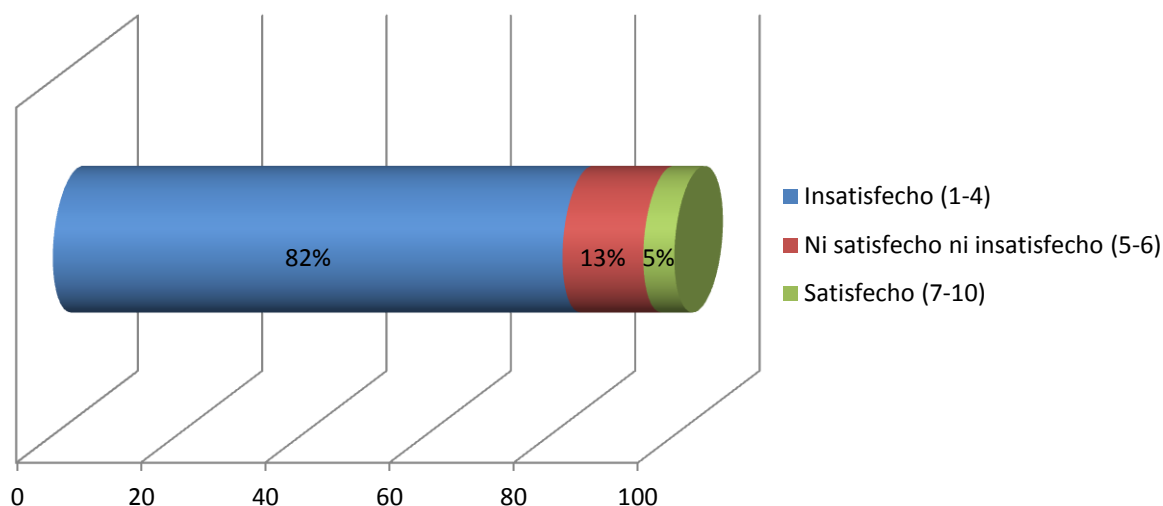
¿Le contestaron rápidamente? (menos de 15 días)



Fuente: Elaboración propia.

Del 30% de los encuestados que han afirmado haber presentado alguna vez alguna sugerencia o reclamación, tan solo al 9% le contestaron de forma rápida (en menos de 15 días).

Gráfica 25. Grado de satisfacción de la respuesta recibida.



Fuente: Elaboración propia.

Para medir el grado de satisfacción de la respuesta recibida sobre la sugerencia o reclamación presentada, se solicitó a los encuestados que valorasen en una escala del 1 al 10 la respuesta recibida, clasificando esa respuesta de la siguiente forma: las valoraciones del 1 al 4 indican que el usuarios estaría insatisfecho con la respuesta; las valoraciones del 5 al 6, indicarían que el encuestado ni está satisfecho ni está insatisfecho con la respuesta y, por último, las valoraciones del 7 al 10 indicarían que el encuestado estaría satisfecho con la respuesta. Bien pues, atendiendo a los resultados, el 82% de los encuestados afirman estar insatisfechos con la respuesta recibida, el 13% de los encuestados no estarían ni satisfechos ni insatisfechos con la respuesta y, tan solo el 5% de los encuestados, estarían satisfechos con la respuesta recibida. Si atendemos a la media aritmética de las contestaciones de los encuestados sobre el grado de satisfacción en la respuesta recibida sobre la reclamación sugerencia presentada, esta nos daría un resultado de 2,2 sobre 10.

CAPÍTULO 6. Conclusiones y propuestas de mejora

6.1 Conclusiones de la encuesta

El presente trabajo tiene como objetivo conocer cuál es el grado de satisfacción de los usuarios de las instalaciones deportivas del municipio de Aldaia. Para la consecución de este objetivo se ha llevado a cabo una investigación a través de un estudio de satisfacción, con el cual se ha pretendido obtener la opinión fiable y sin sesgos de los usuarios de las instalaciones sobre los servicios ofertados y el funcionamiento de las instalaciones. La herramienta utilizada para conocer esta opinión ha sido la encuesta de satisfacción, a través de la cual se ha podido llegar a una serie de conclusiones al respecto.

Una vez analizados los resultados podemos afirmar que el perfil del usuario que acude a practicar deporte en las instalaciones deportivas de Aldaia tiene un porcentaje ligeramente superior de género femenino que masculino; acuden a las instalaciones a participar en clases dirigidas; suelen acudir entre 2 y 3 veces semanales a las instalaciones; acuden normalmente en horario de tardes y llevan participando en las actividades de la instalación entre 3 y 4 años. Es un perfil de usuario activo laboralmente hablando y se divide, mayoritariamente, entre usuarios adultos y niños menores de 14 años, con una carencia elevada de captación de usuarios jóvenes y estudiantes, edades en las que los usuarios suelen ser muy activos en cuanto a la práctica del deporte se refiere.

Es significativo el porcentaje de usuarios que han adoptado la práctica deportiva como hábito saludable ya que cerca de la mitad de los encuestados llevan más de 4 años practicando actividades deportivas en las instalaciones, lo cual indica un índice de fidelización del usuario muy alto.

Los objetivos que motivaron a los encuestados a la inscripción en las actividades deportivas de las instalaciones varían dependiendo de la edad, ya que a medida que la edad de los encuestados aumenta, el motivo que vincula los conceptos deporte y salud de encontrarse bien físicamente va aumentando en relación directa a la edad. Mientras que, por otro lado, en la gran mayoría de encuestados menores de 14 años, sus padres, tutores o acompañantes habituales

afirman que el objetivo que motivó la inscripción ha sido el de aprender y practicar deporte. Esto se debe a la habitual costumbre que se ha ido instaurando en la sociedad de ocupar el tiempo libre de los niños con actividades extraescolares, y que mejor que el aprendizaje y la práctica deportiva.

Un dato a destacar sería el de los usuarios que, además de las actividades que las actividades en las que participa en las instalaciones, realiza otras actividades deportivas fuera de éstas, ya que cerca de 1 de cada 3 encuestados se encuentra en este grupo, aunque también hay que destacar que esta práctica está más arraigada en hombres que en mujeres. Este dato podría llevarnos a tres supuestos: El primero iría enfocado a que la oferta de actividades de las instalaciones no cubre la totalidad de las necesidades de los usuarios, ya que para cubrir las necesitan realizar actividades deportivas fuera de las instalaciones. Por otra parte, el segundo supuesto iría enfocado a la calidad del servicio, donde los usuarios buscarían una calidad del servicio superior fuera de las instalaciones. Por último, el tercer supuesto se referiría al precio del servicio, donde los usuarios encontrarían actividades que ya oferta las instalaciones a un precio inferior fuera de éstas o actividades de coste 0 como el running.

El conocimiento de las actividades en las que participan los usuarios de instalaciones deportivas de Aldaia, en la mayoría de casos, se produce a través del entorno cercano al usuario, como pueden ser familiares o amigos, lo que indica que, por una parte, los usuarios tienen una buena imagen de las instalaciones ya que hablan bien de éstas y que, por otra parte, los sistemas de comunicación de la organización no son del todo efectivos.

El hecho de que la mayoría de usuarios residan en los municipios de Aldaia y Alacuás, junto a que las instalaciones deportivas están situadas, prácticamente, en medio de los dos, hace que los ciudadanos de ambos municipios residan muy cerca de las instalaciones, ya que desde cualquier punto de las poblaciones se puede llegar a éstas en menos de 15 minutos andando. Este hecho ha propiciado que el principal motivo aducido por los usuarios encuestados para elegir estas instalaciones sea la cercanía a su domicilio.

La fidelidad, entendida como intención de seguir en las instalaciones deportivas, y la recomendación de las instalaciones, son indicadores fuertemente vinculados a la satisfacción global del usuario con las instalaciones, y estos indicadores ofrecen resultados muy positivos en la encuesta de satisfacción, ya que la gran mayoría de usuarios afirma que tiene intención de seguir en las instalaciones deportivas y, a su vez, muchos de los encuestados, en algún momento, habría recomendado la inscripción en actividades de las instalaciones a familiares o amigos.

Otro indicador de satisfacción de los usuarios reside en el hecho de que la mayoría de éstos consideran adecuadas tanto la duración de las clases como el número de sesiones semanales.

En cuanto a la primera parte de la valoración, por parte de los encuestados, de la gestión del servicio y el funcionamiento de las instalaciones, todos los aspectos analizados reciben valoraciones positivas por encima del 5, lo que debe ser visto como bastante satisfactorio. Esto no quita el hecho de que hayan aspectos que se puedan y deban mejorar, ya que pese a que las variables oferta de actividades, horarios de las clases y atención del personal obtengan puntuaciones bastante aceptables, el procedimiento de inscripción, el precio en relación al servicio y, sobretudo, la información recibida sobre las actividades de las instalaciones son aspectos que, pese a no ser negativos, dejan mucho margen de mejora. Al respecto de la valoración de la información recibida sobre las actividades hay que destacar que el colectivo que peor valoración otorga a este ítem es el de personas mayores de 65 años, esto se debe al poco acceso que tienen a esta información, ya que solo la pueden obtener o a través de internet o en las propias instalaciones.

En la segunda parte de la valoración de la gestión del servicio y funcionamiento de las instalaciones aparece la primera y única valoración negativa y ésta hace referencia a la temperatura de las instalaciones cubiertas. En la gran mayoría de casos donde los usuarios puntúan negativamente este ítem es debido a las altas temperaturas que sufren en las instalaciones de la piscina cubierta, por lo que atender este problema debe ser prioritario para la mejora del servicio ofrecido a los usuarios y conseguir elevar el grado de satisfacción en este aspecto.

Siguiendo con esta segunda parte de valoraciones, existen otras variables que, pese a que no obtienen valoraciones negativas, requieren ser mejoradas. Estas variables son: la limpieza e higiene de las instalaciones, el espacio, tanto de los vestuarios, como de las zonas reservadas para la práctica de actividades y el material deportivo disponible para la realización de actividades. Sobre todo la limpieza e higiene es un aspecto clave a tratar, pues una buena apariencia es fundamental para la imagen de un servicio público, por esto debe ser prioridad máxima la mejora de este aspecto, ya que, junto con la mejora del resto de variables nombradas, se influirá en la percepción que los usuarios poseen de las instalaciones, lo que se traducirá en una mayor satisfacción del usuario.

Las clases dirigidas (variedad, puntualidad, ritmo y atención) y los profesores cumplen con un grado de satisfacción de los usuarios muy aceptable, lo cual indica que hay que seguir en esta línea.

Un aspecto importante que la organización debe tener en cuenta son las sugerencias y reclamaciones, ya que tres de cada diez usuarios consultados afirman que en algún momento de la relación con las instalaciones han presentado alguna sugerencia o reclamación. De estos usuarios a la gran mayoría no les respondieron rápidamente (en menos de 15 días) y en muchos casos los encuestados han manifestado que ni tan siquiera llegaron a responderles. Si a este hecho le añadimos que un gran porcentaje de los usuarios que han presentado alguna sugerencia o reclamación se sienten insatisfechos con la respuesta recibida, se deduce fácilmente que el sistema que la organización utiliza para el proceso y tratamiento de sugerencias y reclamaciones no funciona de forma correcta o al menos de forma que satisfaga al usuario. Por lo que deberían establecerse nuevos procesos que mejoraran dicho aspecto, con el fin de proporcionar al usuario una respuesta satisfactoria y, que a su vez, esta respuesta se concediera de la forma más rápida posible. Hay que tener en cuenta que los usuarios que han puesto alguna sugerencia o reclamación otorgan una valoración global de las instalaciones inferior a los que nunca han utilizado este procedimiento, lo cual indica que la insatisfacción en este proceso afecta a la satisfacción global de las instalaciones.

Para terminar con las conclusiones que se han obtenido a través de los resultados de la encuesta de satisfacción de las instalaciones deportivas de Aldaia,

si observamos la valoración global que hacen los usuarios sobre las instalaciones, se podría afirmar que es bastante aceptable. Esta valoración, junto al resto de resultados analizados, nos indica que globalmente, pese a que haya aspectos puntuales que mejorar, los usuarios de las instalaciones deportivas tienen un grado de satisfacción bastante bueno respecto a éstas.

6.2 Propuestas de mejora

Una vez obtenidas las conclusiones sobre los resultados de la encuesta de satisfacción de las instalaciones deportivas de Aldaia, se va proponer o recomendar una serie de mejoras con respecto a los datos obtenidos en los resultados de las encuestas.

6.2.1 Captación de usuarios jóvenes y estudiantes

Una primera mejora a recomendar sería la captación de usuarios jóvenes y estudiantes, ya que se ha observado la carencia de este tipo de usuarios en las instalaciones. Atraer a personas jóvenes es muy importante, ya que puede ser el punto de partida para establecer una relación de fidelidad con un servicio. Para atraer a este tipo de público hay que tener en cuenta varios factores, como pueden ser el precio del servicio y la diversión o atractivo del servicio. El primero de estos factores se justifica en que suele ser un público económicamente dependiente de sus padres lo que se traduce en pocos recursos económicos. El factor del servicio atractivo podemos basarlo en la necesidad de este tipo de público de seguir modas y tendencias, buscando siempre los servicios más atractivos y novedosos, no solo con el fin de la práctica deportiva, sino con el fin de divertirse. En referencia al factor del precio, las instalaciones deportivas podrían instalar una serie de descuentos en las actividades para jóvenes y estudiantes que favorecieran la atracción de este tipo de público. Atendiendo al factor del atractivo y la diversión del servicio, la organización podría estudiar la posibilidad de ofertar nuevos servicios que se están poniendo de moda en la actualidad y existen pocos lugares donde se practiquen,

como por ejemplo el Crossfit, el TRX, los entrenamientos funcionales, preparación para carreras o instalar un rocódromo. Estas propuestas favorecerían la captación de público joven que busca un servicio adaptado las tendencias actuales y al precio más económico posible.

6.2.2 Mejora de la comunicación de las instalaciones

La información que reciben los usuarios sobre las actividades de las instalaciones también es un aspecto a mejorar, ya que aunque no ha recibido una valoración media negativa, si ha recibido una valoración que deja mucho margen de mejora. Además el medio por el que los usuarios han conocido las actividades que practican, en la mayoría de los casos, suele producirse por familiares o amigos y no por medios establecidos por la organización. En estos momentos los medios por los que los ciudadanos pueden conocer las actividades de las instalaciones deportivas de Aldaia se efectúan en las propias instalaciones, mediante la página web del ayuntamiento y a través de una página de la red social Facebook, aunque esta última no es oficial.

Para poder captar el número máximo posible de usuarios, primero se debe llegar a todos los públicos. Los medios anteriormente mencionados son medios que, tanto las personas que son usuarias, como las personas que manejan internet habitualmente, como pueden ser los jóvenes, pueden acceder a la información sobre las actividades que se ofertan en las instalaciones sin excesivos problemas. Pero otro caso es el de las personas mayores que, aunque cada vez más se interesan por la informática, aún son pocos los que tienen conocimientos para el acceso a internet, además, como se ha visto anteriormente, este colectivo ha sido el que peor ha valorado el ítem “información recibida sobre las actividades de las instalaciones”. Por esta razón, y para poder llegar a este tipo de público del cual se ofertan diversas actividades en las instalaciones, una propuesta sería el reparto de folletos por las viviendas del municipio con información sobre las actividades ofertadas. Esto hará que la información llegue a todos los públicos, incluso a las personas que no tienen acceso a internet, con el objetivo de captar más usuarios.

El siguiente punto en la mejora de la comunicación de las instalaciones deportivas sería a través de la página web, ya que pese a que para una persona que esté acostumbrada a manejarse en internet no entraña ninguna dificultad acceder a las actividades que oferta las instalaciones, para alguien que no tenga este hábito puede costar un poco más, ya que hay que acceder hasta a 3 menús para encontrar esta información. Para poder facilitar el acceso a la información sobre las actividades se podría añadir durante dos meses al año (septiembre y enero que son meses claves para la inscripción en actividades deportivas) un anuncio en la barra lateral que la persona que entra a la página del ayuntamiento puede ver a simple vista, donde con hacer un clic sobre éste puede ver toda la información que desee acerca de las instalaciones deportivas y las actividades que se ofertan. Otra herramienta que puede utilizar la página del ayuntamiento podría ser la publicidad a través de pop ups durante el mes de septiembre que es cuando se da a conocer el nuevo calendario de actividades de las instalaciones. El pop ups es una herramienta de marketing agresivo y se trata de ventanas que emergen automáticamente al acceder a una página y que no son abiertas por el usuario de forma voluntaria. Con esto se consigue que las personas que acceden a la web del ayuntamiento vean que se ha creado el nuevo calendario de actividades de las instalaciones sin la necesidad de buscar esta información de forma activa. La ventana bloquearía la navegación del usuario unos pocos segundos antes de que tenga la opción de cerrarla y con un clic en esta accede a toda la información sobre las actividades. Lo que se busca es llamar la atención del usuario sin que llegue a ser molesto.

Otra mejora relacionada con Internet podría ser la creación de un perfil oficial en alguna red social como Facebook y colocar este enlace en la página web del ayuntamiento. En el perfil se podrá publicar información referente a las actividades de las instalaciones, eventos, calendarios y diferentes recursos multimedia. Para poder sacar el máximo rendimiento a este perfil sería idóneo mantenerlo actualizado e intentar conseguir el mayor número de “me gusta” posibles, lo que se traduce en más posibles usuarios.

6.2.3 Mejora de la climatización de las instalaciones

Un punto primordial para la mejora de la satisfacción de los usuarios de las instalaciones es la temperatura de las instalaciones cubiertas, la cual obtuvo la única valoración negativa de los ítems de valoración de la gestión del servicio y funcionamiento de las instalaciones. En la gran mayoría de los casos, las personas encuestadas achacaban a las altas temperaturas esta valoración negativa. Estas altas temperaturas se producen, sobretodo, en la zona de la piscina cubierta. Es importante que el usuario de un servicio esté lo más cómodo posible en el proceso de prestación de éste, por eso cualquier aspecto que resulte incomodo para el usuario hará que la imagen que recibe del servicio no sea satisfactoria. Dicho esto, la mejora en lo referente a las altas temperaturas de las instalaciones debe llevarse a cabo y para esto se van a plantear varias posibles soluciones.

La primera solución sería mejorar el sistema de climatización de las instalaciones y adaptarlo electrónicamente a las necesidades de los usuarios teniendo en cuenta las horas de más afluencia de usuarios o las épocas del año. Para esta tarea existen sistemas demóticos que permiten programar el sistema de climatización sin ser necesario cambiarlo manualmente cada vez que aumenten o bajen las temperaturas, ya que el sistema solo se regula automáticamente. Cada zona definida de las instalaciones tiene requisitos de uso o condiciones térmicas distintas, que hacen conveniente que sean gestionadas de forma distinta. Esta gestión por zonas puede programarse siguiendo una misma programación para cada una de ellas, o bien ser controladas de forma independiente, incrementando con ello, las posibilidades de uso y confort del usuario.

Otra solución, y dado que la zona donde más quejas se han recibido es en la zona de la piscina cubierta, sería aislar de forma más eficiente la zona de la piscina para que el calor que se emana del agua no traspase la zona de la piscina y llegue a otras zonas de las instalaciones cubiertas, como pueden ser la sala de fitness, y las salas contiguas donde se realizan diversas actividades a lo largo del día. Para esto la mejor solución es el aislamiento térmico de paredes y puertas, ya que es un sistema que no solo impide que el frío o el calor traspasen las paredes, sino que además será una fuente de ahorro de dinero al tener que utilizar menos energía

eléctrica, lo que a su vez supone la contribución a la disminución de emisión de elementos contaminantes a la atmosfera.

6.2.4 Mejora de la limpieza e higiene de las instalaciones

Otro punto débil de las instalaciones, según las valoraciones de los encuestados, es la limpieza e higiene de las instalaciones. La imagen que el usuario percibe de un servicio público es clave para la medición de la calidad del servicio, por lo tanto si un usuario percibe que la limpieza e higiene en la prestación de un servicio no es buena, este hecho influirá negativamente en la imagen que el usuario percibe, lo que se vuelve en insatisfacción para el usuario. Asimismo en las instalaciones deportivas se dan las condiciones óptimas para el crecimiento de microorganismos en algunas partes de éstas, como pueden ser vestuarios o zonas de “pies húmedos”. Por estas razones la mejora sobre la limpieza e higiene que se efectúa en las instalaciones debe ser primordial para el aumento de la satisfacción de los usuarios. A continuación se va a proceder a la proposición de un plan de mantenimiento de las instalaciones. Esta planificación se va a dividir en tres sectores: zonas húmedas, zonas interiores y zonas exteriores.

- Las zonas húmedas están compuestas por vestuarios y piscina.

Tabla 15. Zonas húmedas.

Tareas	Frecuencia
Barrido y fregado de suelos	1 vez por la mañana, 2 veces por la tarde
Aplicación de detergentes y desengrasantes	Diaria
Limpieza y desinfección de chapados	Semanal
Limpieza y desinfección de pavimento y bancos	Diaria
Limpieza y desinfección de sanitarios	1 vez por la mañana, 2 veces por la tarde
Desempolvado de mobiliario	Semanal

Desempolvado de paredes y techo	Bisemanal
Desincrustado de sanitarios, chapados y pavimentos	Mensual
Limpieza y desinfección de duchas	Diaria

Fuente: Elaboración propia.

- Las zonas interiores están compuestas por recepciones, oficinas, pasillos, salas de actividades y pabellón.

Tabla 16. Zonas interiores.

Tareas	Frecuencia
Barrido y fregado de suelos	1 vez por la mañana, 2 veces por la tarde
Aplicación de detergentes y desengrasantes	Diaria
Limpieza y desinfección de chapados	Semanal
Limpieza y desinfección de pavimento	Diaria
Limpieza y desinfección de sanitarios	1 vez por la mañana, 2 veces por la tarde
Desempolvado de mobiliario	Semanal
Desempolvado de paredes y techo	Bisemanal
Desincrustado de sanitarios, chapados y pavimentos	Mensual
Limpieza de maquinaria (sala fitness)	1 vez por la mañana, 1 vez por la tarde

Fuente: Elaboración propia.

- Las zonas exteriores están formadas por aceras, viales, accesos y superficies deportivas.

Tabla 17. Zonas exteriores.

Tareas	Frecuencia
Barrido y fregado de suelos	Diaria
Aplicación de detergentes y desengrasantes	Diaria
Desinfección de pavimento	Semanal

Fuente: Elaboración propia.

6.2.5 Mejora del sistema de gestión de sugerencias y reclamaciones

Un sistema de gestión de sugerencias y quejas efectivo juega un papel fundamental en la calidad de la gestión de un servicio público. Las quejas, sugerencias y reclamaciones de los usuarios son una fuente de información que las organizaciones pueden usar para mejorar la prestación de sus servicios, mejorar su reputación y aumentar la confianza entre sus usuarios, además representa una herramienta de participación y contribución a la calidad del desempeño. Con el fin de aprovechar este conocimiento para las instalaciones, es importante disponer de un sistema eficaz de gestión de sugerencias y reclamaciones, además de mecanismos que incentiven la participación de los usuarios. Pero tal y como se ha visto analizando los resultados de la encuesta, la forma en la que se gestionan las sugerencias y reclamaciones es un aspecto que requiere una mejora por parte de la organización. Esto se debe a que tan sólo al 9% de encuestados que han presentado alguna sugerencia o reclamación se le ha respondido de forma rápida y a que un 82% de los encuestados que alguna vez presentaron una sugerencia o reclamación se sienten insatisfechos con la respuesta recibida, incluso muchos de éstos ni tan siquiera obtuvieron respuesta alguna. Para invertir estos resultados y mejorar la satisfacción de los usuarios de las instalaciones se va proponer el diseño de un nuevo sistema de gestión de sugerencias y reclamaciones con la ayuda del Manual de Buenas Prácticas en Instalaciones Deportivas.

El proceso de transformación de las reclamaciones y sugerencias de los usuarios en un conocimiento útil para la organización, que proporcione un valor añadido para su gestión implica la existencia de un sistema robusto para la gestión de las sugerencias o reclamaciones. Para que dicho sistema se convierta en un instrumento eficaz y operativo, son necesarias algunas consideraciones básicas para su implantación:

- Es importante disponer de una unidad o personal designado, responsable de la gestión de las sugerencias o reclamaciones. Este personal debe estar capacitado para las actividades de recogida, gestión, tramitación, resolución y comunicación, especialmente la capacidad de respuesta al usuario.
- Disponer de un procedimiento establecido y formal para la gestión de las sugerencias y reclamaciones.
- Difusión y comunicación a los usuarios sobre la existencia de un sistema de recogida y gestión de sugerencias y reclamaciones, además deben ser públicos y suficientemente claros los procedimientos que el usuario debe llevar a cabo para la presentación de una sugerencia o reclamación.
- El sistema debe ser de fácil acceso para los usuarios.
- Deben existir formatos a disposición de los usuarios para la presentación de sugerencias y reclamaciones, así como un lugar indicado para su presentación.
- Disponibilidad de diversos medios para la presentación de sugerencias o reclamaciones, incluyendo formatos escritos, electrónicos o vía telefónica
- El sistema debe dar respuesta a la sugerencia o reclamación de forma rápida y clara.

A continuación se propone y describe un procedimiento a seguir para la gestión de las reclamaciones y sugerencias.

- **Inicio del proceso**

En esta etapa se definen las acciones de comunicación y difusión del procedimiento. El objetivo de esta fase es que el personal y los usuarios conozcan la existencia del procedimiento de reclamaciones y sugerencias y las funciones que desempeña. Es importante que una vez se ha establecido el procedimiento se proceda a la formación del personal e información de los usuarios. Esta información debe ser clara en cuanto a las funciones, las personas responsables del proceso, la ubicación física de los puntos donde pueden presentarse y aquellos aspectos que se consideren esenciales en el procedimiento de gestión. Los medios para alcanzar una mayor difusión son los siguientes:

- Folletos de difusión interna.
- Circulares informativas.
- En formato electrónico.
- Tablón de anuncios en las instalaciones.

- **Recepción de la queja o sugerencia**

Debe existir la posibilidad de presentar las sugerencias y reclamaciones en diferentes formatos. Los diferentes formatos de presentación deberán confluir en la cumplimentación de un cuestionario estándar, del que se almacenarán los datos y la información que se aplicará en las siguientes fases del proceso. La información a registrar a partir de los formularios cumplimentados, deberá incluir datos trascendentes y que se consideren necesarios para el futuro tratamiento y gestión de la incidencia. Algunos datos importantes pueden ser:

- Información relativa al reclamante.
- Descripción de la reclamación o sugerencia.
- Solución que le usuario propone o solicita.
- Servicio o procedimiento de las instalaciones objetos de la reclamación o sugerencia.
- Plazo límite de respuesta.

- Información acerca del personal relacionado con la incidencia.

- **Seguimiento**

La información registrada anteriormente debe ser almacenada y clasificada de forma que permita su posterior consulta, lo que facilitará su seguimiento a lo largo del proceso. Una vez almacenada en la base de datos, deberá actualizarse el estado de la incidencia periódicamente.

- **Acuse de recibo**

Debe enviarse una notificación al usuario, indicando que su reclamación o sugerencia ha sido recibida y se encuentra en el proceso de resolución de la misma. Esto se llevaría a cabo en el formato que se considere pertinente.

- **Evaluación inicial**

Cada sugerencia o reclamación recibida, debería evaluarse y clasificarse de acuerdo a criterios establecidos. En esta propuesta de mejora se proponen criterios a tener en cuenta a la hora de establecer prioridades y niveles de actuación tales como la severidad, implicaciones de seguridad y riesgos, complejidad y necesidad de una acción inmediata.

- **Investigación**

Dependiendo de la clasificación y categorización antes determinada, se establecerá el nivel de profundidad de la investigación a llevar a cabo. No obstante, para cada incidencia deberán investigarse las causas, situaciones, personas y circunstancias correspondientes.

- **Continuación de la resolución**

En este punto es necesario determinar si la información obtenida a partir de la investigación es suficiente para continuar con el proceso de resolución, en caso de que no fuera así, sería necesario profundizar en la investigación. Posteriormente debería determinarse la posibilidad de la resolución o viabilidad de la reclamación o sugerencia, si se determina que si lo es se continúa con la etapa siguiente del proceso; si no fuera posible llevarla a término, sería necesario decidir si se continúa con el proceso, y dirigirla a un nivel superior de resolución.

- **Activación del proceso**

En esta etapa del proceso deben determinarse las acciones a llevar a cabo dependiendo del carácter de la incidencia, si es una reclamación o una sugerencia. La determinación de estas acciones deberá realizarse de forma conjunta con el personal encargado y la dirección de la entidad. Finalmente debe comunicarse la decisión tomada al usuario.

- **Cierre del proceso**

Debe determinarse si la solución ofrecida ha sido satisfactoria para el usuario, de no ser así se decidirá si se continúa con el proceso a un nivel superior de resolución. Si la respuesta es satisfactoria, se procede al cierre de la incidencia.

6.3 Conclusión general

Como conclusión general al estudio, después de haber analizado el grado de satisfacción de los usuarios, se puede afirmar que, pese a lo exigente que es el usuario de servicios públicos en la actualidad, el grado de satisfacción que ostentan las instalaciones deportivas de Aldaia es más que aceptable. Estos usuarios demandan no sólo tener acceso a servicios deportivos sino que, basados en experiencias anteriores y teniendo en cuenta la gran oferta de servicios deportivos que existe en la actualidad, demandan servicios de la más alta calidad. Las instalaciones deportivas de Aldaia persiguen este objetivo, dar un servicio de máxima calidad que satisfaga completamente las necesidades de los usuarios, y si la organización sigue por este camino se acercará a este objetivo, pues con la introducción de pequeños cambios que mejoren la gestión, y atendiendo a las nuevas demandas emergentes, cada día estará más cerca de conseguirlo. Una buena herramienta para conocer en qué situación se encuentra la organización respecto al objetivo de satisfacción total del usuario son los estudios de satisfacción, como el realizado en el presente TFG. Por esta razón recomiendo a la organización la realización de este tipo de estudios al menos una vez cada dos años, con esto conseguirán detectar los posibles fallos y corregirlos a tiempo para no desviarse en exceso del objetivo perseguido por la organización.

Este trabajo ha sido entregado al gestor público responsable de las instalaciones deportivas de Aldaia, para que sirva de ayuda y se tenga en consideración en el momento de la toma de decisiones.

Bibliografía

Libros:

- Acosta, J. M^a. (2012). *Gestión de quejas y reclamaciones*. Barcelona: Editorial Bresca.
- Lobato Gómez, F., López Luengo, M^a. A. (2004). *Investigación Comercial*. Madrid: Thomson Paraninfo.
- Prats Darder, P. (2005). *Métodos para medir la satisfacción del cliente*. Madrid: AENOR.
- Rivera Vilas, L.M. (2004). *Marketing para las administraciones públicas, Gestión de la satisfacción en un servicio público*. Valencia: Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia.
- Santesmases Mestre, M. (2009). *DYANE Versión 4. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Referencias electrónicas:

- Agencia Estatal de Evaluación de las Políticas Públicas y la Calidad de los Servicios (2009). Guía para la evaluación de la calidad de los Servicios Públicos.
<http://www.aeval.es/export/sites/aeval/comun/pdf/calidad/guias/Guia_evaluacion_calidad.pdf> [Consulta: 20 de Mayo de 2014].
- Área de Gobierno, de las artes, deportes y turismo de Madrid (2014). *Encuesta de satisfacción de los usuarios de centros deportivos municipales*.
<http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Calidad/Observatorio_Ciudad/06_S_Percepcion/SPCEstudiosSectoriales/ADeporte/ficheros/Informe2014_007ESU.pdf> [Consulta: 01 de Julio de 2014].
- Ayuntamiento de Aldaia (2014). *Deportes: servicios*.
<<http://www.aldia.es/ajuntament/arees-municipals/esports/serveis>> [Consulta: 20 de Mayo de 2014].
- Ayuntamiento de Madrid (2011). *Criterios de orientación para la realización de encuestas de satisfacción del Ayuntamiento de Madrid*.

<<http://www.madrid.es/UnidadWeb/UGNormativas/Normativa/2011/ficheros/AnexoIIInstruccionesEncuestas.pdf>> [Consulta: 05 de Mayo de 2014].

- Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) (2009). *Buenas prácticas en instalaciones deportivas*. <http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/instdep/instalaciones_deportivas.pdf > [Consulta: 07 de julio de 2014].
- Gobierno de Navarra (2014). *Análisis de la demanda y del grado de satisfacción ciudadana*. <http://www.navarra.es/home_es/Temas/Administracion+Publica/Evaluacion+y+Calidad/Analisis+de+la+demand/> [Consulta: 10 de Abril de 2014].
- Ministerio de Administraciones Públicas (2006). *Guía de orientación para la realización de estudios de análisis de la demanda y de encuestas de satisfacción*. <http://www.seap.minhap.gob.es/dms/es/publicaciones/centro_de_publicaciones_de_la_sgt/Monografias/parrafo/01111111111118/text_es_files/Guia-analisis-demanda-y-encues.pdf> [Consulta: 25 de Mayo 2014].

Legislación:

- España. Real Decreto 951/2005, de 29 de Julio, por el que se establece el marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado. *Boletín Oficial del Estado*. 3 de Septiembre de 2005, núm. 211.
- Generalitat Valenciana. LEY 2/2011, de 22 de marzo, de la Generalitat, del Deporte y la Actividad Física de la Comunidad Valenciana. *Diario Oficial de la comunidad valenciana*, 24 de Marzo de 2011, núm.6487.

Anexos

Anexo 1. Cuestionario previo

Encuesta de satisfacción de las Instalaciones Deportivas del municipio de Aldaia

Buenos días/tardes, le informo de que me encuentro realizando un estudio para conocer el grado de satisfacción de los usuarios de las instalaciones deportivas del municipio de Aldaia. Este estudio lo realizo como parte de mi Trabajo de Final de Grado en la Universidad Politécnica de Valencia. Su opinión puede ser de gran utilidad ya no solo para la realización del trabajo, sino también para la mejora de las instalaciones, ya que una vez finalizado el estudio será entregado a los responsables de las instalaciones. Esta encuesta es anónima, por lo que no se requiere que indique ningún tipo de dato personal.

<p>P. 1. Cuestionario realizado por:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 1. Usuario de las instalaciones deportivas<input type="checkbox"/> 2. Padres, tutores en nombre de los usuarios	<p>P. 2. ¿Con qué frecuencia acude a las instalaciones deportivas de Aldaia?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 1. Una vez a la semana<input type="checkbox"/> 2. De 1 a 3 veces a la semana<input type="checkbox"/> 3. De 3 a 5 veces a la semana<input type="checkbox"/> 4. Más de 5 veces a la semana
--	---

<p>P. 3. Señale las actividades en las que está inscrito: Actividades en seco</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 1. Total training<input type="checkbox"/> 2. AeroGAP<input type="checkbox"/> 3. GAP<input type="checkbox"/> 4. Mantenimiento 3ª edad<input type="checkbox"/> 5. AeroStep<input type="checkbox"/> 6. Latin Dance<input type="checkbox"/> 7. Spinning<input type="checkbox"/> 8. Pilates<input type="checkbox"/> 9. Pilates dinámico<input type="checkbox"/> 10. Tenis adultos<input type="checkbox"/> 11. Bailes de salón	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 12. Yoga-Taichi<input type="checkbox"/> 13. Danzas orientales<input type="checkbox"/> 14. Tenis infantil<input type="checkbox"/> 15. Xiquiritme<input type="checkbox"/> 17. Gimnasia rítmica<input type="checkbox"/> 18. Aeróbic infantil<input type="checkbox"/> 19. Estilos<input type="checkbox"/> 20. Duatlón joven<input type="checkbox"/> 21. Multideporte<input type="checkbox"/> 22. Sala Musculación
---	---

ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DEL MUNICIPIO DE ALDAIA Y PROPUESTAS DE MEJORA

<p>P. 4. Señale las actividades en las que está inscrito: Actividades de agua</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Bebés</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Delfines</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Niños</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Adultos</p>	<p><input type="checkbox"/> 5. 3ª edad</p> <p><input type="checkbox"/> 6. Escuela de natación</p> <p><input type="checkbox"/> 7. Aquagym</p> <p><input type="checkbox"/> 8. Natación adaptada</p>
--	---

<p>P. 5. ¿Qué otras actividades que le gustaría realizar en nuestras instalaciones?</p> <p>P. 6. ¿Realiza actividades deportivas fuera de las instalaciones?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p> <p>P. 7. En caso de haber elegido que sí en la pregunta anterior, ¿cuáles?</p> <p>P. 8. Asiste a las instalaciones en horario de:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Mañana</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Tarde</p> <p>P. 9. Como conoció la actividad en la que está inscrito/a:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Prensa</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Folletos</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Instalación</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Familiares o amigos</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Otros</p> <p>P. 10. ¿Cuánto tiempo hace que participa en las actividades de la instalación?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Entre 1 mes y 6 meses</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Entre 6 meses y un año</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Entre 1 y 2 años</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Entre 2 y 4 años</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Más de 4 años</p>	<p>P. 11. ¿Qué objetivos le motivaron a inscribirse en la/s actividad/es?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Hacer amigos</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Rehabilitación</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Encontrarse bien físicamente</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Adelgazar</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Aprender y practicar deporte</p> <p><input type="checkbox"/> 6. Ocupación del tiempo libre</p> <p><input type="checkbox"/> 7. Diversión</p> <p>P. 12. ¿Tiene vd intención de seguir en las actividades de las instalaciones?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p> <p>P. 13. Motivos para NO seguir:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Falta de tiempo</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Precio</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Clases poco atractivas</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Lejanía de las instalaciones</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Otros</p> <p>P. 14. ¿Le parece adecuada la duración de las clases?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p> <p>P. 15. En caso de que no, indique porque:</p>
--	--

ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DEL MUNICIPIO DE ALDAIA Y PROPUESTAS DE MEJORA

<p>P. 16. ¿Le parece adecuado el número de sesiones semanales?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p>	<p>P. 17. En caso de que no, indique porque:</p>
--	--

Califique con valores que vayan del 1 al 10 siendo el 1 lo peor y el 10 lo mejor

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18. La oferta de actividades de la instalación:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
19. Los horarios de las clases existentes:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
20. El precio en relación al servicio ofrecido:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
21. Información recibida sobre nuestras actividades:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
22. Atención del personal de las instalaciones:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
23. Procedimiento de inscripción:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

Califique con valores que vayan del 1 al 10 siendo el 1 lo peor y el 10 lo mejor

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24. Valore Limpieza e higiene de las instalaciones:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
25. Valore la temperatura de las instalaciones cubiertas:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
26. Valore la iluminación de las instalaciones:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
27. Valore el espacio, tanto de los vestuarios, como de las zonas reservadas a actividades:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
28. Valore el material deportivo disponible para la realización de actividades:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
29. Valore las clases (variedad, puntualidad, ritmo, etc):	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DEL MUNICIPIO DE ALDAIA Y PROPUESTAS DE MEJORA

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30. Valore a los profesores:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
31. Valoración global de las instalaciones deportivas:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

<p>P. 32. ¿Alguna vez ha presentado alguna reclamación o sugerencia?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p>	<p>P. 33. ¿Le contestaron rápidamente? (menos de 15 días)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p>
--	---

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
34. Satisfacción con la contestación (Califique del 1 al 10 siendo el 1 no está satisfecho y el 10 que sí lo está)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

<p>P. 35. ¿Utiliza algún medio de transporte público para acudir a las instalaciones?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p> <p>P. 36. Utiliza estas instalaciones por:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Cercanía a mi domicilio</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Ofrecen mi actividad preferida</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Calidad de los servicios prestados</p> <p>P. 37. ¿Cuánto tiempo tarda en acudir a las instalaciones?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Menos de 5 minutos</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Entre 5 y 10 minutos</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Entre 10 y 15 minutos</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Más de 15 minutos</p> <p>P. 38. Sexo</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Hombre</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Mujer</p>	<p>P. 39. Edad</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Infantil (menos de 14 años)</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Joven (de 14 a 18 años)</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Adulto (de 19 a 65 años)</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Senior (más de 65 años)</p> <p>P. 40. Estado civil:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Casado/a</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Soltero/a</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Separado/a</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Viudo/a</p> <p>P. 41. Situación laboral:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Activo</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Parado</p> <p>P. 42. Nº miembros de la unidad familiar:</p>
---	---

ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DEL MUNICIPIO DE ALDAIA Y PROPUESTAS DE MEJORA

<p>P. 43. ¿Cuántos de estos practican deporte en estas instalaciones?</p>	<p>P. 44. ¿Alguna vez ha recomendado a algún familiar o amigo la inscripción en alguna de las actividades de la instalación?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p>
---	--

Anexo 2. Cuestionario final

Encuesta de satisfacción de las Instalaciones Deportivas del municipio de Aldaia

Buenos días/tardes, le informo de que me encuentro realizando un estudio para conocer el grado de satisfacción de los usuarios de las instalaciones deportivas del municipio de Aldaia. Este estudio lo realizo como parte de mi Trabajo de Final de Grado en la Universidad Politécnica de Valencia. Su opinión puede ser de gran utilidad ya no solo para la realización del trabajo, sino también para la mejora de las instalaciones, ya que una vez finalizado el estudio será entregado a los responsables de las instalaciones. Esta encuesta es anónima, por lo que no se requiere que indique ningún tipo de dato personal.

<p>P. 1. Cuestionario realizado por:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Usuario de las instalaciones deportivas</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Padres, tutores en nombre de los usuarios</p>	<p>P. 2. ¿Con qué frecuencia acude a las instalaciones deportivas de Aldaia?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Menos de una vez a la semana</p> <p><input type="checkbox"/> 2. De 1 a 2 veces a la semana</p> <p><input type="checkbox"/> 3. De 3 a 4 veces a la semana</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Más de 4 veces a la semana</p>
--	--

<p>P. 3. Señale las actividades en las que está inscrito: Actividades en seco</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Total training</p> <p><input type="checkbox"/> 2. AeroGAP</p> <p><input type="checkbox"/> 3. GAP</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Mantenimiento 3ª edad</p> <p><input type="checkbox"/> 5. AeroStep</p> <p><input type="checkbox"/> 6. Latin Dance</p> <p><input type="checkbox"/> 7. Spinning</p> <p><input type="checkbox"/> 8. Pilates</p> <p><input type="checkbox"/> 9. Pilates dinámico</p> <p><input type="checkbox"/> 10. Tenis adultos</p> <p><input type="checkbox"/> 11. Bailes de salón</p> <p><input type="checkbox"/> 12. Yoga-Taichi</p> <p><input type="checkbox"/> 13. Danzas orientales</p>	<p><input type="checkbox"/> 14. Tenis infantil</p> <p><input type="checkbox"/> 15. Xiquiritme</p> <p><input type="checkbox"/> 16. Total training joven</p> <p><input type="checkbox"/> 17. Gimnasia rítmica</p> <p><input type="checkbox"/> 18. Aeróbic infantil</p> <p><input type="checkbox"/> 19. Estilos</p> <p><input type="checkbox"/> 20. Duatlón joven</p> <p><input type="checkbox"/> 21. Multideporte</p> <p><input type="checkbox"/> 22. Fútbol 11</p> <p><input type="checkbox"/> 23. Fútbol 7</p> <p><input type="checkbox"/> 24. Pádel</p> <p><input type="checkbox"/> 25. Frontón</p> <p><input type="checkbox"/> 26. Baloncesto</p> <p><input type="checkbox"/> 27. Sala Fitness</p>
--	--

ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DEL MUNICIPIO DE ALDAIA Y PROPUESTAS DE MEJORA

<p>P. 4. Señale las actividades en las que está inscrito: Actividades de agua</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Bebés</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Delfines</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Niños</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Adultos</p>	<p><input type="checkbox"/> 5. 3ª edad</p> <p><input type="checkbox"/> 6. Escuela de natación</p> <p><input type="checkbox"/> 7. Aquagym</p> <p><input type="checkbox"/> 8. Natación adaptada</p> <p><input type="checkbox"/> 9. Terapéutica</p>
--	--

<p>P. 5. ¿Realiza actividades deportivas fuera de las instalaciones?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si (Pasar a la pregunta 6)</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No (Pasar a la pregunta 7)</p> <p>P. 6. En caso de haber elegido que sí en la pregunta anterior, ¿cuáles?</p> <p>P. 7. Asiste a las instalaciones en horario de:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Mañana</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Tarde</p> <p>P. 8. Como conoció la actividad en la que está inscrito/a:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Prensa</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Folletos</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Instalación</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Familiares o amigos</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Otros</p> <p>P. 9. ¿Cuánto tiempo hace que participa en las actividades de la instalación?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Menos de un mes</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Entre 1 mes y 1 año</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Entre 1 y 2 años</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Entre 2 y 4 años</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Más de 4 años</p>	<p>P. 10. ¿Qué objetivos le motivaron a inscribirse en la/s actividad/es?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Hacer amigos</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Sentirse más joven</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Rehabilitación</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Encontrarse bien físicamente</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Adelgazar</p> <p><input type="checkbox"/> 6. Aprender y practicar deporte</p> <p><input type="checkbox"/> 7. Ocupación del tiempo libre</p> <p><input type="checkbox"/> 8. Diversión</p> <p>P. 11. ¿Tiene vd intención de seguir en las actividades de la instalación?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si (Pasar a la pregunta 13)</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No (Pasar a la pregunta 12)</p> <p>P. 12. Motivos para NO seguir:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Falta de tiempo</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Precio</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Clases poco atractivas</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Lejanía de las instalaciones</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Otros</p> <p>P. 13. ¿Le parece adecuada la duración de las clases?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si (Pasar a la pregunta 15)</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No (Pasar a la pregunta 14)</p>
--	--

ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DEL MUNICIPIO DE ALDAIA Y PROPUESTAS DE MEJORA

<p>P. 14. En caso de que no, indique porque:</p> <p>P. 15. ¿Le parece adecuado el número de sesiones semanales?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si (Pasar a la pregunta 17)</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No (Pasar a la pregunta 16)</p>	<p>P. 16. En caso de que no, indique porque:</p> <p>P. 17. ¿Ha recomendado las instalaciones a algún familiar o amigo?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p>
--	---

Califique con valores que vayan del 1 al 10 siendo el 1 lo peor y el 10 lo mejor

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18. La oferta de actividades de la instalación:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
19. Los horarios de las clases existentes:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
20. El precio en relación al servicio ofrecido:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
21. Información recibida sobre las actividades de la instalación:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
22. Atención del personal de las instalaciones:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
23. Procedimiento de inscripción:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

Califique con valores que vayan del 1 al 10 siendo el 1 lo peor y el 10 lo mejor

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24. Valore Limpieza e higiene de las instalaciones:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
25. Valore la temperatura de las instalaciones cubiertas:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
26. Valore la iluminación de las instalaciones:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
27. Valore el espacio, tanto de los vestuarios, como de las zonas reservadas a actividades:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

ANÁLISIS DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DEL MUNICIPIO DE ALDAIA Y PROPUESTAS DE MEJORA

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28. Valore el material deportivo disponible para la realización de actividades:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
29. Valore las clases (variedad, puntualidad, ritmo, etc):	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
30. Valore a los profesores:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
31. Valoración global de las instalaciones deportivas:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

<p>P. 32. ¿Alguna vez ha presentado alguna reclamación o sugerencia?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si (Pasar a la pregunta 33)</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No (Pasar a la pregunta 35)</p>	<p>P. 33. ¿Le contestaron rápidamente? (menos de 15 días)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p>
--	---

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
34. Satisfacción con la contestación (Califique del 1 al 10 siendo el 1 no está satisfecho y el 10 que sí lo está)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

<p>P. 35. Utiliza estas instalaciones por:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Cercanía a mi domicilio</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Ofrecen mi actividad preferida</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Calidad de los servicios prestados</p> <p>P. 36. Sexo</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Hombre</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Mujer</p> <p>P. 37. Edad</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Infantil (menos de 14 años)</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Joven (de 14 a 17 años)</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Adulto (de 18 a 65 años)</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Senior (más de 65 años)</p>	<p>P. 38. Estado civil:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Casado/a</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Soltero/a</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Separado/a</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Viudo/a</p> <p>P. 39. Situación laboral:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Activo</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Parado</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Estudiante</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Jubilado</p>
---	--

