

14 **Análisis exploratorio de la satisfacción en los programas de natación, taekwondo, gimnasia de mantenimiento, aerobio y musculación**

Juan Antonio Moreno Murcia

Pedro Luis Rodríguez García

Facultad de Educación. Universidad de Murcia

Andrés Martínez Moreno

Entrenador Superior de Natación

1. *Introducción.*
2. *Método.*
 - 2.1. *Muestra.*
 - 2.2. *Instrumento de medida.*
3. *Análisis de resultados.*
 - 3.1. *Satisfacción de los usuarios con las condiciones higiénicas de la instalación.*
 - 3.2. *Satisfacción de los usuarios con los problemas de espacio de la instalación.*
 - 3.3. *Satisfacción de los usuarios respecto al personal de la instalación*
 - 3.4. *Satisfacción con los usuarios con las características propias de la instalación.*
4. *Conclusiones.*
5. *Referencias bibliográficas.*

1. INTRODUCCIÓN

Motivados por los resultados encontrados en la revisión bibliográfica en los que se afirma que el éxito de la gran mayoría de instalaciones y programas físico-deportivos, no estriba en la rentabilidad económica sino en la atención al usuario (Chazaut, 1983; Chelladurai, 1992; Ispizua, 1992), nos hemos decidido a investigar unas de las variables que mejor predicen dicha atención y que ya había sido indicada en otras investigaciones (Bank, 1990; Sánchez, 1994; Moreno, 1997). Nos referimos a la satisfacción.

En principio hay que recurrir a las investigaciones llevadas a cabo en otro tipo de instalaciones, como la satisfacción del consumidor en el transporte, en la administración, en las instalaciones sanitarias o la satisfacción laboral (Quintanilla, 1988; Peiró y cols., 1989). A lo largo de los últimos años se observa un gran desarrollo del modelo de discrepancia percibida (Nicosia, 1974; Oliver, 1980; Chruchill y Surprenant, 1982; Tse y Wilton, 1988 y Patterson, 1993; Martínez-Tur y Tordera, 1995). Este desarrollo ha supuesto un enriquecimiento del modelo, incluyéndose nuevas variables y captándose una mayor variabilidad de situaciones de consumo y de utilización de servicios. El constructo que mayor importancia ha adquirido recientemente ha sido el de la calidad percibida, pasando de tener una influencia indirecta (a través de la discrepancia) sobre la satisfacción, a ser el aspecto que, al menos en productos y servicios de alta implicación, tiene un mayor efecto sobre las evaluaciones que realizan los usuarios y consumidores.

La satisfacción en el uso de las instalaciones y programas físico-deportivos ejerce, al parecer, una influencia importante en la propia práctica físico-deportiva, aunque no es la motivación principal y, sobre todo, condiciona la opinión de los usuarios sobre la política de planificación y mantenimiento de las instalaciones, demostrando que cuanto más positiva es la valoración que hacen los gerentes de su trabajo mayor es la satisfacción que experimentan los usuarios, como demuestran los trabajos de la Unidad de Investigación en Psicología de las Organizaciones y del Trabajo (UNIPOT) (Ramos, 1991; Ramos, Peiró y cols., 1991; Martínez-Tur y cols., 1995; Peiró y Ramos, 1995).

Es significativo, en ese sentido, que la satisfacción con el uso de la instalación y los programas físico-deportivos pueda influir en su práctica y no al revés, ya que la actitud positiva hacia la práctica de la actividad física no presupone satisfacción en el uso de las mismas, y es que la satisfacción del consumidor influye en sus intenciones futuras y en sus actitudes (Oliver, 1980).

Si la satisfacción específica con las instalaciones deportivas no ha sido excesivamente estudiada, si lo ha sido la satisfacción del consumidor. En ese sentido, la satisfacción del usuario de programas físico-deportivos supone un índice de la calidad de los productos y servicios que se ofrecen en un lugar concreto. Se apunta que la satisfacción/insatisfacción se producirá por la combinación del nivel de expectativa y del resultado de la disconformidad. El usuario de instalaciones deportivas es difícil de satisfacer por varias razones, entre las que resaltan la variedad de practicantes y pro-

gramas físico-deportivos, por el esfuerzo físico que requiere su práctica y por los costes económicos que a veces son necesarios.

De forma específica en las instalaciones deportivas, se ha investigado la posible relación entre la motivación del practicante y la satisfacción con el uso. González-Romá y cols. (1989) encontraron correlación significativa en el tamaño de la población, siendo los costes de acceso un elemento que contribuye a predecir la satisfacción general. Las características de las instalaciones son las que, en mayor medida, pueden predecir la satisfacción, y de éstas el nivel de saturación, la existencia de colas y los niveles de accesibilidad. Estos mismos autores obtuvieron cinco factores a través del análisis factorial realizado con las quince variables de la escala de satisfacción específica, que son los siguientes:

- Satisfacción con el personal, el equipamiento deportivo y la disponibilidad horaria.
- Satisfacción con los servicios auxiliares directamente vinculados con la práctica deportiva.
- Satisfacción con espacios anejos, mantenimiento y limpieza.
- Satisfacción con los medios de transporte, aparcamientos y espacios suficientes para las actividades deportivas.
- Satisfacción con aspectos de funcionalidad de las instalaciones.

Ello permite establecer una escala de satisfacción general y otra específica con cada uno de los servicios. Los datos descriptivos daban unos índices de satisfacción general del 77,6% con el uso de las instalaciones en la Comunidad Valenciana, siendo el valor medio en la escala de 5,2 (algo satisfecho). Los datos ponían de manifiesto que el 14,4% de los usuarios estaban muy satisfechos, bastante satisfechos el 42,7% y algo satisfechos el 20,3% (Peiró, 1987). La misma tendencia se observa respecto a la satisfacción con los medios de transporte, los aparcamientos, aunque aumenta el porcentaje de respuestas de indiferentes o, incluso un 34% señala que no ha lugar a pronunciarse respecto a los medios de transporte. Más del 70% están satisfechos respecto a los espacios para equipamientos, las duchas y vestuarios, luz artificial, limpieza e higiene y algo menor con los espacios anejos, o el bar o el salón, quizás por considerarlos menos relevantes.

El material adecuado para la práctica físico-deportiva sólo obtiene un nivel de satisfacción del 58%, uno de los más bajos, lo que parece indicar que las instalaciones no gozan de material auxiliar en demasía. No en vano un 23% se muestra insatisfecho. Algo similar ocurre con los apartados de gestión, coordinación del uso o servicio de monitores. En general, el usuario está satisfecho, pero con cifras ligeramente superiores al 50%; sin embargo, el grado de satisfacción con los horarios sube hasta el 82,4%, ya que las instalaciones permanecen abiertas más de 12 horas al día.

Otros datos, confirman que la población está dividida, ya que un 49% declara estar satisfecha, y un 30% insatisfechos. El grado de satisfacción suele ser un poco más alto entre las mujeres que entre los varones (Vázquez, 1993). En la misma investigación el grado de satisfacción percibida entre la organización y los servicios que

ofrece, es un poco menor, y también las diferencias entre varones y mujeres se mantienen, aunque son muy poco significativas. En general, los datos muestran que el grado de satisfacción no es muy elevado en todo lo que se refiere a instalaciones y servicios, y ello repite prácticamente en todos los segmentos sociales. Al poner en relación estas preguntas con el tipo de instalaciones que más utiliza la población, se comprueba que el nivel de satisfacción, tanto en instalaciones como en organización y servicios, es notablemente mayor con las instalaciones privadas que con las públicas.

Recientemente, Martínez-Tur y Tordera (1995) estudian la relación existente entre la gestión de las instalaciones deportivas y la satisfacción experimentada por los usuarios que la utilizan. Como resultados más concluyentes se demuestra que el hecho de que un mayor cuidado de la gestión por parte de los responsables de las instalaciones produce una mayor satisfacción en los usuarios. Sin embargo, la intensidad de esta relación depende del área y de la variable de que se trate. El nivel de problemática existente en la gestión es un aspecto que fácilmente se refleja en insatisfacción por parte de los usuarios. Asimismo, las áreas de marketing, de mantenimiento y de oferta y explotación de las instalaciones son las que mejor predicen la relación, mientras que la participación del gerente en tareas de personal tiene una relación muy positiva con la satisfacción experimentada por los usuarios. Aunque esta relación la justifican por efecto de la propiedad, en concreto, de la mayor calidad ofrecida en el sector privado, que a la misma participación del gerente en tareas de personal.

Como continuación de estos estudios y en la misma línea, planteamos la siguiente investigación, que tiene como principal objetivo averiguar el grado de satisfacción de los usuarios de los programas físico-deportivos, entre ellos los programas de natación, en una instalación en concreto. Este objetivo general, se concreta en unos más específicos, que pretenden dar respuesta a las diferentes facetas incluidas en dicho objetivo:

- Conocer la satisfacción de los usuarios con las condiciones higiénicas de la instalación.
- Conocer la satisfacción de los usuarios con varios espacios en la instalación.
- Conocer la satisfacción de los usuarios con el personal de la instalación.
- Conocer la satisfacción de los usuarios con los vestuarios de la instalación.
- Conocer la satisfacción de los usuarios con aspectos propios del programa.

Se trata, por tanto, de un análisis preferentemente descriptivo, ya que se pretende, sobre todo, tener una información general, que sirva como estudio base (pre-test), para posteriormente aplicarlo y ampliarlo a un número mayor de instalaciones, y poder así establecer estudios estadísticos mucho más significativos.

2. MÉTODO

2.1. Muestra

La instalación a estudio es una piscina cubierta de propiedad municipal y de gestión privada. Las características de la instalación son las siguientes: vaso de 25 m, sala de musculación, sala de aerobio, sala de artes marciales, pista polideportiva (20x40 m) y 4 vestuarios (2 para la piscina y 2 para el resto de los programas). Los programas que oferta la instalación son los siguientes: gimnasia de mantenimiento, aerobio, musculación, natación y taekwondo. La muestra sobre la que se basa el estudio está compuesta por 339 usuarios. La edad media de los entrevistados es de 28 años, con un rango que oscila entre 12 y 77 años, predominando los jóvenes entre los 20 y 40 años sobre los demás.

El 34,5% de la muestra está casado frente al 65,5% restante que no lo está. De los que están casados, el 20% tiene un hijo, el 56% tiene dos hijos, el 12% tiene tres hijos y el 11,9% tiene entre 3 y 9 hijos.

En cuanto al nivel de estudios considerados, la mayor proporción corresponde al 36,7% de los encuestados con estudios medios (Enseñanza Secundaria Obligatoria o Formación Profesional), en segundo lugar se encuentran los usuarios con estudios primarios (35,7%) y el 27,7% tienen estudios superiores (Diplomaturas o Licenciaturas).

Con relación a la ocupación laboral, la mayoría de los usuarios distribuyen su dedicación entre el estudio (41%) y el trabajo (39%). En cuanto a la clase social percibida por los propios encuestados, existe un predominio de la clase media, con un 78% aproximadamente, frente al 14% de la clase media alta o alta y un 9% de clase media baja o baja.

Los principales usuarios de esta instalación se encuentran localizados en un radio de 2 km de distancia (58,9%), mientras que el 24,8% se encuentra entre 2 y 4 km, el 6,7% entre 5 y 8 km y el 9,5% a más de 8 km.

Por último, la distribución de usuarios por programa de actividad física queda de la siguiente forma: el 32% pertenecen al programa de natación, el 22% asisten al programa de taekwondo, el 19% asiste al programa de aerobio, el 15% al programa de musculación y el 12% asiste al programa de gimnasia de mantenimiento.

2.2. Instrumento de medida

A. Descripción. Para la recogida de datos se ha utilizado el cuestionario C.A.D.P.A. (Cuestionario para el Análisis de la Demanda de Programas Acuáticos), (Moreno, 1997). Una de las escalas de dicho cuestionario consta de 21 ítems donde se pregunta al usuario el grado de satisfacción con las instalaciones acuáticas; cada pregunta puede ser contestada a partir de cuatro alternativas, desde 1 (nada satisfecho) hasta 4 (totalmente satisfecho). A través de él se solicitaba a los usuarios los siguientes datos demográficos: edad, género, nivel de estudios, estado civil, número de hijos, clase social, actividad actual, distancia de su casa a la instalación y práctica deportiva.

B. Proceso de creación del instrumento. A partir del estudio de otras investigaciones que se han encargado de analizar cuáles son los principales elementos que miden la satisfacción en el uso de instalaciones y programas físico-deportivos (Churchill y Surprenant, 1982; García Ferrando, 1986, 1990, 1991, 1993; Lasunción, 1987; González-Romá y cols., 1989; Ramos y cols., 1991 a, 1991 b; Diego, 1992; Vázquez, 1993; Ramos y cols., 1993; Martínez-Tur y Tordera, 1995; Añó, 1995; Moreno, 1997) entre otros, conceptualizamos la satisfacción en el uso de las instalaciones deportivas y en la práctica de programas de actividad físico-deportiva en 4 factores hipotéticos:

- Satisfacción con las condiciones higiénicas de la instalación.
- Satisfacción con los espacios en la instalación.
- Satisfacción con el personal de la instalación.
- Satisfacción con aspectos propios del programa.

Tras una primera elaboración pasamos este instrumento a un grupo piloto de 20 usuarios con el objeto de comprobar la redacción de los ítems y posibles problemas de comprensión de su contenido. A partir del resultado de dicha prueba fue construido el cuestionario definitivo que se entregó a todos los usuarios de los distintos programas. El cuestionario se realizó voluntariamente por los usuarios y éste fue totalmente anónimo.

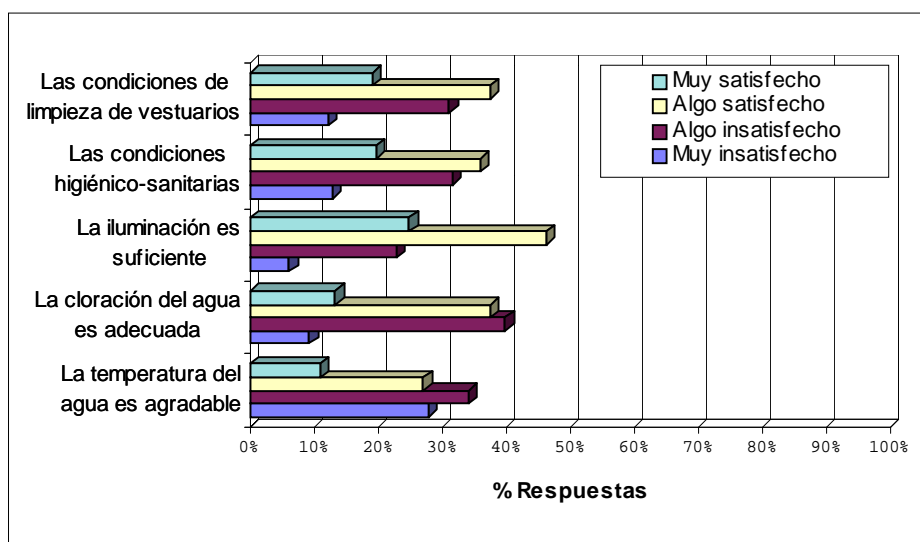
3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado se presentan los resultados de los datos más destacados. Se incluyen gráficos y tablas de las distribuciones porcentuales, a fin de destacar las principales diferencias en las diversas escalas de puntuación y resaltar los datos que interesa comentar.

3.1. Satisfacción de los usuarios con las condiciones higiénicas de la instalación

Como se puede observar en la figura 1, existe un equilibrio de la satisfacción de los usuarios en el ítem "*las condiciones de limpieza de vestuarios*", donde un 57% está muy satisfecho o algo satisfecho y un 43% está muy insatisfecho y algo insatisfecho. En el ítem "*la iluminación es suficiente*" la mayoría de usuarios (71%) está algo satisfecho o muy satisfecho frente al 29% que está muy insatisfecho y algo insatisfecho. En el ítem "*la cloración del agua es la adecuada*" un 49% está algo insatisfecho o muy insatisfecho, frente a un 51% que está muy satisfecho o algo satisfecho. Y por lo que respecta al ítem "*la temperatura del agua es agradable*", un 37% se muestra muy satisfecho o algo satisfecho, frente a un 63% que está muy insatisfecho o algo insatisfecho. Este último dato, unido al anterior, por su contenido, es de aplicación específica a los usuarios del programa de natación. Los usuarios del resto de programas no contestaron a dicho ítem.

Figura 1. Satisfacción de los usuarios respecto a las condiciones higiénicas de la instalación.

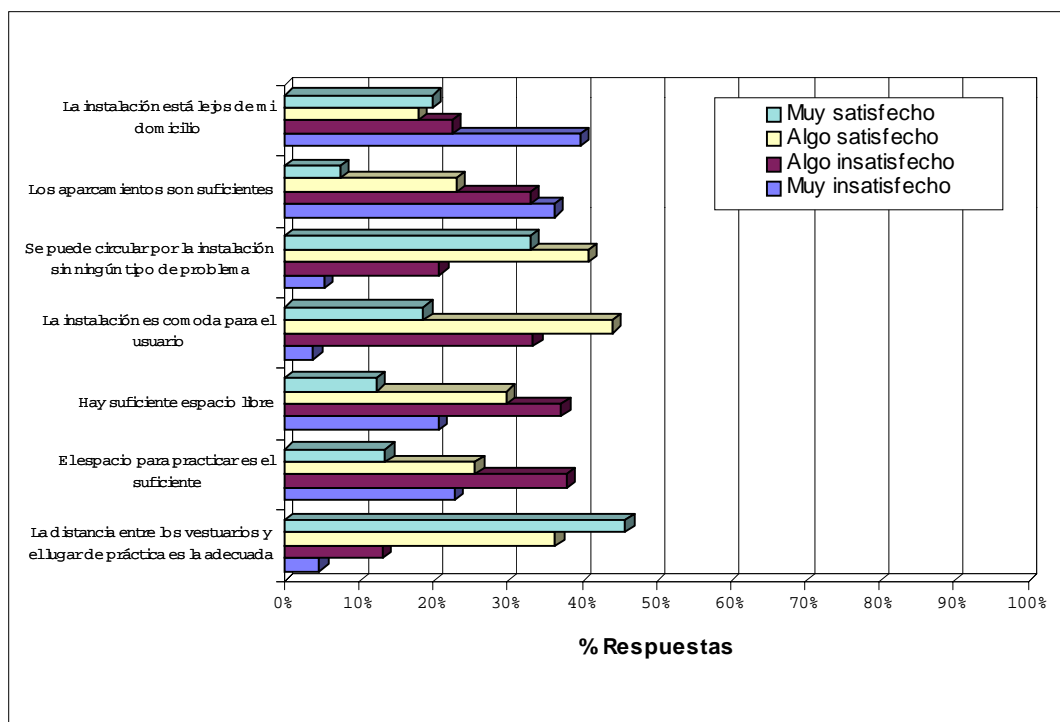


3.2. Satisfacción de los usuarios con los problemas de espacio de la instalación

De la lectura de la figura 2 extraemos que, el 37% está muy satisfecho o algo satisfecho y un 63% está algo insatisfecho o muy insatisfecho respecto al ítem *“la instalación está lejos de mi domicilio”*. En la misma línea un 58,9% reside a menos de 2 Km y un 24,8% entre 2-4 Km, sólo un 16,2% está a 5 Km o más de la instalación. Cuando analizamos el ítem *“los aparcamientos son suficientes”* un 32% está muy satisfecho o algo satisfecho y un 68% está algo insatisfecho o muy insatisfecho, confirmando la inexistencia de aparcamiento en la instalación de estudio. La respuesta al ítem *“se puede circular por la instalación sin ningún tipo de problema”*, un 74% está muy satisfecho o algo satisfecho frente a un 26% que está algo insatisfecho o muy insatisfecho. Por otro lado, ante el ítem *“la instalación es cómoda para el usuario”*, un 63% está muy satisfecho o algo satisfecho y un 37% está algo insatisfecho o muy insatisfecho, de los cuales sólo un 5% está muy insatisfecho. Un 83% se manifiesta muy satisfecho o algo satisfecho y un 17% está algo insatisfecho o muy insatisfecho ante el ítem *“la distancia entre los vestuarios y el lugar de práctica es la adecuada”*. Por último, en el análisis de los dos ítems restantes, *“hay suficiente espacio libre”* y si *“el espacio para practicar es el suficiente”*, los resultados demuestran la insuficiencia de espacios en la instalación, donde un 42% y 39% está muy satisfecho o algo satisfecho y un 58% y un 61% está algo insatisfecho o muy insatisfecho, respectivamente.

Figura 2. Satisfacción de los usuarios respecto a los problemas de espacio en la instalación.

Actividades acuáticas: ámbitos de aplicación

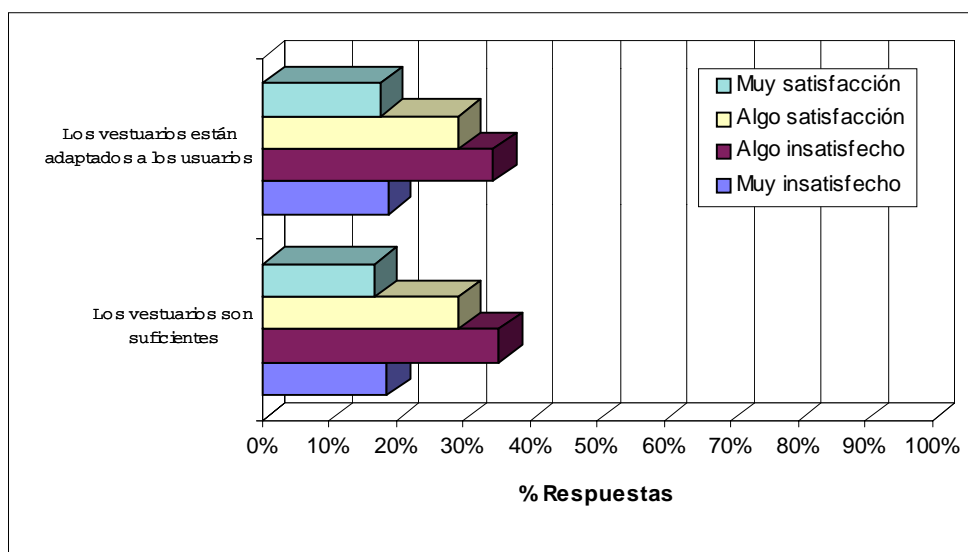


En la misma línea, también se les preguntó sobre el espacio en los vestuarios, y los resultados obtenidos fueron los siguientes (figura 3): ante los ítems "los vestuarios están adaptados a los usuarios" y si "los vestuarios son suficientes" un 47% está muy satisfecho o algo satisfecho y 53% está algo insatisfecho o muy insatisfecho.

3.3. Satisfacción de los usuarios respecto al personal de la instalación

Ante el ítem "el monitor me gusta", un 90% está muy satisfecho o algo satisfecho y solo un 10% está algo insatisfecho o muy insatisfecho, como se deduce de la lectura de la figura 4. A la expresión de si "el personal de recepción es agradable" un 68% está muy satisfecho o algo satisfecho y un 32% está algo insatisfecho o muy insatisfecho. Y en líneas generales, cuando se les pregunto si "el personal de la instalación es agradable" los datos confirman la satisfacción con los mismos (un 84% está muy satisfecho o algo satisfecho y un 16% está algo insatisfecho o muy insatisfecho).

Figura 3. Satisfacción de los usuarios respecto a los vestuarios de la instalación.



3.4. Satisfacción de los usuarios con las características propias de la instalación

En las instalaciones y programas físico-deportivos existen otras variables importantes en un análisis de este tipo. Hemos preguntado si *"los precios públicos son asequibles"*, obteniendo que un 44% está muy satisfecho o algo satisfecho y un 56% está algo insatisfecho o muy insatisfecho. Por lo que respecta a si *"los programas se ajustan a mis exigencias particulares"* y si *"los horarios no plantean problemas para el uso de la instalación"*, más del 70% estaba satisfecho con los mismos. Resultado similar es el que obtenemos cuando se les pregunta si *"la información a los usuarios es abundante y correcta"*, donde el 63% está muy satisfecho o algo satisfecho y un 37% está algo insatisfecho o muy insatisfecho (figura 5).

Figura 4. Satisfacción de los usuarios respecto al personal de la instalación.

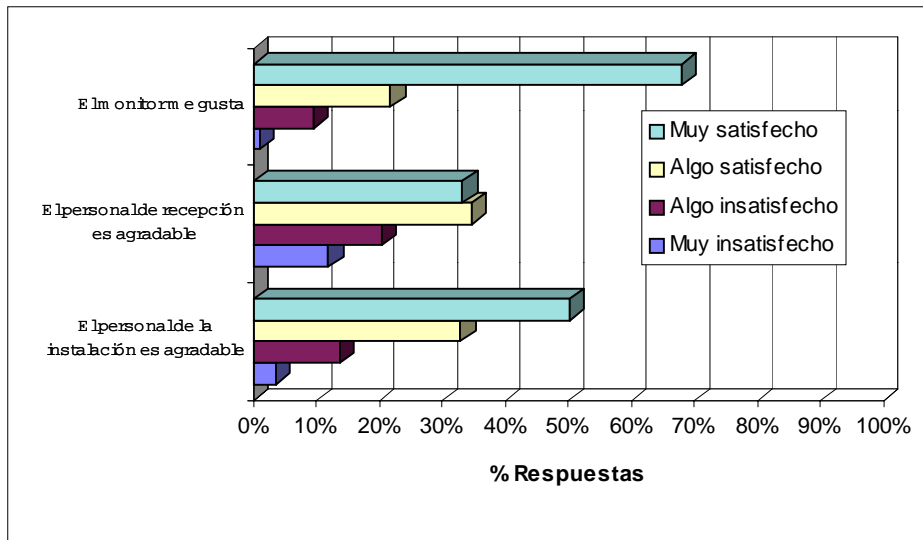
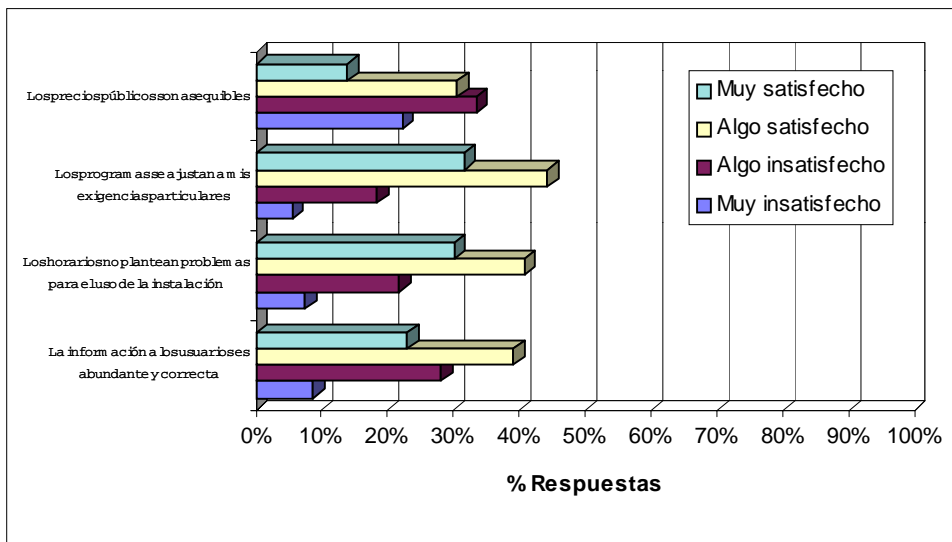


Figura 5. Satisfacción de los usuarios respecto a características propias de la instalación.



4. CONCLUSIONES

Según los resultados del trabajo podemos resumir diciendo que el perfil del usuario asistente a la instalación es de 28 años de edad, soltero, con un nivel de estudios medios, estudiante, de clase media, reside en un radio de 2 km de distancia a la

instalación y asiste principalmente a los programas que se desarrollan en el medio acuático.

Las principales conclusiones de la investigación la resumimos en la tabla 1.

Tabla 1. Aspectos que provocan satisfacción e insatisfacción en los programas de natación, taekwondo, gimnasia de mantenimiento, musculación y aeróbic.

Satisfacción	Insatisfacción
— Las condiciones de limpieza de los vestuarios.	— La temperatura del agua.
— La iluminación.	— La lejanía de la instalación del domicilio de los usuarios.
— La cloración del agua es la adecuada.	— Los aparcamientos.
— Desplazamiento por la instalación.	— El espacio para practicar.
— Comodidad de la instalación.	— La adaptación de los vestuarios a los usuarios.
— La distancia entre los vestuarios y el lugar de práctica.	— El espacio de los vestuarios.
— El monitor.	— Los precios.
— El personal de recepción.	
— El personal de la instalación.	
— Los programas físico-deportivos.	
— Los horarios.	
— La información.	

Desde nuestro punto de vista, teniendo en cuenta la muestra analizada, es importante atender a las solicitudes (insatisfacción) de los usuarios, pues si el usuario está satisfecho repetirá el uso de la instalación o el programa físico-deportivo, y sin duda alguna, hará una muy buena publicidad del mismo, convirtiéndose en un importante factor de marketing al modo que indicaba Lambin (1991) como una "técnica de ventas", o Quintanilla (1988), si consideramos el establecimiento de una relación de carácter dinámico entre la organización y el mercado.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Añó, V. (1995). *Aspectos psicosociales en la oferta de instalaciones deportivas*. Tesis doctoral. Dir. Dr. José María Peiró. Facultad de Psicología. Universidad de Valencia.
- Bank, F. (1990). *Management Know-How*. *Dirección deportiva, III Epoca*, 43, 25.
- Chazaud, P. (1983). *Le sport et sa gestión*. París: Vigot.
- Chelladurai, P. (1992). A classification of sport and physical activity services: implications for sport management. *Journal of Sport Management*, 6, 1, 38-51.

- Churchill, G. y Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504.
- Diego, M. (1992). La calidad de los servicios deportivos. *Dirección Deportiva*, 53, 12-13.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56, 6-21.
- García Ferrando, M. (1991). *Los españoles y el deporte*. Madrid: Ministerio de Cultura. I.C.E.F.D.
- García Ferrando, M. (1986). *Hábitos deportivos de los españoles*. Madrid: Ministerio de Cultura, Consejo Superior de Deportes.
- García Ferrando, M. (1990). *Aspectos sociales del deporte. Una reflexión sociológica*. Madrid: Alianza Deporte.
- García Ferrando, M. (1993). *Tiempo libre y actividades deportivas de la juventud en España*. INJWE. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- González-Romá, V.; Peiró, J. M.; Meliá, J. L.; Valcarcel, P.; Balaguer, I. y Sancerni, M. D. (1989). Variables predictoras de la satisfacción en el uso de instalaciones deportivas. *Anuario de Psicología*, 40, 67-88.
- Ispizua, M. (1993). *Hábitos deportivos de la población de la comarca de la margen izquierda*. Barakaldo, Portugalete, Santurusti y Sestao. Bilbao.
- Lambin, J. J. (1991). *Marketing estratégico*. Madrid: McGraw-Hill.
- Lasunción, F. X. (1987). El grado de satisfacción como criterio para la valoración de los servicios. *Dirección Deportiva*, 32, 21-23.
- Martínez-Tur, V. y Tordera, N. (1995). Relaciones entre la gestión de instalaciones deportivas y la satisfacción de los usuarios. En J. M. Peiró y J. Ramos (Eds.), *Gestión de instalaciones deportivas. Una perspectiva psicosocial* (pp. 183-209). Valencia: Nau Llibres.
- Martínez-Tur, V.; Tordera, N. y Caballer, A. (1995). Efecto contraste-asimilación en el uso de instalaciones deportivas: propiedad de las instalaciones y nivel de asociacionismo de los usuarios. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 5, (3), 95-110.
- Moreno, J. A. (1997). *Relación oferta-demanda de las instalaciones acuáticas cubiertas: bases para un programa motor en actividades acuáticas educativas*. Tesis doctoral. Dir. Dr. Melchor Gutiérrez Sanmartín. Facultad de Psicología. Universidad de Valencia.
- Nicosia, F. (1974). *La decisión del consumidor y sus implicaciones en marketing y publicidad*. Madrid: Ariel.
- Oliver, R. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Patterson, P. G. (1993). Expectations and product performance as determinants of satisfaction for a high-involvement purchase. *Psychology & Marketing*, 10, (5), 449-465.
- Peiró, J. M.; González, V.; Zurriaga, R.; Ramos, J. y Bravo, M. J. (1989). El cuestionario de satisfacción laboral de profesionales de la salud de equipos de atención primaria (CSLPS-EAP). *Revista de Psicología de la Salud*, 2, 135-174.
- Peiró, J. M. y Ramos, J. (1995). *Gestión de instalaciones deportivas*. Valencia: Nau Llibres.

- Peiró, J. M. (1987). *Estudio psicosocial de la demanda y uso de instalaciones deportivas en la Comunidad Valenciana* (Vols. I y II). Informe realizado para la Consejería de Cultura, Educación y Ciencia. Generalitat Valenciana.
- Quintanilla, I. (1988). *Psicología y marketing. Evaluación de la conducta del consumidor y otras extensiones*. Valencia: Promolibro.
- Racionero, L. (1987). *Del paro al ocio*. Barcelona: Anagrama.
- Ramos, J.; González-Romá, V.; Peiró, J. M. y Codoñer, C. (1991 a). Actitudes ante la política de planificación de instalaciones deportivas: una escala de medida. *Revista de Psicología del Deporte*, 1, 37-51.
- Ramos, J. (1991). *Gestión de instalaciones deportivas y actitudes y conductas de sus usuarios*. Tesis de Licenciatura. Dirs. J. M. Peiró y P. Valcárcel. Facultad de Psicología. Universidad de Valencia.
- Ramos, J.; Peiró, J. M.; Zornoza, A. y Gonzalez, P. (1991 b). Influencia de la gestión de instalaciones deportivas sobre la satisfacción con el uso de instalaciones. En *actas del III Congreso de Evaluación Psicológica*. Barcelona.
- Sánchez, P. (1994). Gestión de instalaciones públicas por parte de empresas privadas. *Dirección Deportiva*, 58-59, 7-12.
- Subirats, J. (1992). Administración pública y mercado. Información comercial española. *Revista de Economía*, 712, 33-42.
- Tse, D. y Wilton, P. (1988). Models of consumer satisfaction formation: an extension. *Journal of Marketing Research*, 25, 204-212.
- Vázquez, B. (1993). *Actitudes y prácticas deportivas de las mujeres españolas*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.