

Análisis Importancia-Valoración aplicado a un Centro Especializado de Tecnificación Deportiva en Tenis (CETDT)

Importance-Performance Analysis applied to a Specialized Center for Tennis Sport Technification (SCTST)

Alejandro Lara-Bocanegra¹, M. Rocío Bohórquez², Jerónimo García-Fernández¹

¹ Facultad Ciencias de la Educación. Departamento Educación Física y Deporte, Universidad de Sevilla. Grupo de Investigación en Gestión e Innovación en Servicios Deportivos, Ocio y Recreación (GISDOR), España

² Facultad Ciencias de la Educación. Departamento Psicología Social, Universidad de Sevilla. Grupo de Investigación en Gestión e Innovación en Servicios Deportivos, Ocio y Recreación (GISDOR), España

Autor para la correspondencia: Jerónimo García-Fernández, jeronimo@us.es

Título abreviado:

IPA en Centros Deportivos

Cómo citar el artículo:

Lara-Bocanegra, A., Bohórquez, M. R., & García-Fernández, J. (2022). Análisis Importancia-Valoración aplicado a un Centro Especializado de Tecnificación Deportiva en Tenis (CETDT). *Cultura, Ciencia y Deporte*, 17(52), 37-68. <http://doi.org/10.12800/ccd.v17i52.1814>

Recibido: 01 octubre 2021 / Aceptado: 01 marzo 2022

Resumen

El objetivo de este estudio fue evaluar las características de los servicios de un Centro Especializado de Tecnificación Deportiva en Tenis (CETDT) a través de un análisis Importancia-Valoración (IPA) realizado por los clientes internos y externos del mismo. Aun existiendo trabajos vinculados a los centros deportivos en España, no existe ninguno que se centre en los CETDT, y que, además, indague en las percepciones de sus diferentes clientes y presente un análisis segmentado por características de éstos. En el estudio participaron 128 clientes del CETDT, siendo 102 hombres y 26 restante mujeres, con una edad media de 43.81 años ($DT = 13.60$). Como instrumento de medida se aplicó un cuestionario online, con preguntas sobre características de los clientes (sociodemográficos) y una medida de comportamiento, compuesta por 29 ítems. A raíz de los datos obtenidos, se realizó el análisis IPA atendiendo principalmente al sexo y al tipo de relación de los clientes con el CETDT, teniendo en cuenta las discrepancias entre las puntuaciones medias obtenidas en valoración e importancia. Los principales hallazgos indican que todos los atributos pueden ser mejorados, pero se debe poner un especial énfasis en las tarifas y el estado de conservación de los espacios deportivos del CETDT.

Palabras clave: IPA, centro deportivo, clientes, satisfacción, tenis.

Abstract

The aim of this study was to evaluate the characteristics of the services of a Specialised Centre for Tennis Sport Technification (SCTST) through an Importance-Performance Analysis (IPA) carried out by its internal and external customers. However, although there are studies related to sports centres in Spain, there is none that focuses on SCTST, and that can also investigate the perceptions of their different customers and present an analysis segmented by customer characteristics. A total of 128 clients of the SCTST participated in the study, 102 being men and the remaining 26 women, with an average age of 43.81 ($SD = 13.60$). As a measurement instrument, the online questionnaire was applied, with questions on customer characteristics (sociodemographics) and a behavioural measure, consisting of 29 items. As a result of the data obtained, IPA analysis was performed mainly according to sex and type of relationship of the clients with the SCTST, taking into account the discrepancies between the mean scores obtained in valuation and importance. The main findings indicate that all attributes can be improved, but special emphasis should be placed on the rates and state of conservation of the SCTST sports facilities.

Keywords: IPA, sport center, customers, satisfaction, tennis.

1. Introducción

Según la encuesta de hábitos deportivos en España 2020 del Ministerio de Educación, Ciencia y Deporte (MECD, 2021), a pesar de que el impacto del COVID-19 ha sido determinante en la evolución de los indicadores de práctica deportiva en España, ésta ha aumentado con una tasa anual de práctica del 59,6%, cifra que supone un incremento de 6,1 puntos porcentuales respecto a 2015. El incremento en la práctica deportiva ha supuesto más frecuencia diaria y semanal, con ascensos de 7,6 y 8,6 puntos porcentuales respectivamente, y han sido generalizados en los diversos colectivos y superiores en aquellos grupos que presentaban menores tasas de participación (MECD, 2021). Por otro lado, esta práctica deportiva se realiza al aire libre en un 47,1% de las ocasiones, en espacios cerrados el 23,1% de las veces y el 29,8% en ambos entornos indistintamente. Un 36,3% de la población que practica deporte manifestó que solía hacerlo en su casa, porcentaje que prácticamente duplica al observado en 2015, un 17,2% en un centro de enseñanza, un 3% en el centro de trabajo y un 3,1% aprovecha los trayectos al trabajo o centro de enseñanza (MECD, 2021). Finalmente, el 45,3% de las personas que practican deporte utiliza instalaciones específicas para ello, cifra que supone un descenso notable, 13,5 puntos porcentuales respecto a la edición anterior de la encuesta (MECD, 2021).

Tal y como expone el MECD (2021) en cuanto a la práctica deportiva del tenis, ésta ha sufrido una drástica caída frente a la anterior encuesta de 2015, donde existía un 14% de practicantes frente al 7,2% de la actualidad. Si se analizan los datos en cuanto al sexo, se puede apreciar que las mujeres presentan un 4,8% en 2020 frente al 9,1% de 2015, mientras que el 9,2% de los hombres practicaban en 2020 frente al 18,1% en 2015. Estos datos no hacen más que redundar en la necesidad de analizar las percepciones y satisfacción de estos practicantes para poder dotar de herramientas a los gestores de estas instalaciones deportivas y así aumentar el número de practicantes de esta modalidad deportiva. En este sentido, en las organizaciones deportivas se precisan evaluaciones para determinar las percepciones de los usuarios, pudiendo estar vinculadas a la calidad y satisfacción (García-Fernández et al., 2014). Asimismo, no existe en la actualidad ningún trabajo que se centre en el análisis de las percepciones de los diferentes clientes practicantes de tenis de un Centro Especializado de Tecnificación Deportiva en Tenis (CETDT). Por ello, el objetivo de este estudio fue evaluar las características de los servicios de un CETDT a través de un análisis Importancia-Valoración (IPA) realizado por los clientes internos y externos del mismo.

En base a lo comentado, el trabajo se estructura en cinco secciones. La introducción se desarrollará en la primera sección. El segundo apartado cuenta con la fundamentación teórica que abordará el marco teórico y la situación actual desde la que emana esta investigación. El tercero presenta la metodología utilizada desarrollando los participantes y cuál ha sido el procedimiento de análisis y recopilación de datos. El cuarto apartado muestra los resultados de la investigación comparando los hallazgos de los dos grupos analizados. El quinto alberga la discusión, mientras que el sexto apartado expone las conclusiones a las que se han llegado gracias al desarrollo de esta investigación.

2. Fundamentación teórica

2.1. Centro Especializados de Tecnificación Deportiva (CETD)

Tal y como exponen Rial et al. (2013), a partir de la adjudicación de los Juegos Olímpicos de Barcelona '92 es cuando comienzan a crearse en España estructuras y programas integrales encaminados a optimizar la captación y la preparación de futuros deportistas. De este modo, se proporcionan los recursos y las condiciones necesarias, haciendo necesario la construcción de Centros que contarán con las mejores instalaciones, servicios y medios técnicos a fin de garantizar el éxito deportivo (CSD, 2014). Con el fin de atender tanto al alto nivel como a la preparación y detección de futuras promesas deportivas se construyen los Centros de Alto Rendimiento (CAR) y los Centros de Tecnificación Deportivos (CTD). Los CAR consisten en instalaciones deportivas de titularidad estatal o autonómica y que tienen como objetivo la mejora del rendimiento de los deportistas de alto nivel, mientras que los CTD son instalaciones autonómicas, locales o de federaciones deportivas que se centran en el perfeccionamiento deportivo (CSD, 2014). Por último, y como complemento a las instalaciones anteriores, se encuentran los Centros Especializados de Alto Rendimiento (CEAR) y los Centros Especializados de Tecnificación Deportiva (CETD), encargados de acoger deportes o modalidades deportivas que por sus particularidades no pueden ser atendidos en los CAR ni en los CTD. Tanto los CEAR como los CETD presentan titularidad estatal, autonómica, local o de federaciones deportivas, y se diferencian en que los CEAR están enfocados a deportistas de alto nivel, mientras que los CETD se vinculan al perfeccionamiento deportivo (Rial et al., 2013).

Atendiendo a lo indicado por el CSD (2014), los CETD se desarrollan para una modalidad deportiva concreta y se ocupan del perfeccionamiento de los deportistas, su actividad se desarrolla fundamentalmente en el ámbito autonómico, existiendo en la actualidad 32 centros en funcionamiento de diferentes modalidades deportivas en España (ej.: deportes de invierno, tenis, tenis de mesa, vela, etc.) (CSD, 2014; 2019). A lo sumo y partiendo de que los CETD pueden presentar titularidad estatal, autonómica o de federaciones deportivas, algunos de estos centros comparten instalaciones públicas que pueden ser usadas por otros usuarios con carácter amateur o competitivo. Por este motivo y debido a que uno de los principales objetivos de las federaciones deportivas es la promoción del deporte, es interesante poner el foco de la investigación sobre este tipo de centros (CETD) para analizar su funcionamiento y gestión a través de las percepciones de sus clientes tanto internos (empleados - trabajadores) como externos (usuarios - consumidores).

2.2. Análisis Importancia-Valoración

El análisis de importancia-valoración (Martilla & James, 1977) -en adelante IPA- permite detectar los elementos que se están gestionando correctamente, así como aquellos que necesitan una mayor atención por parte de la organización. Este análisis se centra en la importancia que dan los usuarios o consumidores a los diferentes elementos del servicio o producto, así como a la valoración que les dan tras su uso (Zamorano-Solís & García-Fernández, 2018). A través de este análisis se genera una representación gráfica de los resultados en cuatro cuadrantes (Martilla & James, 1977), mostrando a cada uno de ellos una estrategia a seguir en su tratamiento (Figura 1). El gráfico creado sigue la siguiente forma: cuadrante superior izquierdo ("concentrarse aquí"),

cuadrante superior derecho ("mantener el buen trabajo"), cuadrante inferior izquierdo ("baja prioridad") y cuadrante inferior derecho ("posible caída de recursos"). Tal y como exponen Ábalo et al. (2006), las puntuaciones medias de la importancia y la valoración obtenidas para cada atributo

definirán su posición en el gráfico. De esta forma, los gestores podrán centrarse en los atributos más prioritarios y optimizar los recursos de su organización con el fin de aumentar el nivel de satisfacción de sus usuarios o consumidores (Ábalo et al., 2006).

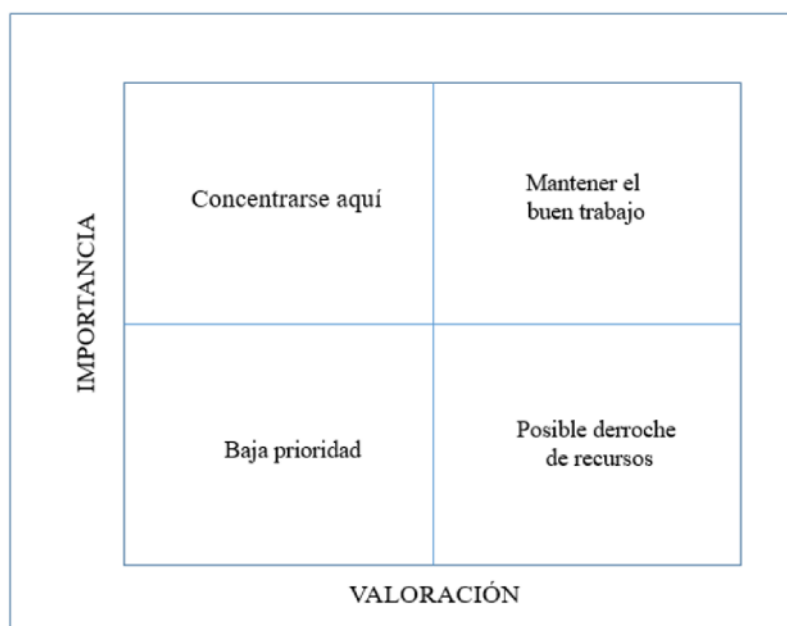


Figura 1. Representación Análisis Importancia-Valoración (Martilla & James, 1977)

Una de las mayores limitaciones de este análisis radica en la incertidumbre en la colocación de los ejes definitorios de los cuadrantes, lo que afectará la interpretación de los resultados y que dependerá del juicio del investigador (Ábalo et al., 2006; Martilla & James, 1977). Con el fin de abordar esta limitación, Sethna (1982) propuso tener en cuenta las discrepancias resultantes entre las puntuaciones obtenidas en la valoración y la importancia, lo que aportaría una mayor información al respecto. Cuanto mayor es la diferencia entre la importancia y la valoración de un atributo (a favor de la importancia), mayor es la insatisfacción del cliente con respecto a ese atributo y, por tanto, mayor la necesidad de aplicar una acción correctiva (Sethna, 1982). Este hecho, lleva el análisis IPA clásico (Martilla & James, 1977) a una nueva versión que aborda e intenta solventar las limitaciones presentadas. De este modo, Bacon (2003) indica que los modelos diagonales que dividen el espacio IPA en dos mitades triangulares,

son los que mejor predicen las prioridades expresadas directamente por los usuarios. Así pues, Ábalo et al. (2006) proponen combinar la información aportada por los cuadrantes (Martilla & James, 1977) con la información de las discrepancias reales que existen entre la valoración y la importancia (Figura 2). De este modo, aquellos atributos que estén por encima de la diagonal serán aquellos en los que habrá que concentrar los esfuerzos de gestión del servicio ya que estarán suscitando insatisfacción entre los usuarios, mientras que el área triangular inferior se subdividirá en las tres áreas restantes formadas a partir de la prolongación de los ejes en la parte inferior del gráfico, que se trazarán en la media de las puntuaciones obtenidas para cada dimensión (Ábalo et al., 2006). Este gráfico da respuesta a las limitaciones existentes en el IPA clásico (Martilla & James, 2006) y resulta de los más utilizados por la comunidad científica (León-Quismondo et al., 2020a).

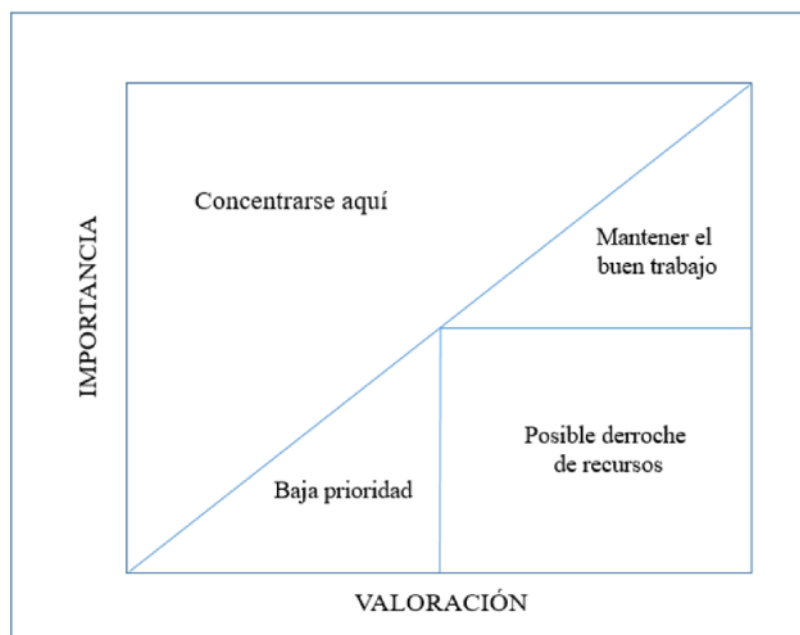


Figura 2. Representación Análisis Importancia-Valoración (Ábalo et al., 2006)

La utilización de este tipo de análisis se ha desarrollado en contextos muy variados como el sanitario, el bancario, o el de ocio-turismo (Ábalo et al., 2006; Ferreira & Veloso, 2011; Joseph et al., 2005; Skok et al., 2001). Asimismo, varios estudios han utilizado este análisis para detectar las variables que influyen en la percepción de los consumidores deportivos (Arias-Ramos et al., 2016; deSouza & Chard, 2021; Martínez-Caro et al., 2014; Parra-Camacho et al., 2020; Rial et al., 2008; Wohlfart et al., 2021). En este sentido, en el sector deportivo este tipo de análisis es muy utilizado para el análisis de centros deportivos, centrándose principalmente en centros de fitness (Alonso et al., 2013; García-Fernández et al., 2018; León-Quismondo et al., 2019; León-Quismondo et al., 2020a, 2020b; Yildiz, 2011; Zamorano-Solís & García-Fernández, 2018; Zheng et al., 2021). Sin embargo, aun existiendo numerosos trabajos vinculados a los centros deportivos públicos y privados en España, no existe ninguno que se centre en los CEDT, y que, además, pueda indagar en las percepciones de sus diferentes clientes y presentar un análisis segmentado por sus características.

Por esta razón, León-Quismondo et al. (2020a) señalaron la necesidad de investigar centros deportivos diferentes de los de fitness a través del IPA, e incluir en ellos diferentes tipos de clientes (empleados y usuarios). Por ello, el objetivo de este estudio fue evaluar las características de los servicios de un CETDT a través de un análisis Importancia-Valoración (IPA) realizado por los clientes internos y externos del mismo.

3. Metodología

3.1. Contexto de estudio

A fin de conocer un poco más sobre las características del CETDT en el que se desarrolló la investigación, se podría indicar que cuenta con 17 pistas de tenis (9 de tierra batida y 8 de resina sintética), 2 de pádel, gimnasio, y servicios de fisioterapia, cafetería y residencia para deportistas). Además, en esas instalaciones se han llevado a cabo competiciones de primer nivel (ej.: eliminatorias del equipo nacional de Copa Davis y Copa Federación, pruebas del circuito ITF World Tennis Tour y pruebas del Circuito Marca Jóvenes Promesas RPT, entre otras).

3.2. Participantes

En el estudio participaron un total de 128 clientes (internos y externos) del CETDT, siendo el 79,7% hombres ($n = 102$) y el 20,3% restante mujeres ($n = 26$), con una edad media de 43,81 años ($DT = 13,60$). En lo que respecta al usuario principal de la instalación (Tabla 1), el 60,2% de los encuestados respondieron en primera persona ($n = 77$), mientras que el 39,8% lo hicieron en nombre de otra persona (hijo o familiar dependiente) ($n = 51$). En cuanto al nivel socioeconómico (Tabla 1), la mayoría de los participantes declararon tener un nivel socioeconómico medio ($n = 111$; 86,7%), mientras que el 1,6% declaró tener un nivel bajo ($n = 2$; 1,6%). En cuanto a la frecuencia de uso del CETDT (Tabla 1), algo más de la mitad de los sujetos (60,9%) asisten 2-3 veces/semana al CETDT, mientras que el 25% lo hace 3 o más veces por semana ($n = 32$). Tan sólo el 14,1% lo hace menos de 1 o 1 vez a la semana ($n = 18$). Todos los datos concretos se pueden apreciar en la Tabla 1.

Tabla 1. Datos vinculados al tipo de relación con el CETDT, usuario principal de la instalación, nivel socioeconómico y frecuencia de uso

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<i>Relación con el CETDT.</i>			
Abonado instalación (reserva pistas)	40	31.3	31.3
Cliente escuela tenis/pádel	59	46.1	77.3
Jugador grupo Alto Rendimiento	3	2.3	79.7
Trabajador del centro	4	3.1	82.8
Abonado instalación y Cliente escuela	15	11.7	94.5
Otros	7	5.5	100.0
Total	128	100.0	
<i>Usuario principal de la instalación.</i>			
Yo	77	60.2	60.2
Mi hijo/a	39	30.5	90.6
Un familiar dependiente	1	.8	91.4
Yo + Mi hijo/a	11	8.6	100.0
Total	128	100.0	
<i>Nivel socioeconómico.</i>			
Bajo	2	1.6	1.6
Medio	111	86.7	88.3
Alto	9	7.0	95.3
No lo sé	6	4.7	100.0
Total	128	100.0	
<i>Frecuencia de uso del CETDT.</i>			
Menos de 1 o 1 vez/semana	18	14.1	14.1
2-3 veces/semana	78	60.9	75.0
3-4 veces/semana	26	20.3	95.3
5 o más veces/semana	6	4.7	100.0
Total	128	100.0	

3.3. Instrumentos

Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario online (Google Forms), dividido en dos secciones principales:

- Cuestionario de datos sociodemográficos. Con el fin de conocer las características de los participantes se diseñó ad hoc un cuestionario de datos sociodemográficos que incluía preguntas sobre el sexo, la edad, quién es el usuario principal de los servicios deportivos, el tipo de relación con el CETDT, servicio utilizado, nivel educativo y socioeconómico, situación laboral, frecuencia de uso del CETDT y si se usaba otro centro deportivo.
- Valoración e importancia de los servicios deportivos. Para analizar la importancia y la valoración de los diferentes aspectos relativos al servicio deportivo ofrecido por el CETDT, se utilizó una adaptación del cuestionario de León-Quismondo et al. (2020a), adaptando tres ítems a las características propias de los CETDT, ya que el de León-Quismondo et al. (2020a) está centrado en centros fitness. El cuestionario estaba compuesto originalmente por 29 ítems, divididos en 3 dimensiones: Relación con el usuario (ej.: *Precio de la cuota y matrícula adecuado a tus expectativas*); espacios y equipamientos (ej.: *Espacios deportivos en buen estado de conservación*); y, oferta de servicios (ej.: *Oferta de actividades variada y extensa*). Así, los participantes evaluaron los 29 ítems tanto para la valoración como para la importancia. Se separaron en distintos apartados las preguntas de importancia (precedidas por el epígrafe “¿Cómo de importante es...?”) y valoración (precedidas por el epígrafe “¿Qué valor le das...?”), para evitar confusiones en las respuestas, utilizando para las respuestas una escala tipo Likert de cinco puntos, desde “no es importante” hasta “muy importante” para el caso de la importancia, y desde “totalmente negativo” (1) a “totalmente positivo” para la

valoración (5). El alfa de Cronbach de la escala con la muestra de este trabajo fue de 0.96.

3.4. Procedimiento

Tras establecer las bases de la investigación, se contactó con el gerente de la instalación del CETDT y se le presentaron la investigación y los beneficios derivados de ella para su labor. Una vez obtenido el visto bueno y creado el formulario online para su cumplimentación, el gerente de la instalación (CETDT) envió un e-mail masivo a toda la base de datos de clientes, tanto internos como externos, con una explicación de la investigación y el enlace al cuestionario. La recogida de información se realizó entre el 01 de diciembre de 2020 y el 10 de abril de 2021, con un primer envío el 1 de diciembre y envíos recordatorios el 1 de febrero, 1 de marzo y 1 de abril. El 10 de abril de 2021 se cerró la disponibilidad del enlace al formulario online.

3.5. Análisis de los datos

Para la recogida de datos se utilizó un método cuantitativo y descriptivo en respuesta a la población que atiende el CETDT. Tras ello, se descargó la base de datos, sobre la que se procedió a limpiar y codificar los datos con el objetivo de trasladarlos posteriormente al software SPSS 25.0 (IBM Corp., Armonk, NY, USA). Para cada una de las variables se obtuvieron la media y desviación típica, tanto en las casillas de valoración como en las de importancia. También se incluyó un ranking en función de las valoraciones medias obtenidas en cuanto a valoración e importancia, ordenado de mayor a menor puntuaciones, por lo que aquellos ítems con mejores puntuaciones estarán ubicados en las primeras posiciones del ranking. Además, se calculó la discrepancia entre la importancia y la valoración aportada por los sujetos de estudio entre ambos datos. Se realizó un análisis IPA general con todos los datos aportados, así como una segmentación y análisis por sexo y el tipo de relación de los clientes con el CETDT.

4. Resultados

4.1. Resultados generales IPA

Los análisis descriptivos globales obtenidos tanto para la importancia como para la valoración señalan valores positivos y con buena puntuación para cada uno de los aspectos analizados (Tabla 2). En lo que respecta a la valoración de los diferentes ítems, el que mayor importancia presenta es el IT11 ($M = 4,71$; $DT = 0,54$), mientras que en valoración el más importante es el IT5 ($M = 4,43$; $DT = 0,70$). Sin embargo, tras el cálculo de la discrepancia (D) de las medias de valoración menos las

de importancia, se puede observar que la mayoría de los ítems presentan valores negativos, por lo que se asevera que las puntuaciones de importancia son mayores que las de valoración en la mayoría de los casos, excepto en los IT1, IT10, IT17, IT21, IT27, IT28 e IT29 que obtuvieron puntuaciones positivas en la discrepancia. Los ítems que han obtenido unas discrepancias negativas mayores y que por lo tanto deben ser el foco atencional del gestor son el IT2 (-0,54) y IT11 (-0,63). También es importante recalcar que las puntuaciones negativas indican que existe una mayor insatisfacción de los clientes (internos/externos) en los aspectos evaluados, y que aquellos cuya discrepancia se acerque más al 0, serán los más fuertes, al obtener menor discrepancia (Sethna, 1982).

Tabla 2. Resultados generales IPA ordenados de mayor a menor discrepancia

ITEMS	Importancia			Valor			
	MI	DT	R	MV	DT	R	D
IT11 Espacios deportivos en buen estado de conservación.	4.71	0.54	1	4.08	1.10	13	-0.63
IT2 Precio de la cuota y matrícula adecuado a tus expectativas.	4.38	0.60	10	3.84	0.99	19	-0.54
IT15 Información fluida entre instalación y usuarios.	4.43	0.72	8	3.95	1.03	15	-0.48
IT12 Espacios deportivos limpios e higiénicos.	4.66	0.59	2	4.27	0.75	5	-0.38
IT19 Calidad de las duchas (presión, volumen y T° del agua).	4.18	0.88	17	3.80	1.06	21	-0.38
IT13 Ventilación/temperatura adecuada.	4.51	0.70	6	4.14	0.86	10	-0.37
IT18 Vestuarios limpios y amplios.	4.37	0.82	11	4.02	0.96	14	-0.35
IT8 La ratio de alumnado por entrenador.	4.24	0.95	15	3.93	0.86	16	-0.31
IT14 Seguridad percibida en cuanto a medidas Covid.	4.48	0.83	7	4.21	0.89	8	-0.27
IT16 Uso redes sociales.	3.48	1.00	26	3.25	1.03	28	-0.23
IT3 Centro Deportivo abierto en el horario y los días que deseas.	4.52	0.68	5	4.30	0.79	4	-0.22
IT4 Trato atento y amable.	4.63	0.58	3	4.41	0.68	2	-0.21
IT24 Herramienta de gestión/reservas de pista fácil de usar.	4.33	0.75	13	4.14	0.84	11	-0.19
IT5 Atención adecuada del personal.	4.60	0.59	4	4.43	0.70	1	-0.17
IT7 Profesionalidad de los monitores.	4.41	0.94	9	4.25	0.83	7	-0.16
IT6 El monitor logra que alcances tus resultados.	4.27	0.94	14	4.13	0.83	12	-0.14
IT20 Taquillas amplias y seguras.	3.83	0.92	21	3.70	1.00	23	-0.13
IT22 Oferta de actividades variada y extensa.	4.00	0.86	19	3.87	0.98	18	-0.13
IT23 Entrenamientos personales/clases particulares de calidad.	4.03	0.88	18	3.90	0.93	17	-0.13
IT9 Regalos para premiar al cliente habitual.	3.36	1.15	27	3.27	1.01	27	-0.09
IT26 Cafetería/Restaurante.	3.77	0.79	24	3.70	0.92	24	-0.06
IT25 Gabinete médico/fisioterapia.	3.78	0.95	22	3.73	0.93	22	-0.05
IT10 Espacios deportivos amplios.	4.34	0.73	12	4.36	0.62	3	0.02
IT28 Coincides con el perfil de usuario del Centro Deportivo.	3.78	0.88	23	3.81	0.79	20	0.03
IT29 El Centro Deportivo como punto de encuentro social.	3.65	0.93	25	3.69	0.90	25	0.04
IT17 Parking.	4.21	0.83	16	4.27	0.83	6	0.05
IT27 Wifi.	2.99	1.03	29	3.05	0.96	29	0.05
IT21 Secadores en los vestuarios.	3.20	1.03	28	3.27	0.95	26	0.08
IT1 Proximidad: menos de 15 minutos de traslado al Centro Deportivo.	3.84	1.15	20	4.16	0.90	9	0.32
TOTAL	4.10			3.93			-0.17

Nota: MI: Media importancia; MV: Media valoración; DT: Desviación típica; R: Ranking; D: Discrepancia.

Tras los datos obtenidos en cuanto a las medias de valoración e importancia de los diferentes ítems y acorde a las discrepancias entre ellos, en la Figura 3 se presenta la representación gráfica de los mismos. Como se puede observar, los datos se disponen en cuatro zonas ("Concentrarse aquí", "Baja prioridad", "Posible derroche de recursos" y "Mantener el buen trabajo") y más o menos separados de la diagonal (línea de discrepancias). Acorde a

esto, se puede apreciar cómo se debería prestar máxima atención por parte de los gestores a todos los ítems que se encuentran en la mitad triangular superior, y más concretamente, en aquellos que se encuentran más separados de la línea de discrepancias (ej.: IT2, IT11 e IT15). Al mismo tiempo, se debería dar continuidad al trabajo realizado en relación a los IT10 e IT17.

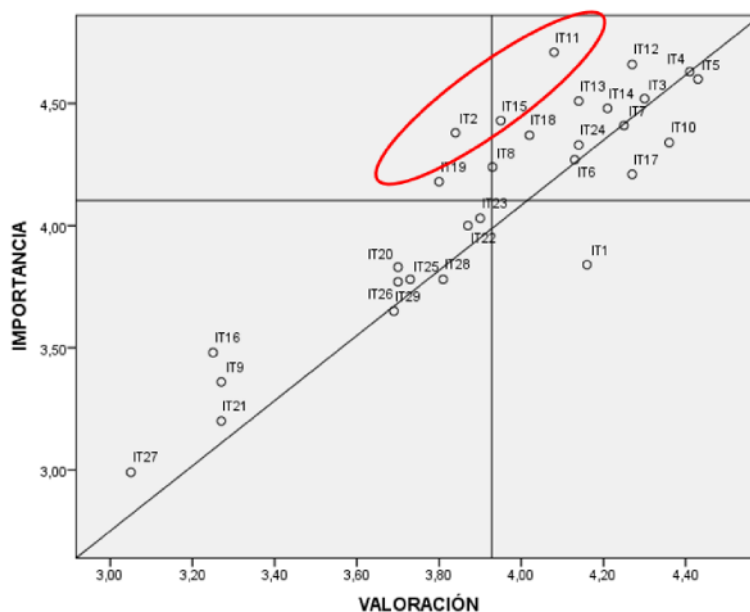


Figura 3. Representación resultados generales IPA

4.2. Resultados IPA según sexo

A continuación, se presentan los resultados obtenidos atendiendo al sexo de los participantes (Tabla 3). Para los hombres, el ítem con mayor puntuación en importancia es el IT11 ($M = 4,76$; $DT = 0,49$) y en valoración el IT5 ($M = 4,50$; $DT = 0,62$), presentando una mayor discrepancia negativa en el 11 (-0,73), 15 (-0,51) y 2 (-0,49). En el caso

de las mujeres, el IT10 ($M = 4,35$; $DT = 0,66$) es el mejor puntuado en valoración y el IT4 en importancia ($M = 4,65$; $DT = 0,66$), obteniendo una mayor discrepancia negativa en el IT2 (-0,73) e IT8 (-0,58). Aunque no existan grandes coincidencias entre ambos sexos, se puede apreciar un nexo común en el IT2, que se encuentra entre los que tienen mayor discrepancia negativa en ambos sexos.

Tabla 3. Resultados IPA según sexo

ITEMS	Hombre								Mujer							
	MV	DT	R	MI	DT	R	D	MV	DT	R	MI	DT	R	D		
IT1 Proximidad: menos de 15 minutos de traslado al Centro Deportivo.	4.21	0.78	10	3.74	1.15	24	0.47	4.00	1.22	12	4.23	1.03	14	-0.23		
IT2 Precio de la cuota y matrícula adecuado a tus expectativas.	3.88	1.00	19	4.37	0.54	13	-0.49	3.65	0.94	21	4.38	0.77	9	-0.73		
IT3 Centro Deportivo abierto en el horario y los días que desees.	4.35	0.78	4	4.53	0.67	5	-0.18	4.08	0.81	11	4.46	0.73	7	-0.38		
IT4 Trato atento y amable.	4.44	0.67	2	4.62	0.56	4	-0.18	4.31	0.71	2	4.65	0.66	1	-0.35		
IT5 Atención adecuada del personal.	4.50	0.62	1	4.63	0.54	3	-0.13	4.15	0.89	8	4.50	0.73	4	-0.35		
IT6 El monitor logra que alcances tus resultados.	4.13	0.84	11	4.25	0.94	14	-0.13	4.15	0.80	9	4.35	0.94	11	-0.19		
IT7 Profesionalidad de los monitores.	4.25	0.85	7	4.39	0.93	10	-0.15	4.27	0.75	3	4.50	0.99	5	-0.23		
IT8 La ratio de alumnado por entrenador. Regalos para premiar al cliente habitual.	3.92	0.82	16	4.17	0.94	17	-0.25	3.96	0.96	15	4.54	0.95	2	-0.58		
IT9 Espacios deportivos amplios.	3.26	1.03	27	3.33	1.17	27	-0.07	3.27	0.93	26	3.46	1.03	26	-0.19		
IT10 Espacios deportivos en buen estado de conservación.	4.36	0.61	3	4.38	0.66	12	-0.02	4.35	0.66	1	4.19	0.94	15	0.15		
IT11 Espacios deportivos limpios e higiénicos.	4.04	1.17	13	4.76	0.49	1	-0.73	4.23	0.74	5	4.50	0.68	6	-0.27		
IT12 Ventilación/temperatura adecuada.	4.27	0.77	6	4.69	0.56	2	-0.41	4.27	0.70	4	4.54	0.68	3	-0.27		
IT13 Seguridad percibida en cuanto a medidas Covid.	4.13	0.88	12	4.52	0.62	6	-0.39	4.19	0.77	6	4.46	0.95	8	-0.27		
IT14 Información fluida entre instalación y usuarios.	4.24	0.84	8	4.51	0.70	7	-0.27	4.12	1.03	10	4.35	1.18	12	-0.23		
IT15 Uso redes sociales.	3.93	1.06	15	4.44	0.72	8	-0.51	4.00	0.90	13	4.38	0.72	10	-0.38		
IT16 Parking.	3.25	1.02	28	3.51	1.00	26	-0.26	3.27	1.04	27	3.35	0.98	27	-0.08		
IT17 Vestuarios limpios y amplios.	4.28	0.77	5	4.18	0.83	16	0.11	4.19	1.02	7	4.35	0.81	13	-0.15		
IT18 Calidad de las duchas (presión, volumen y T° del agua).	4.02	1.00	14	4.44	0.76	9	-0.42	4.00	0.82	14	4.08	0.98	16	-0.08		
IT19 Taquillas amplias y seguras.	3.83	1.08	21	4.24	0.84	15	-0.40	3.69	0.97	20	3.96	1.00	19	-0.27		
IT20 Secadores en los vestuarios.	3.69	1.04	25	3.83	0.89	21	-0.15	3.77	0.83	19	3.81	1.02	20	-0.04		
IT21 Oferta de actividades variada y extensa.	3.27	0.97	26	3.19	1.09	28	0.09	3.27	0.84	28	3.23	0.78	29	0.04		
IT22 Entrenamientos personales/clases particulares de calidad.	3.84	0.97	20	4.05	0.80	18	-0.21	3.96	1.00	16	3.81	1.05	21	0.15		
IT23 Herramienta de gestión/reservas de pista fácil de usar.	3.89	0.95	18	4.04	0.84	19	-0.15	3.92	0.86	17	4.00	1.02	18	-0.08		
IT24 Gabinetes médico/fisioterapia.	4.22	0.82	9	4.39	0.72	11	-0.18	3.85	0.85	18	4.08	0.81	17	-0.23		
IT25 Cafetería/Restaurante.	3.75	0.89	22	3.82	0.89	22	-0.07	3.62	1.06	22	3.62	1.12	22	0.00		
IT26 Wifi.	3.74	0.87	24	3.80	0.77	23	-0.07	3.58	1.06	23	3.62	0.86	23	-0.04		
IT27 Coincides con el perfil de usuario del Centro Deportivo.	3.02	1.00	29	2.92	1.06	29	0.10	3.15	0.75	29	3.27	0.84	28	-0.12		
IT28 El Centro Deportivo como punto de encuentro social.	3.92	0.72	17	3.85	0.84	20	0.07	3.38	0.91	25	3.50	0.95	25	-0.12		
IT29 TOTAL	3.75	0.85	23	3.68	0.90	25	0.07	3.46	1.03	24	3.54	1.03	24	-0.08		
	3.94			4.11			-0.17	3.87			4.06			-0.19		

Nota: MI: Media importancia; MV: Media valoración; DT: Desviación típica; R: Ranking; D: Discrepancia

Además, se puede apreciar que existen diferencias según el sexo (Figura 4 y Figura 5). Tal y como se ha expuesto anteriormente y siguiendo las indicaciones de Ábalo et al. (2006), en el caso de los hombres (Figura 4), los aspectos más importantes que necesitan mayor atención por la gerencia del centro son IT2, IT11 e IT15, relacionados con la cuota y matrícula, conservación de los espacios deportivos y la información fluida entre instalación y usuarios respectivamente. En cuanto a las mujeres (Figura

5), el IT2 e IT8, relacionados con la cuota y matrícula y con la ratio de alumnado por entrenador respectivamente, son los que precisan una mayor atención y trabajo. A tenor de los datos expuestos, parece que coinciden tanto hombres como mujeres en la necesidad de trabajo y baja satisfacción con el IT2 (cuota y matrícula), por lo que se deberían concentrar mayores esfuerzos desde la dirección del CETDT para paliar estas dificultades.

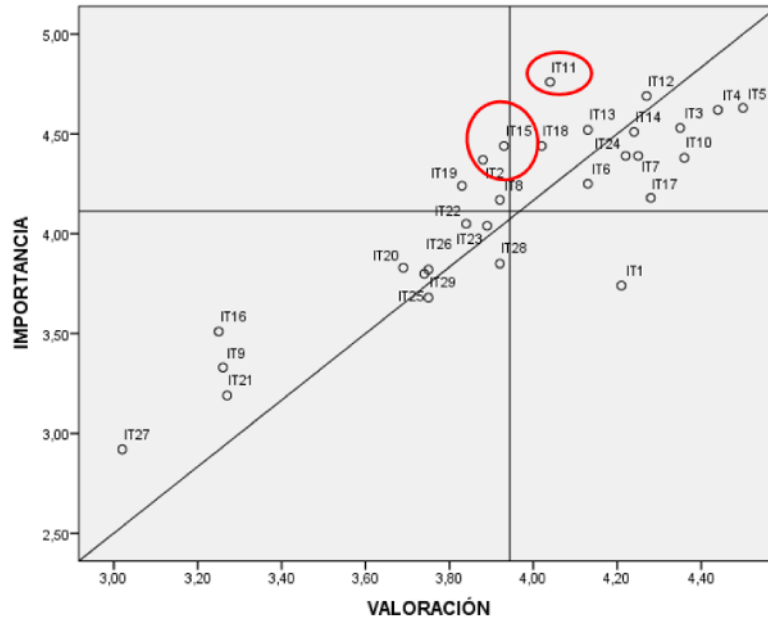


Figura 4. Representación resultados hombres IPA

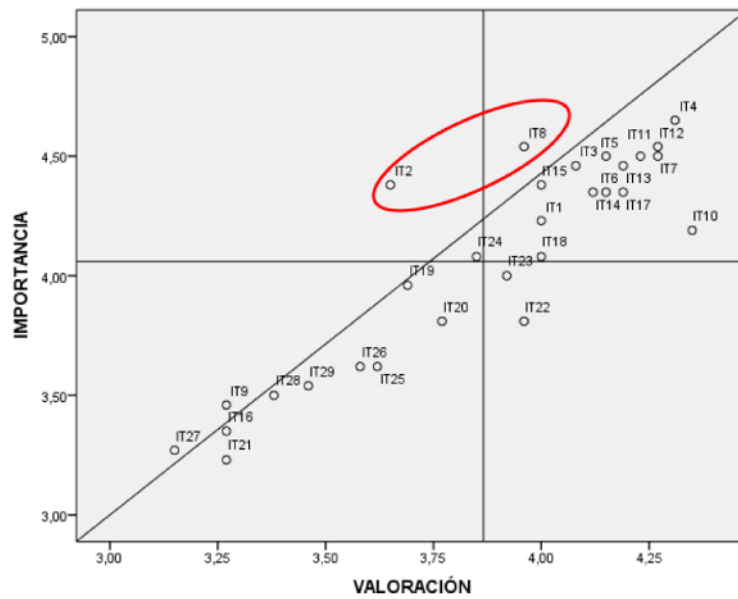


Figura 5. Representación resultados mujeres IPA

4.3. Resultados IPA según tipo de relación de los clientes con el CETDT

En las Tabla 4 y Tabla 5, se pueden apreciar los resultados obtenidos atendiendo al tipo de relación de los clientes

con el CETDT, de este modo se puede visualizar las puntuaciones obtenidas en importancia, valoración y discrepancias.

Tabla 4. Resultados IPA según tipo de relación de los clientes con el CETDT (Abonado instalación, Cliente escuela tenis/pádel y Jugador grupo Alto Rendimiento)

	Abonado instalación (reserva pistas)							Cliente escuela tenis/pádel							Jugador grupo Alto Rendimiento						
	MV	DT	R	MI	DT	R	D	MV	DT	R	MI	DT	R	D	MV	DT	R	MI	DT	R	D
IT1	4.05	0.84	11	3.58	1.16	25	0.48	4.19	0.95	8	3.88	1.15	20	0.31	4.33	0.47	1	2.67	1.25	29	1.67
IT2	4.05	1.05	12	4.45	0.50	10	-0.40	3.71	0.99	21	4.27	0.66	14	-0.56	4.00	0.82	5	5.00	0.00	1	-1.00
IT3	4.35	0.82	3	4.58	0.77	4	-0.23	4.19	0.79	9	4.41	0.61	10	-0.22	4.00	0.00	6	3.33	0.94	20	0.67
IT4	4.38	0.76	2	4.53	0.63	8	-0.15	4.42	0.64	3	4.66	0.57	2	-0.24	3.67	0.47	14	4.33	0.94	9	-0.67
IT5	4.40	0.70	1	4.55	0.63	6	-0.15	4.44	0.74	2	4.58	0.62	5	-0.14	3.67	0.47	15	4.67	0.47	5	-1.00
IT6	3.73	0.77	20	3.70	1.10	23	0.02	4.37	0.73	4	4.61	0.58	4	-0.24	4.00	0.82	7	4.00	0.82	13	0.00
IT7	3.75	0.86	19	3.85	1.15	19	-0.10	4.53	0.65	1	4.69	0.59	1	-0.17	4.33	0.94	2	5.00	0.00	2	-0.67
IT8	3.60	0.70	25	3.63	1.07	24	-0.02	4.10	0.91	13	4.54	0.67	7	-0.44	4.33	0.47	3	5.00	0.00	3	-0.67
IT9	3.35	1.04	26	3.45	1.26	27	-0.10	3.15	0.97	28	3.31	1.11	27	-0.15	2.67	0.47	29	3.33	1.25	21	-0.67
IT10	4.33	0.61	4	4.38	0.86	13	-0.05	4.37	0.61	5	4.29	0.71	13	0.08	3.33	0.47	20	4.67	0.47	6	-1.33
IT11	3.98	1.35	17	4.78	0.57	1	-0.80	4.19	0.93	10	4.64	0.58	3	-0.46	4.00	0.82	8	5.00	0.00	4	-1.00
IT12	4.28	0.89	7	4.78	0.47	2	-0.50	4.31	0.70	6	4.58	0.62	6	-0.27	4.00	0.00	9	4.33	0.47	10	-0.33
IT13	4.15	1.01	8	4.55	0.84	7	-0.40	4.15	0.82	11	4.42	0.64	9	-0.27	4.00	0.00	10	4.67	0.47	7	-0.67
IT14	4.15	0.99	9	4.40	0.94	12	-0.25	4.29	0.86	7	4.53	0.77	8	-0.24	3.67	0.47	16	3.67	0.94	16	0.00
IT15	4.10	1.04	10	4.58	0.83	5	-0.48	3.81	1.07	19	4.36	0.73	11	-0.54	4.00	0.00	11	4.33	0.47	11	-0.33
IT16	3.28	1.10	27	3.58	1.07	26	-0.30	3.24	1.05	27	3.49	0.87	26	-0.25	3.00	0.00	26	3.33	1.25	22	-0.33
IT17	4.33	0.82	5	4.38	0.76	14	-0.05	4.14	0.87	12	4.05	0.81	18	0.08	3.67	0.94	17	4.00	0.82	14	-0.33
IT18	4.05	1.24	13	4.48	0.95	9	-0.43	4.03	0.76	14	4.36	0.73	12	-0.32	3.67	0.47	18	4.67	0.47	8	-1.00
IT19	4.00	1.28	16	4.45	1.02	11	-0.45	3.83	0.87	18	4.17	0.69	15	-0.34	3.00	0.82	27	4.33	0.47	12	-1.33
IT20	3.70	1.27	23	4.00	1.02	17	-0.30	3.71	0.82	22	3.83	0.83	21	-0.12	4.00	0.82	12	3.33	0.47	23	0.67
IT21	3.05	1.14	28	3.30	1.23	28	-0.25	3.41	0.81	26	3.17	0.94	28	0.24	3.00	0.00	28	3.00	0.82	26	0.00
IT22	3.68	1.13	24	4.08	0.96	15	-0.40	3.93	0.92	15	3.97	0.82	19	-0.03	3.33	0.47	21	3.67	0.47	17	-0.33
IT23	3.73	0.92	21	3.73	0.92	22	0.00	3.90	1.00	17	4.10	0.86	16	-0.20	4.00	0.82	13	3.67	0.94	18	-0.33
IT24	4.33	0.72	6	4.60	0.54	3	-0.27	3.92	0.93	16	4.08	0.83	17	-0.17	3.33	0.47	22	3.33	0.47	24	0.00
IT25	3.73	1.05	22	4.08	0.88	16	-0.35	3.81	0.89	20	3.71	0.90	22	0.10	3.33	0.47	23	3.00	0.82	27	0.33
IT26	3.85	1.04	18	3.95	0.84	18	-0.10	3.58	0.89	25	3.68	0.83	24	-0.10	4.33	0.47	4	4.00	0.00	15	0.33
IT27	2.98	1.11	29	3.20	1.00	29	-0.23	3.08	0.91	29	3.00	0.97	29	0.08	3.33	0.47	24	3.00	0.00	28	0.33
IT28	4.03	0.61	14	3.80	0.93	20	0.23	3.71	0.84	23	3.69	0.93	23	0.02	3.67	0.47	19	3.67	0.47	19	0.00
IT29	4.03	0.65	15	3.80	0.98	21	0.23	3.64	0.90	24	3.61	0.92	25	0.03	3.33	0.47	25	3.33	0.47	25	0.00
TOTAL	3.91			4.11			-0.20	3.94			4.09			-0.16	3.69			3.94			-0.25

Nota: MI: Media importancia; MV: Media valoración; DT: Desviación típica; R: Ranking; D: Discrepancia

Tabla 5. Resultados IPA según tipo de relación de los clientes con el CETDT (Trabajador del centro, Abonado instalación + Cliente escuela y Otros)

	Trabajador del centro							Abonado instalación + Cliente escuela							Otros						
	MV	DT	R	MI	DT	R	D	MV	DT	R	MI	DT	R	D	MV	DT	R	MI	DT	R	D
IT1	3.75	1.30	25	4.25	0.83	13	-0.50	4.53	0.62	6	4.20	0.98	19	0.33	4.00	0.93	11	4.43	0.73	8	-0.43
IT2	4.00	0.71	19	4.00	0.71	19	0.00	3.87	0.81	17	4.47	0.50	13	-0.60	3.43	1.05	19	4.57	0.49	4	-1.14
IT3	4.25	0.83	7	4.75	0.43	1	-0.50	4.73	0.44	2	4.87	0.34	2	-0.13	4.14	0.99	9	4.71	0.45	1	-0.57
IT4	4.50	0.50	1	4.75	0.43	2	-0.25	4.67	0.47	3	4.80	0.40	5	-0.13	4.29	0.70	4	4.57	0.49	5	-0.29
IT5	4.50	0.50	2	4.50	0.50	5	0.00	4.67	0.47	4	4.87	0.34	3	-0.20	4.29	0.70	5	4.57	0.49	6	-0.29
IT6	4.25	0.83	8	4.50	0.50	6	-0.25	4.53	0.81	7	4.67	0.47	10	-0.13	3.57	0.73	15	3.86	1.46	15	-0.29
IT7	4.25	0.83	9	4.75	0.43	3	-0.50	4.80	0.40	1	4.93	0.25	1	-0.13	3.57	0.73	16	3.71	1.39	17	-0.14
IT8	4.25	0.83	10	4.50	0.50	7	-0.25	4.20	0.83	12	4.80	0.40	6	-0.60	3.43	0.49	20	3.57	1.29	20	-0.14
IT9	4.25	0.83	11	3.25	0.43	27	1.00	3.53	0.96	23	3.27	1.18	26	0.27	2.86	0.99	28	3.57	0.90	21	-0.71
IT10	4.50	0.50	3	4.00	0.71	20	0.50	4.53	0.62	8	4.60	0.49	12	-0.07	4.43	0.49	2	4.14	0.35	13	0.29
IT11	4.25	0.83	12	4.50	0.50	8	-0.25	3.73	1.18	21	4.80	0.40	7	-1.07	4.43	0.49	3	4.71	0.45	2	-0.29
IT12	4.50	0.50	4	4.00	1.22	21	0.50	4.13	0.81	15	4.87	0.34	4	-0.73	4.29	0.45	6	4.71	0.45	3	-0.43
IT13	4.25	0.83	13	4.50	0.50	9	-0.25	4.27	0.68	11	4.80	0.54	8	-0.53	3.71	0.70	13	4.29	0.70	10	-0.57
IT14	4.25	0.83	14	4.75	0.43	4	-0.50	4.20	0.75	13	4.73	0.44	9	-0.53	4.14	0.83	10	4.14	0.99	14	0.00
IT15	4.00	1.22	20	4.50	0.50	10	-0.50	3.87	0.96	18	4.40	0.49	15	-0.53	4.29	0.70	7	4.29	0.45	11	0.00
IT16	3.75	1.30	26	4.00	0.71	22	-0.25	3.07	0.93	28	3.13	1.15	27	-0.07	3.43	0.49	21	3.29	1.03	25	0.14
IT17	4.50	0.50	5	4.25	0.43	14	0.25	4.53	0.72	9	4.33	1.07	16	0.20	4.57	0.49	1	4.43	0.73	9	0.14
IT18	4.25	0.83	15	4.50	0.50	11	-0.25	4.13	0.88	16	4.33	0.70	17	-0.20	3.43	0.90	22	3.71	1.03	18	-0.29
IT19	4.00	0.71	21	4.00	0.71	23	0.00	3.47	1.09	24	3.80	0.91	21	-0.33	3.43	0.90	23	3.57	1.05	22	-0.14
IT20	4.25	0.83	16	4.25	0.43	15	0.00	3.67	0.87	22	3.53	0.96	24	0.13	3.29	0.88	25	3.43	0.90	23	-0.14
IT21	3.50	1.12	28	3.25	0.83	28	0.25	3.40	0.95	25	3.07	1.06	28	0.33	3.14	0.64	27	3.14	0.64	27	0.00
IT22	4.00	1.00	22	4.50	0.50	12	-0.50	4.20	0.75	14	3.93	1.00	20	0.27	3.86	0.83	12	3.86	0.35	16	0.00
IT23	4.25	0.83	17	4.25	0.43	16	0.00	4.33	0.60	10	4.47	0.62	14	-0.13	3.71	0.70	14	4.29	0.88	12	-0.57
IT24	4.25	0.83	18	4.25	0.43	17	0.00	4.60	0.49	5	4.67	0.60	11	-0.07	4.29	0.70	8	4.57	0.49	7	-0.29
IT25	4.50	0.50	6	4.00	0.71	24	0.50	3.33	0.87	26	3.40	1.20	25	-0.07	3.57	0.49	17	3.71	0.70	19	-0.14
IT26	3.50	1.12	29	3.75	0.83	25	-0.25	3.80	0.65	19	3.80	0.40	22	0.00	3.57	0.73	18	3.29	0.70	26	0.29
IT27	3.75	0.83	27	3.00	1.41	29	0.75	2.73	0.77	29	2.33	1.07	29	0.40	3.29	0.70	26	3.14	0.99	28	0.14
IT28	4.00	1.22	23	3.50	0.50	26	0.50	3.80	0.75	20	4.33	0.47	18	-0.53	3.43	0.90	24	3.43	0.73	24	0.00
IT29	4.00	1.22	24	4.25	0.83	18	-0.25	3.33	0.94	27	3.67	0.70	23	-0.33	2.86	0.99	29	2.86	0.83	29	0.00
TOTAL	4.15			4.18			-0.03	4.02			4.20			-0.18	3.75			3.95			-0.20

Nota: MI: Media importancia; MV: Media valoración; DT: Desviación típica; R: Ranking; D: Discrepancia

Atendiendo a la Figura 6, los abonados a la instalación que suelen reservar pistas para practicar tenis dejan de manifiesto que el IT11 (espacios deportivos en buen estado de conservación) es el que mayor discrepancia negativa presenta y el único que debería centrar la atención de la gerencia. Esto puede estar motivado por el tipo de espacios deportivos específicos con los que cuenta el

centro (ej.: pistas de tierra), que necesitan una atención y mantenimiento muy específico. El resto de los ítems no presenta una atención urgente ni prioritaria, aunque no habría que descuidar lo relacionado con los ítems del triángulo inferior izquierdo (ej.: IT22 e IT25, oferta de actividades variadas y gabinete médico/fisioterapia, respectivamente).

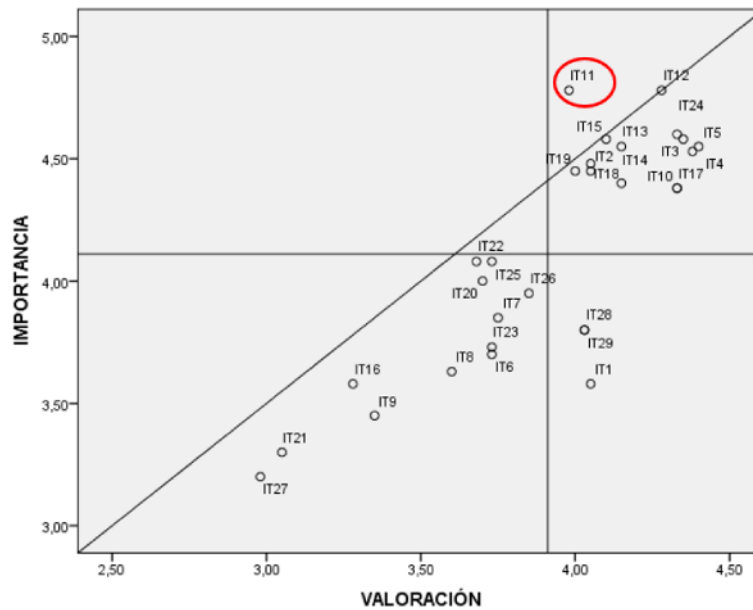


Figura 6. Representación resultados IPA “Abonados instalación (reserva de pistas)”

Para los clientes de la escuela de tenis/pádel (Figura 7), los atributos que precisan de mayor revisión y trabajo por parte del CETDT son los relacionados con el precio de la cuota y matrícula adecuados, ratio de alumnado por entrenador, espacios deportivos en buen estado de conservación e información fluida entre instalación y usuarios (IT2, IT8, IT11 e IT15, respectivamente). Como aspecto a destacar resulta el IT10, vinculado a espacios deportivos amplios.

Por su parte, los jugadores de Alto Rendimiento presentan valores dispersos y variables (Figura 8), pudiendo deberse al tamaño muestral ($n = 3$). Aun así, los valores que

presentan mayores discrepancias negativas y que precisan de una mayor atención por parte de la dirección del CETDT son IT2 (precio de la cuota y matrícula adecuado a expectativas), IT5 (atención adecuada del personal), IT10 (espacios deportivos amplios), IT11 (espacios deportivos en buen estado de conservación), IT18 (vestuarios limpios y amplios) e IT19 (calidad de las duchas: presión, volumen y t^a del agua). En lo que respecta al ítem con mejor puntuación en importancia se trataría del IT2, uno de los que obtiene peores valores en discrepancia, y en cuanto a valoración es el IT1 (proximidad: menos de 15 minutos de traslado al centro deportivo).

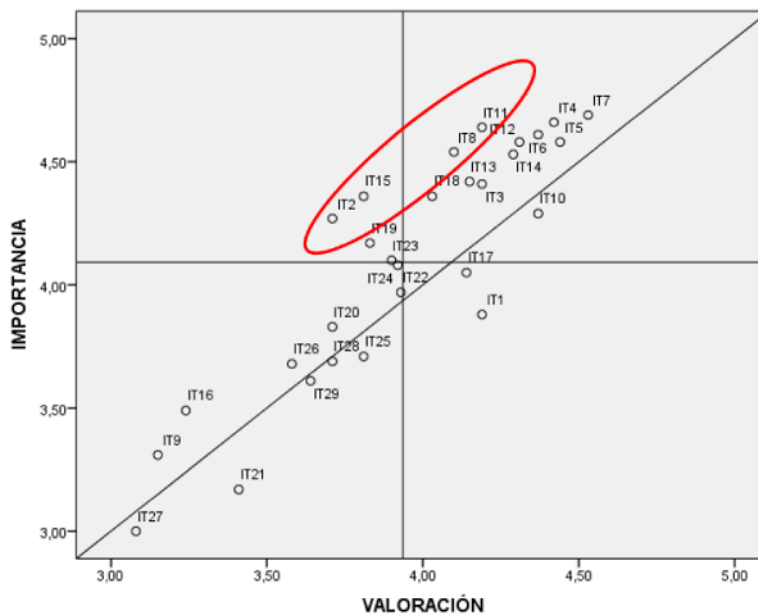


Figura 7. Representación resultados IPA “Cliente escuela tenis/pádel”

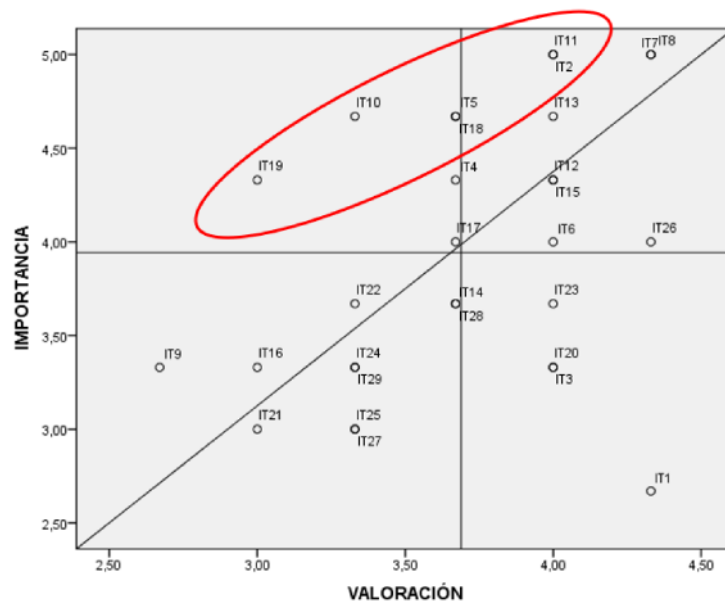


Figura 8. Representación resultados IPA “Jugadores grupo Alto Rendimiento”

Los trabajadores del centro ($n = 4$) presentan gráficamente valores dispersos y variables, al igual que los jugadores de Alto Rendimiento, pudiendo estar motivado por el tamaño muestral (Figura 9). En esta se puede apreciar que los ítems que presentan una mayor discrepancia negativa y que por lo tanto deberían ser tenidos en cuenta por la dirección del CETDT son: IT1 (proximidad: menos de 15 minutos de traslado al Centro Deportivo), IT3 (centro deportivo abierto en el horario y días que deseas),

IT7 (profesionalidad de los entrenadores), IT14 (seguridad percibida en cuanto a medidas frente al Covid-19), IT15 (información fluida entre instalación y usuarios), IT16 (uso de redes sociales), IT22 (oferta de actividades variada y extensa) e IT26 (cafetería/restaurante). También se ha de destacar que este colectivo detecta un posible derroche de recursos en IT9 (regalos para premiar la fidelidad), IT10 (espacios deportivos amplios) e IT25 (gabinete médico/fisioterapia).

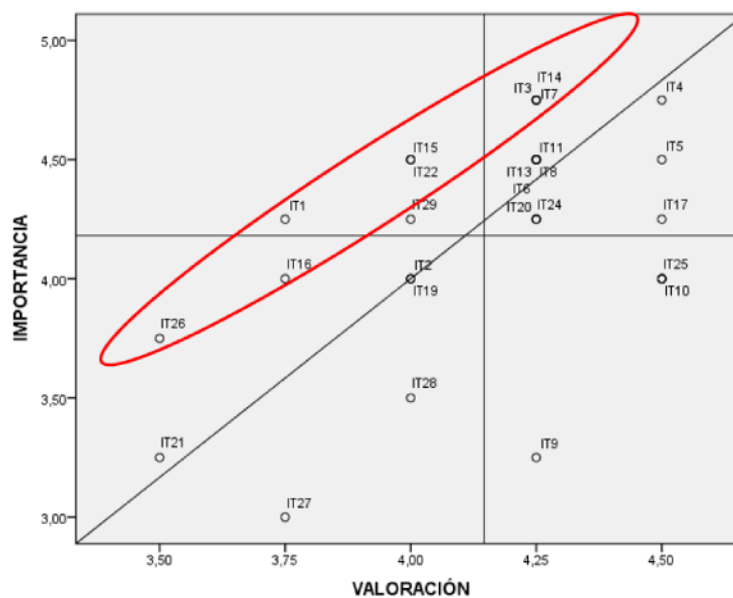


Figura 9. Representación resultados IPA “Trabajadores del centro”

En el CETDT también existe otro tipo de cliente que aglutina dos figuras: abonado a la instalación (alquiler de pistas) y alumno de la escuela de tenis/pádel (Figura 10). En este caso, los ítems que mayor discrepancia presentan son el IT2 (precio de la cuota y matrícula adaptado a expectativas), IT11 (espacios deportivos en buen estado

de conservación) e IT12 (espacios deportivos limpios e higiénicos). También se ha de reseñar que se trata del colectivo que presenta casi todos los ítems en el espacio de “concentrarse aquí”, por lo que parecen ser los más exigentes de los grupos muestrales analizados hasta ahora.

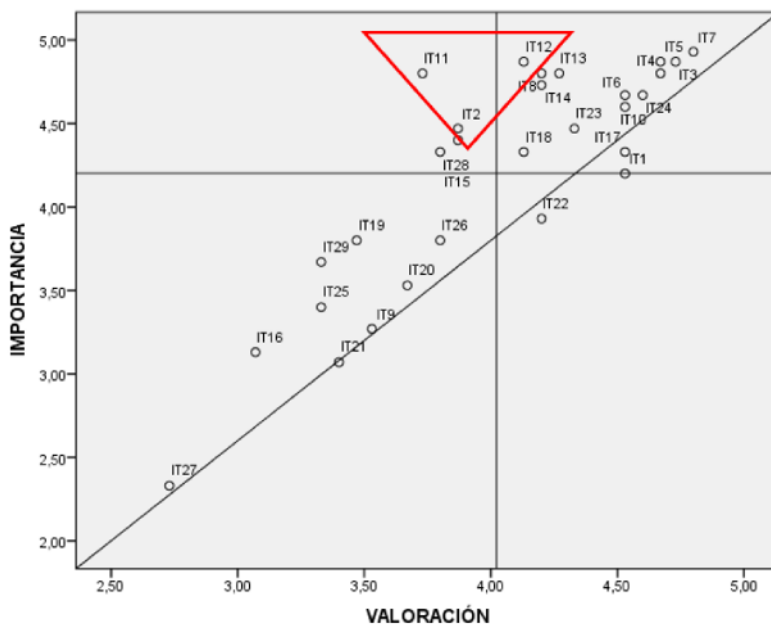


Figura 10. Representación resultados IPA “Abonado instalación y cliente de la escuela”

Por último, el colectivo otros, compuesto por usuarios/clientes de la instalación que hacen uso de servicios no vinculados directamente con la práctica deportiva (ej.: servicio de restauración, servicio de fisioterapia no vinculada al deporte, etc.) identifica con una mayor discrepancia negativa al IT2 (precio de la cuota y matrícula

adecuado a expectativas) e IT9 (regalos para premiar al cliente habitual). El ítem mejor valorado en cuanto a valoración es el IT17 (parking) y en importancia (centro deportivo abierto en el horario y los días de que deseas) (Figura 11).

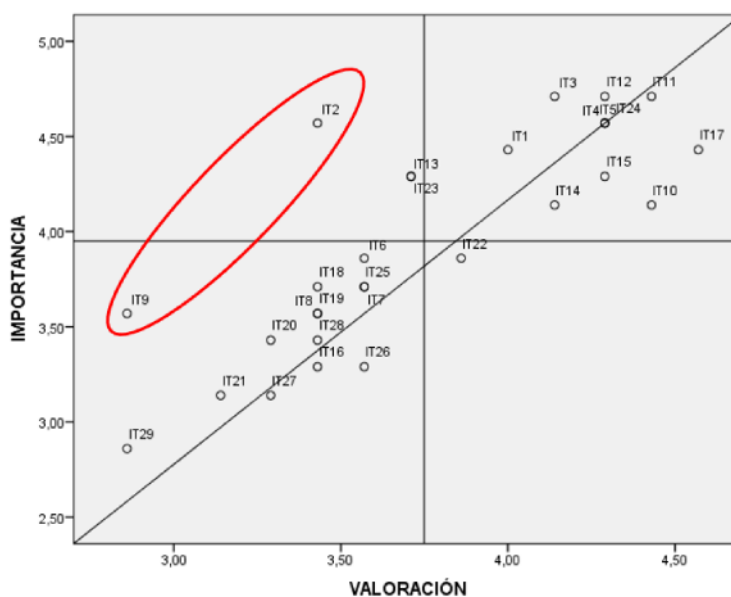


Figura 11. Representación resultados IPA “Otros”

5. Discusión

El objetivo de este estudio fue evaluar las características de los servicios de un CETDT a través de un análisis Importancia-Valoración (IPA) realizado por los clientes internos y externos del mismo.

La opinión de los usuarios/clientes en la prestación de servicios es fundamental, ya que son ellos los que juzgan la calidad en función de sus expectativas (León-Quismondo et

al., 2020a). En consonancia con lo expuesto por Zamorano-Solís y García-Fernández (2018) el análisis IPA es una herramienta sencilla y de gran utilidad que permite obtener información en una figura sencilla. Partiendo de este hecho y teniendo en cuenta que este tipo de análisis está siendo muy utilizado en el ámbito deportivo (Alonso et al., 2013; Arias-Ramos et al., 2016; deSouza & Chard, 2021; León-Quismondo et al., 2019; León-Quismondo et al., 2020a, 2020b; Martínez-Caro et al., 2014; Parra-Camacho et al., 2020; Rial et al., 2008; Serrano-Gómez et al., 2014; Tarrant

& Smith, 2002; Wohlfart et al., 2021; Yildiz, 2011; Zamorano-Solís & García-Fernández, 2018; Zheng et al., 2021), este trabajo pone el foco sobre un tipo de instalación deportiva no investigada previamente en la literatura, los CETDT. Además, se atiende a una segmentación de sus clientes, ya que cada tipo de cliente tiene una percepción y valoración diferente en función de sus necesidades.

Atendiendo a los datos generales y entendiendo que este trabajo se basa en un tipo de instalación deportiva diferente a lo investigado en la literatura, las puntuaciones medias de importancia (4,10) y de valoración (3,93), se encuentran por debajo de los resultados expuestos en otros estudios del sector deportivo (Arias-Ramos et al., 2016; Zamorano-Solís & García-Fernández, 2018), aunque la media en valoración se encuentra por encima de lo expuesto por León-Quismondo et al. (2020a) en centros de fitness. Sin embargo, un aspecto característico y común en todos estos trabajos radica en que la totalidad o casi la totalidad de los atributos de estudio presentan discrepancias negativas. En este sentido, León-Quismondo et al. (2020a) indican que los ítems con mayor discrepancia negativa son los relacionados con los espacios deportivos amplios, vestuarios limpios y amplios, espacios deportivos en buen estado de conservación, máquinas y material en buen estado de conservación, trato atento y amable, proximidad menos de 15 minutos y centro abierto en horario y días que desea. Este hecho no se encuentra en concordancia con lo encontrado en este trabajo, ya que se presentan tres aspectos principalmente que sobresalen por encima del resto, como son el precio de la cuota y matrícula adecuado a expectativas, los espacios deportivos en buen estado de conservación, y la información fluida entre instalación y usuarios. En relación a estos tres atributos, la dirección del centro deportivo debería poner todo su énfasis en mejorar la percepción de sus clientes y, por ende, su satisfacción. Como aspectos más positivos y en los que se debe seguir manteniendo el buen trabajo, se encuentran espacios deportivos amplios y el parking.

Además, para los clientes del CETDT, el trato atento y amable y la atención adecuada del personal obtuvieron las mejores puntuaciones en valoración, mientras que en centros fitness (León-Quismondo et al., 2020a), los atributos mejor valorados fueron la proximidad (menos de 15 minutos de traslado al centro deportivo) y que el centro deportivo estuviera abierto en el horario y los días que deseados. Este hecho puede deberse a que los clientes del CETDT provienen de diferentes zonas de la localidad y que la atención del personal es de alta calidad, por lo que su valoración es alta, pero no así su importancia.

En cuanto al sexo, ambos presentan coincidencias en los ítems con mejor valoración, siendo en el caso de los hombres la atención adecuada del personal y trato atento y amable, y los espacios deportivos amplios y trato atento y amable en el caso de las mujeres. En este sentido, el trato atento y amable por parte del personal es muy bien valorado por ambos sexos y además atendiendo a su discrepancia, se encuentra en la zona que recomienda mantener el buen trabajo. Estos hallazgos se contraponen a los descritos por León-Quismondo et al. (2020a), quienes indican que la amabilidad en el trato al usuario se encuentra entre los aspectos a mejorar y que precisan una mayor atención. Sin embargo, en lo que a discrepancias se refiere, los hombres presentan las mayores discrepancias en los ítems relacionados con el precio de cuota y matrícula, espacios deportivos en buen estado de conservación e información fluida entre instalación y usuarios; frente al precio de cuota y matrícula y la ratio de alumnado/entrenador expuesto por las mujeres. Se puede apreciar como existe un aspecto común entre sexos, el precio de la cuota y matrícula adecuada a lo esperado, que se contrapone a lo expuesto por

Zamorano-Solís y García-Fernández (2018), que indican que las mayores coincidencias en cuanto a discrepancias se refieren se encuentran más vinculadas a la eficacia de los monitores y los vestuarios. Al igual que León-Quismondo et al. (2020a) las mujeres otorgan una mayor importancia al trato atento y amable, mientras que los hombres otorgan mayor importancia a que los espacios deportivos estén en buen estado de conservación. Así pues, la percepción de los diferentes factores en función del sexo del sujeto no es como una gran barrera a tener en cuenta, pero sí arroja algo de luz acerca de las necesidades más urgentes a atender por parte del CETDT, así como los elementos en los que debe mantener su buen trabajo.

En lo que respecta al tipo de relación existente de los clientes con el CETDT, es importante destacar que en función del tipo de cliente se presentarán unas necesidades y percepciones diferentes y acordes entre ellas. Así, se puede apreciar como la mayoría presentan valores negativos en discrepancia, lo que coincide con la exigencia mostrada por los clientes en otros estudios (Zamorano-Solís & García-Fernández, 2018). De este modo, existe una amplia mayoría de ítems con mayor discrepancia negativa en función del tipo de cliente: abonados a la instalación (espacios deportivos en buen estado de conservación), clientes de la escuela (precio de la cuota y matrícula, ratio de alumnado/entrenador, espacios deportivos en buen estado de conservación e información fluida entre instalación y usuarios), jugadores de alto rendimiento (precio de la cuota y matrícula, atención adecuada del personal, espacios deportivos amplios y en buen estado de conservación, vestuarios limpios y amplios y, calidad de las duchas), trabajadores del centro (proximidad menos de 15 minutos, centro abierto en horario y días que se desea, profesionalidad de los monitores, seguridad percibida en cuanto a medidas Covid-19, información fluida entre instalación y usuarios, uso de redes sociales, oferta de actividades variada y extensa y cafetería/restaurante), abonados a la instalación y clientes de la escuela (precio de la cuota y matrícula, espacios deportivos en buen estado de conservación y limpios e higiénicos), y, por último, otros (precio de la cuota y matrícula y regalos para premiar al cliente habitual).

Implicaciones prácticas

Por ello y con el propósito de facilitar la gestión del CETDT, habría que buscar puntos comunes sobre los que poder trabajar, y en este sentido emanan los ítems relacionados con el precio de la cuota y matrícula adaptado a expectativas y los espacios deportivos en buen estado de conservación. Son estos aspectos sobre los que la dirección del CETDT podría trabajar en busca de soluciones que puedan motivar un cambio en las valoraciones obtenidas y, por lo tanto, redunde en la satisfacción de sus clientes.

Tras el análisis de todos los datos y tras lo expuesto anteriormente, es necesaria una atención muy minuciosa y prioritaria hacia las tarifas y estado de conservación de los espacios deportivos, ya que han resultado los que se han mostrado con mayor déficit ante los clientes del CETDT. Por ello y a fin de proponer soluciones y mejoras, se aboga por un profundo análisis del mercado en cuanto a precios e intentar adaptarse a las necesidades del cliente, no sólo vinculado a las tarifas, sino también intentando mejorar en todo lo relacionado con el servicio prestado. Al mismo tiempo, sería positivo buscar convenios de patrocinio que permitan remodelar determinados espacios deportivos (ej.: gimnasio) y permitir un mejor mantenimiento de la instalación, y concretamente, de las pistas de tierra batida. Se cree que, si desde la dirección del CETDT se atiende a este último aspecto, mejoraría la percepción de los clientes en relación a las tarifas.

6. Conclusiones

A raíz de todos los datos e información obtenida y expuesta en este análisis, el CETDT puede llevar a cabo actuaciones que permitan trabajar sobre los puntos débiles detectados, ofreciendo un mejor servicio a sus clientes. Tal y como se ha visto, todos los atributos son susceptibles de mejora, pero recae sobre dos de ellos una atención imperiosa por parte de la dirección del CETDT: tarifas y estado de conservación de los espacios deportivos. De este modo, los hallazgos indican que existen diferentes aspectos sobre los que se deben implementar estrategias concretas para poder corregirlos y que aumente la satisfacción del cliente interno y externo.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

En lo que respecta a las limitaciones en este estudio, éstas radican en el tamaño muestral y en la dificultad para la recogida de muestra, ya que la situación epidemiológica obligó a realizarla online y no se pudo asegurar la participación de todos los usuarios posibles. Así pues, el tamaño muestral podría limitar el impacto, la potencia de los resultados ofrecidos y la posibilidad de generalizar los resultados de los resultados (Bae et al., 2014). En la misma línea, la diferencia en cuanto al porcentaje de hombres y mujeres podría incurrir en un sesgo de la información, así como la baja participación de los trabajadores del centro ($n = 4$), donde se superan los 30 trabajadores, y en los jugadores del grupo de Alto Rendimiento ($n = 3$). En este sentido, la participación de los jugadores del grupo de Alto Rendimiento podría parecer baja, aunque en la actualidad este grupo está conformado por 10 jugadores. No obstante, en futuros trabajos se debería intentar recoger los datos de la totalidad de jugadores, intentando involucrar a sus responsables y/o entrenadores. De igual modo, la utilización del análisis IPA también tiene una serie de limitaciones como ya indicó León-Quismondo et al. (2020a), donde pequeños cambios en la posición en el gráfico puede causar grandes modificaciones.

En futuras investigaciones, se deberían hacer otros análisis diferentes al análisis IPA como el Importance-Performance Matrix Analysis (IPMA) realizado ya en otros estudios (García-Fernández et al., 2020), y un análisis más focalizado en un tipo de cliente en concreto, siendo el caso de los deportistas de Alto Rendimiento el más atractivo y con mayor nicho de publicación, debido a que son el motivo por el que se crearon los CETD. En este caso, en la actualidad existen 32 CETD en España (CSD, 2019), en los que muchos deportistas hacen uso de esas instalaciones de forma intensiva, por lo que para alcanzar la excelencia deportiva estos deportistas deberían contar con unas instalaciones adecuadas y preparadas para ello.

Financiación

Los autores agradecen a Valte Investment el apoyo financiero prestado a través del proyecto 68/83; referencia: 1410/0443.

Referencias

Ábalo, J., Varela, J., & Rial, A. (2006). El análisis de importancia-valoración aplicado a la gestión de servicios. *Psicothema*, 18(4), 730-737.

Alonso, D., Rial, J., & Rial, A. (2013). Evaluación de la calidad percibida de los servicios deportivos en el ámbito universitario. *Revista de Psicología del Deporte*, 22(1), 143-150.

Arias-Ramos, M., Serrano-Gómez, V., & García-García, O. (2016). ¿Existen diferencias en la calidad percibida y satisfacción del usuario que asiste a un centro deportivo de titularidad privada o pública? Un estudio piloto. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 16(2), 99-110.

Bacon, D.R. (2003). A comparison of approaches to Importance-Performance Analysis. *International Journal of Market Research*, 45(1), 55-71. doi: 10.1177/147078530304500101.

Bae, T., Qian, S.; Miao, C., & J. Fiet (2014). The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-54. doi:10.1111/etap.12095.

Consejo Superior de Deportes (CSD) (2014). Resolución de 10 de enero de 2014, del Consejo Superior de Deportes, por la que se clasifican las instalaciones deportivas y los programas deportivos para el desarrollo del deporte de alto nivel y de competición, a efectos de lo previsto en la Orden ECD/2681/2012, de 12 de diciembre, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones y ayudas por el Consejo Superior de Deportes. https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2018-09/boe_resolucion_de_clasificacion_de_centros_2014.pdf

Consejo Superior de Deportes (CSD) (2019). *Directorio de Centros CTD-CETD*. Centros de Alto Rendimiento y Tecnificación Deportiva. Recuperado el 18 de julio de 2021, de <https://www.csd.gob.es/es/csd/instalaciones/c-centros-de-alto-rendimiento-y-tecnificacion-deportiva>

deSouza, R., & Chard, C. (2021). Using value equity drivers to understand parents' perspectives of youth summer Hockey camps: an importance-performance analysis. *Leisure/Loisir*, 1-27. doi:10.1080/14927713.2021.1971556.

Ferreira, S. D., & Veloso, J. (2011). Análisis estratégico de la oferta turística portuguesa. El análisis de importancia-valoración (IPA). *Estudios y Perspectiva en Turismo*, 20(5), 997-1008.

García-Fernández, J., Bernal-García, A., Fernández-Gavira, J., & Vélez-Colón, L. (2014). Analysis of existing literature on management and marketing of the fitness centre industry. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 36(3), 75-91.

García-Fernández, J., Fernández-Gavira, J., Alcaraz-Rodríguez, V., & Gálvez-Ruiz, P. (2018). Aplicación del análisis importancia-valoración en consumidores de centros de fitness low-cost. In *Nuevas realidades y enfoques en las organizaciones y eventos deportivos: Implicaciones para la Economía y la Gestión* (pp. 248-251). Universidad de Málaga (UMA).

García-Fernández, J., Fernández-Gavira, J., Sánchez-Oliver, A. J., Gálvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M., & Cepeda-Carrión, G. (2020). Importance-Performance Matrix Analysis (IPMA) to Evaluate Servicescape Fitness Consumer by Gender and Age. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), 6562. doi: 10.3390/ijerph17186562.

Joseph, M., Allbrighth, D., Stone, G., Sekhon, Y., & Tinson, J. (2005). IPA of UK and US bank: Customer perceptions of service delivery technologies. *International Journal of Financial Services Management*, 1(1), 66-88. doi: 10.1504/IJFSM.2005.007985.

León-Quismondo, J., García-Unanue, J., & Burillo, P. (2019). Priorities in the management of fitness centers. Application of Importance-Performance Analysis. *Journal of Sports Economics & Management*, 8(3), 116-136.

León-Quismondo, J., García-Unanue, J., & Burillo, P. (2020a). Análisis de Importancia-Valoración (IPA) y Modelo Kano

- aplicados a centros fitness de la Comunidad de Madrid. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 15(44), 223-234. doi:10.12800/ccd.v15i44.1464.
- León-Quismondo, J., García-Unanue, J., & Burillo, P. (2020b). Service perceptions in fitness centers: IPA approach by gender and age. *International journal of environmental research and public health*, 17(8), 2844. doi:10.3390/ijerph17082844.
- Martilla, J.A., & James, J.C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41, 77-79. doi: 10.1177/002224297704100112.
- Martínez-Caro, E., Martínez-Caro, E., & Díaz-Suárez, A. (2014). La calidad del servicio en los clubes de fútbol base de la región de Murcia. Una aplicación del análisis de importancia-satisfacción. *SPORT-TK, Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte*, 3(1-2), 33-40. doi:10.6018/221991.
- Ministerio Educación, Cultura y Deporte (MECD) (2021). *Encuesta de Hábitos deportivos en España 2020*. Madrid: Secretaría General Técnica. Subdirección General de Atención al ciudadano, Documentación y Publicaciones. <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/deportes/encuesta-habitos-deportivos-en-espana.html>
- Parra-Camacho, D., Añó Sanz, V., Ayora Pérez, D., & González-García, R. J. (2020). Applying importance-performance analysis to residents' perceptions of large sporting events. *Sport in Society*, 23(2), 249-263. doi: 10.1080/17430437.2019.1627330.
- Rial, A., Marsillas, S., Isorna, M., & Louro, A. (2013). Recomendaciones para el apoyo psicológico a jóvenes deportistas en los centros de alto rendimiento. [Tips to the psychological support to young athletes in high performance centers]. *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*. 9(33), 252-268. doi:10.5232/ricyde2013.03304.
- Rial, A., Rial J., Varela, J., & Real, E. (2008). An application of importance-performance analysis (IPA) to the management of sport centres. *Managing Leisure*, 13, 179-188. doi:10.1080/13606710802200878
- Serrano-Gómez, V., Rial, A., Sarmiento, J. P., & Carvalho, M. J. (2014). Análisis de Importancia Valoración (IPA) como herramienta de diagnóstico en la gestión de clubes de golf. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 4(1), 86-98.
- Sethna, B.N. (1982). Extensions and testing of importance-performance analysis. *Business Economics*, 20, 28-31. doi: 10.1007/978-3-319-16946-0_77
- Skok, W., Kophamel, A., & Richardson, I. (2001). Diagnosing information systems success: Importance-performance maps in the health club industry. *Information & Management*, 38, 409-419. doi: 10.1016/S0378-7206(00)00076-8.
- Tarrant, M. A., & Smith, E. K. (2002). The use of a modified importance-performance framework to examine visitor satisfaction with attributes of outdoor recreation settings. *Managing Leisure*, 7(2), 69-82. doi:10.1080/13606710210137246.
- Wohlfart, O., Adam, S., & Hovemann, G. (2021). Aligning competence-oriented qualifications in sport management higher education with industry requirements: An importance-performance analysis. *Industry and Higher Education*. doi: 10.1177/09504222211016284.
- Yildiz, S. M. (2011). An importance-performance analysis of fitness center service quality: Empirical results from fitness centers in Turkey. *African Journal of Business Management*, 5(16), 7031-7041. doi: 10.5897/AJBM11.674.
- Zamorano-Solís, S., & García-Fernández, J. (2018). El análisis importancia-valoración según género y permanencia: el caso de los centros de fitness. *Materiales para la Historia del Deporte*, (16), 24-35.
- Zheng, Z., Mo, J., & Xu, Y. (2021). Research on Public Fitness Equipment Experience Based on Satisfaction. *Healthcare*, 9(5), 501. doi:10.3390/healthcare9050501.

Agradecimientos

El primer autor ha contado con el apoyo de un contrato predoctoral para el desarrollo del programa propio de I +D+I de la Universidad de Sevilla en áreas de especial atención - VI Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Sevilla (VI-PPITUS).