

ESTUDIO DE INSTALACIONES: Comparativa sobre la encuesta telefónica y web

Desde el año pasado, Club Tenis Pamplona está inmerso en un estudio integral sobre sus servicios e instalaciones, cuyo objetivo es sentar las bases para futuras inversiones.

En este marco, se han llevado a cabo dos encuestas con el fin de recoger la opinión de los socios y socias: una encuesta telefónica a una muestra representativa, realizada por la empresa CIES, y una encuesta abierta a través de la página web del Club.

Ambas herramientas han permitido obtener una visión global sobre el nivel de satisfacción actual, el interés en nuevas actividades deportivas, recreativas y sociales, así como sobre la percepción de las comunicaciones del Club. Además, se ha recabado información valiosa sobre las prioridades de inversión y las ideas de los socios para el desarrollo de los nuevos terrenos, en un contexto marcado por el envejecimiento de la sociedad y la evolución de las tendencias en ocio y deporte.

Objetivos de las encuestas:

- Conocer la satisfacción con las instalaciones deportivas y sociales.
- Evaluar la satisfacción con las actividades organizadas por el Club y la probabilidad de participar en nuevas actividades.
- Medir el alcance de las comunicaciones del Club.
- Determinar las prioridades de los socios en las futuras inversiones de reforma o nuevas instalaciones.
- Recabar ideas para los nuevos terrenos.

1. Muestra de la encuesta telefónica

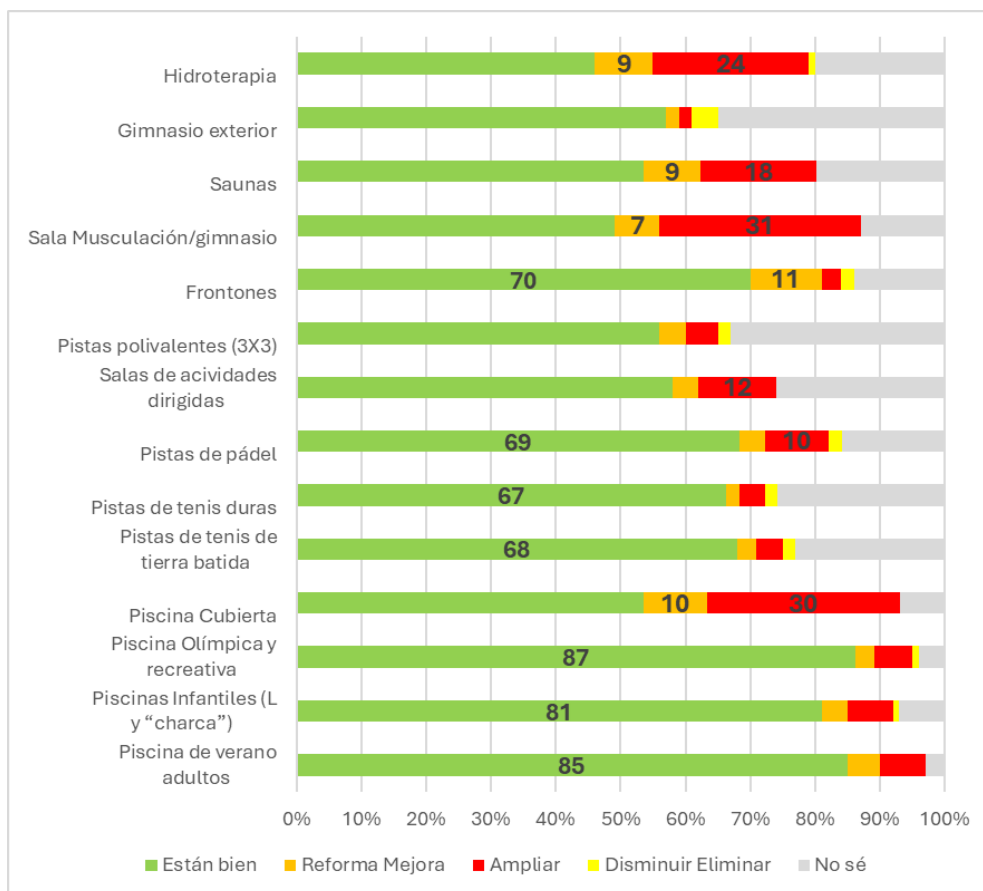
Para obtener una visión lo más completa posible de la realidad del Club, se han combinado dos herramientas de recogida de datos: una **encuesta telefónica**, realizada por **CIES a una muestra representativa de 400 socios y socias**, y una **encuesta abierta a través de la página web** del Club, en la que participaron **1.352 personas**. En ambos casos los participantes eran mayores de 14 años. A pesar de las diferencias metodológicas, ambas encuestas permiten extraer conclusiones relevantes y en muchos casos coincidentes sobre el uso del Club y el perfil de los socios.

- La composición media de los hogares es similar en ambas muestras, con una media de **3,3** personas en la encuesta telefónica y de **3,45** en la encuesta web.
- En cuanto al perfil de los participantes, la encuesta telefónica refleja una mayor presencia femenina (52,5%), mientras que en la encuesta web la distribución por sexo fue prácticamente equilibrada (50,81% hombres y 49,19% mujeres).

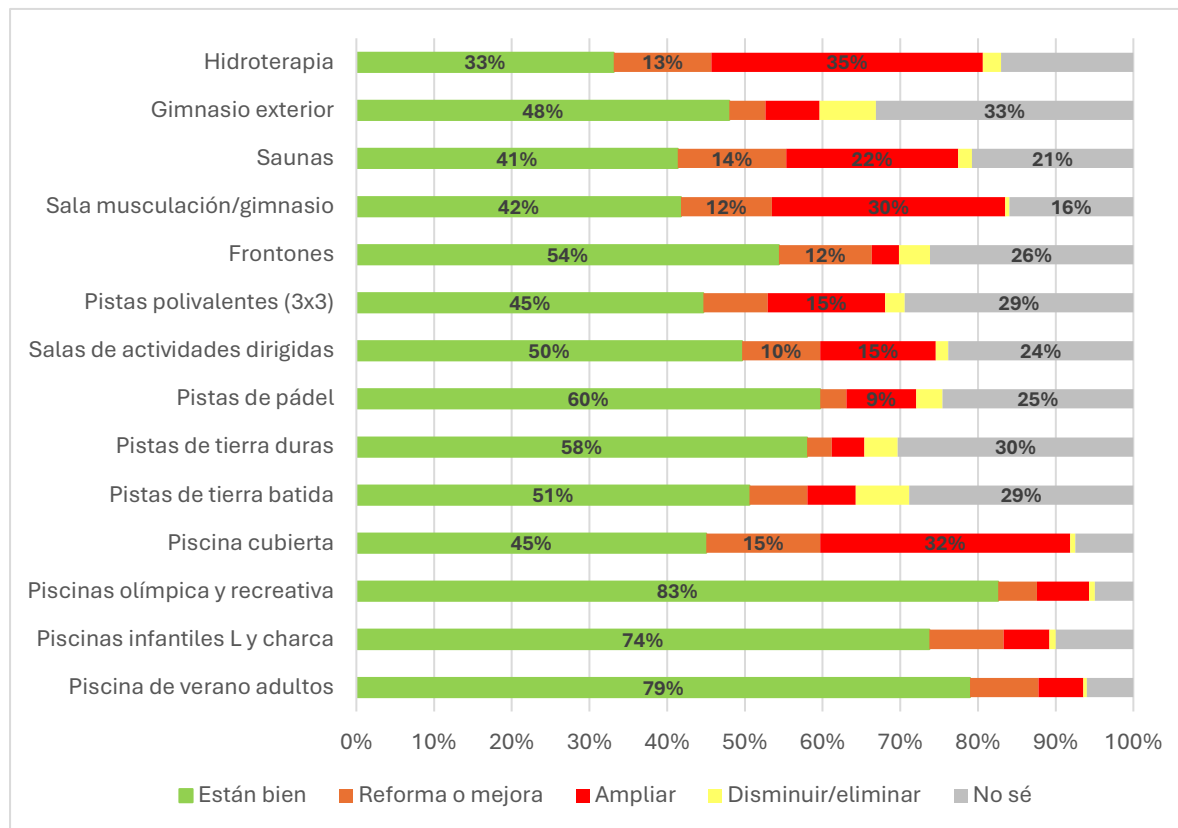
- En relación con la edad, el grupo más presente en la encuesta telefónica corresponde al de personas **entre 50 y 64 años (28%)** y en la encuesta web el grupo más numeroso es el de **adultos entre 30 y 64 años (42%)**.
- En lo relativo al uso del Club, se observan diferencias significativas. En la encuesta telefónica, un **52% de los socios afirma acudir al Club todas las semanas del año**, mientras que en la encuesta online este porcentaje asciende al **78,77%**. Esta diferencia puede explicarse, en parte, por el carácter voluntario de la encuesta web, que tiende a captar la participación de socios más activos y comprometidos.
- Ambos estudios coinciden en señalar que el **perfil del usuario frecuente es un hombre de entre 30 y 49 años, y que los socios más recientes tienden a hacer un uso más intensivo del Club**.
- Asimismo, en ambos casos, una de las principales razones para no acudir al Club en invierno es **residir fuera de Pamplona**, lo cual incrementa las solicitudes de baja temporal. Como motivo principal, la encuesta telefónica destaca la “pereza o falta de hábito”, mientras que la encuesta online apunta a la “falta de práctica deportiva”.

2. Satisfacción con las instalaciones

Valoración de las instalaciones deportivas (en %) - Encuesta telefónica



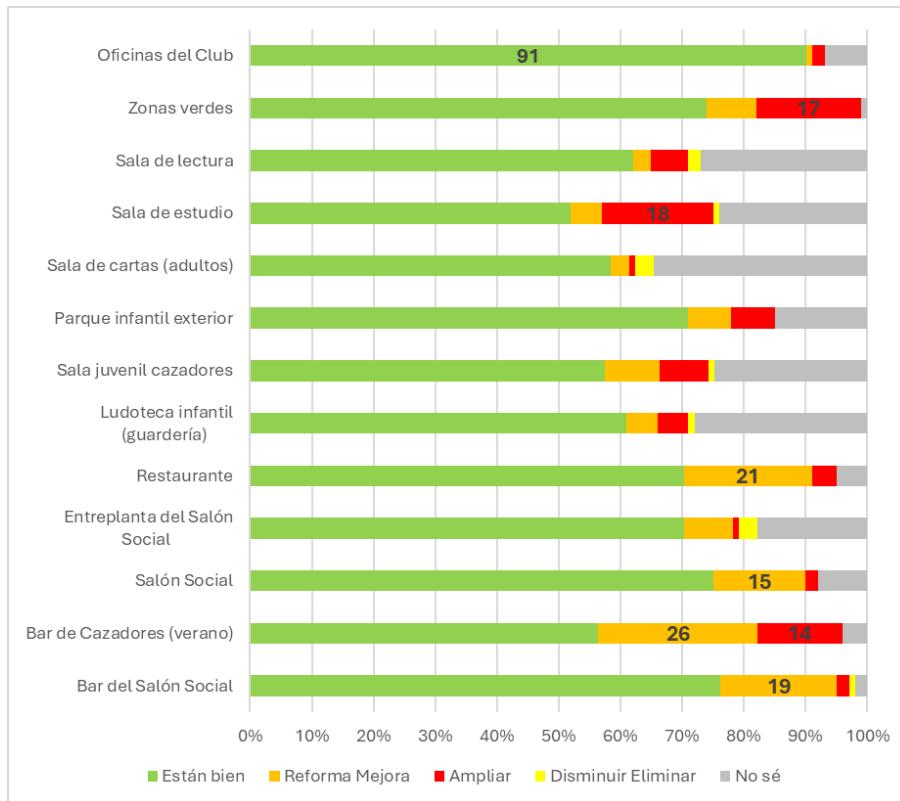
Valoración de las instalaciones deportivas (en %) - Encuesta página web



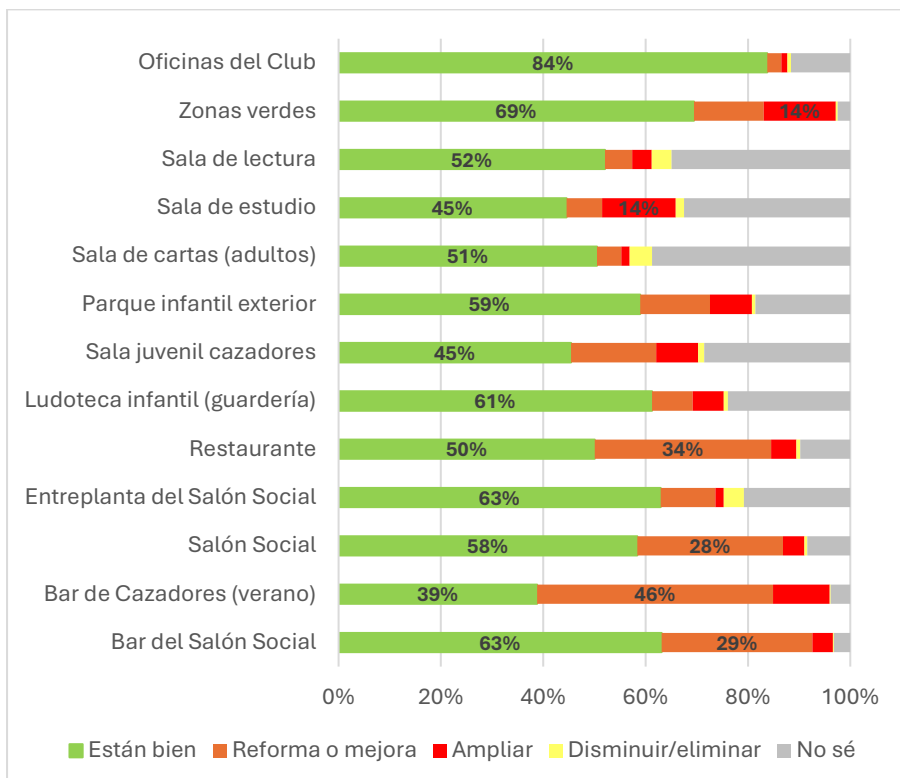
Tanto la encuesta telefónica como la encuesta abierta en la página web revelan que la mayoría de las instalaciones deportivas del Club gozan de un nivel de satisfacción superior al 50%. En ambas muestras, las **piscinas exteriores** son las mejor valoradas, aunque con ligeras diferencias en los niveles reportados: **más del 80% de satisfacción en la encuesta telefónica y más del 70% en la encuesta online**. Las **pistas de tenis, pádel y frontones** también muestran buenos niveles de satisfacción, cercanos al 70%, especialmente en la muestra telefónica.

En cuanto a la **demandas de ampliación**, los resultados de ambas encuestas muestran coincidencias en cuanto a las instalaciones con mayor interés por parte de los socios. El **gimnasio/sala de musculación**, la **piscina cubierta** y la **zona de hidroterapia** aparecen como las principales prioridades. En la encuesta telefónica destacan el **gimnasio (31%)**, la **piscina cubierta (30%)** y la **hidroterapia (24%)**. En la encuesta web, se observa una mayor demanda para la **hidroterapia (35%)** y la **piscina cubierta (32%)**, seguidas de cerca por el **gimnasio (30%)** y las **saunas (22%)**.

Valoración de las instalaciones sociales (en %) -Encuesta telefónica



Valoración de las instalaciones sociales (en %) -Encuesta página web



Los resultados de la encuesta telefónica y la encuesta online muestran coincidencias significativas en cuanto a la percepción de las instalaciones sociales del Club. En ambas encuestas, se observa que este tipo de instalaciones genera, **mayores niveles de satisfacción que las deportivas**.

Las **oficinas del Club** son valoradas como las más adecuadas por parte de los socios en ambos estudios. También en la encuesta web destacan las **zonas verdes (69%)**, seguidas del **bar del Salón Social y la entreplanta**, ambos con un **63%**.

En cuanto a la **demanda de reforma o mejora**, hay una coincidencia clara respecto al **Bar de Cazadores**, que aparece como una prioridad en ambas encuestas: **uno de cada cuatro socios** lo señalaron en la encuesta telefónica, mientras que en la encuesta web ese porcentaje asciende a un **46%**. También en el **Restaurante: 21%** en la encuesta telefónica y **34%** en la encuesta online y en el **Bar del Salón Social: 19%** en la encuesta telefónica y **29%** en la online.

Por otro lado, tanto en la encuesta telefónica como en la encuesta online se señalan como prioritarias a la hora de ampliar la **sala de estudio** y las **zonas verdes**.

En conjunto, ambas encuestas subrayan la importancia de mejorar ciertos espacios clave de convivencia social dentro del Club.

3. Satisfacción con las actividades

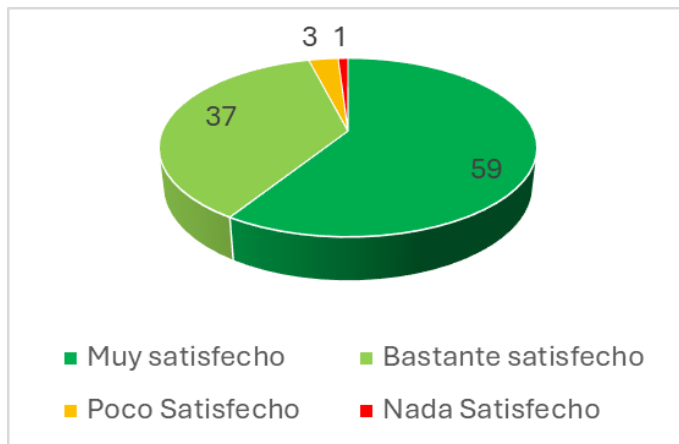
Los datos recogidos muestran **diferencias significativas en cuanto a la participación de los socios en las actividades organizadas por el Club**, así como en los niveles de satisfacción.

Según la **encuesta telefónica**, la **mayoría de los socios no participa** en ninguna actividad del Club. Entre quienes sí lo hacen, predominan las **actividades dirigidas (17%)** y el **uso del gimnasio (12%)**, seguidos por cursos de pádel, tenis y natación (entre 5-6%), cenas (4%) y rankings (3%). La satisfacción entre los participantes es elevada: el **59% se declara muy satisfecho** y el **37% bastante satisfecho**, lo que sugiere una alta valoración de las actividades entre quienes las disfrutan.

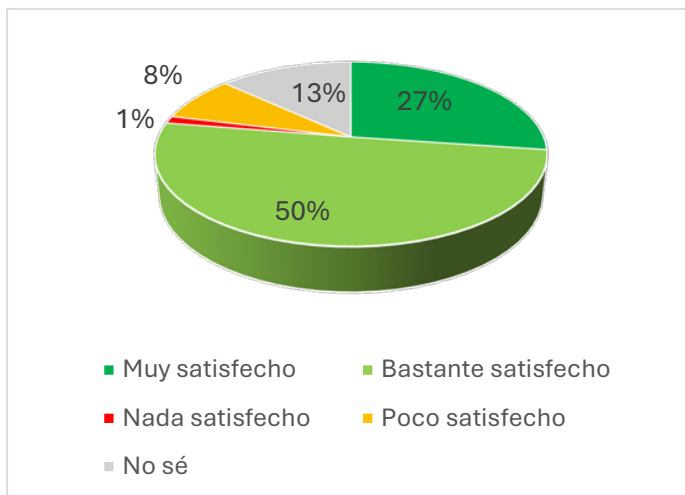
Por el contrario, la **encuesta web refleja un perfil de socio más participativo**, con un **86% de encuestados que afirman asistir a alguna actividad**, y solo un **14% que no participa**. En este caso, el **uso del gimnasio (42%)** y la **asistencia a actividades dirigidas (40%)** presentan porcentajes mucho más altos que en la encuesta telefónica. En cuanto a la satisfacción, el 50% se muestra **bastante satisfecho** y un 27% **muy satisfecho**, lo cual, si bien sigue siendo positivo, presenta valores algo más moderados que los reportados en la encuesta telefónica.

En resumen, ambas encuestas coinciden en señalar a las **actividades dirigidas y el gimnasio como las más utilizadas**, pero muestran diferencias notables en los niveles de participación general y en cómo se distribuye la satisfacción entre los socios.

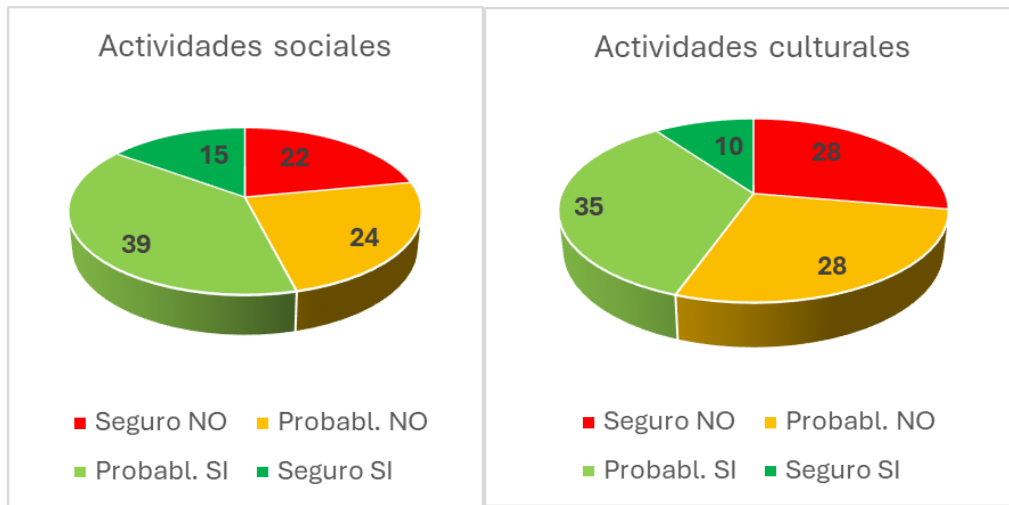
Satisfacción con las actividades realizadas (en %) – Encuesta telefónica



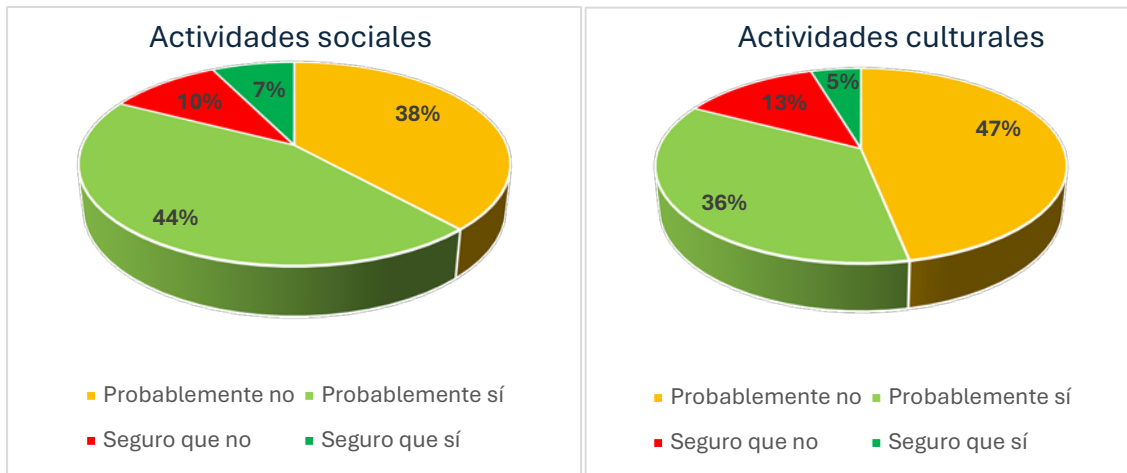
Satisfacción con las actividades realizadas (en %) – Encuesta página web



Propuesta de participación en actividades sociales y culturales (en %) – Encuesta telefónica



Propuesta de participación en actividades sociales y culturales (en %) – Encuesta página web

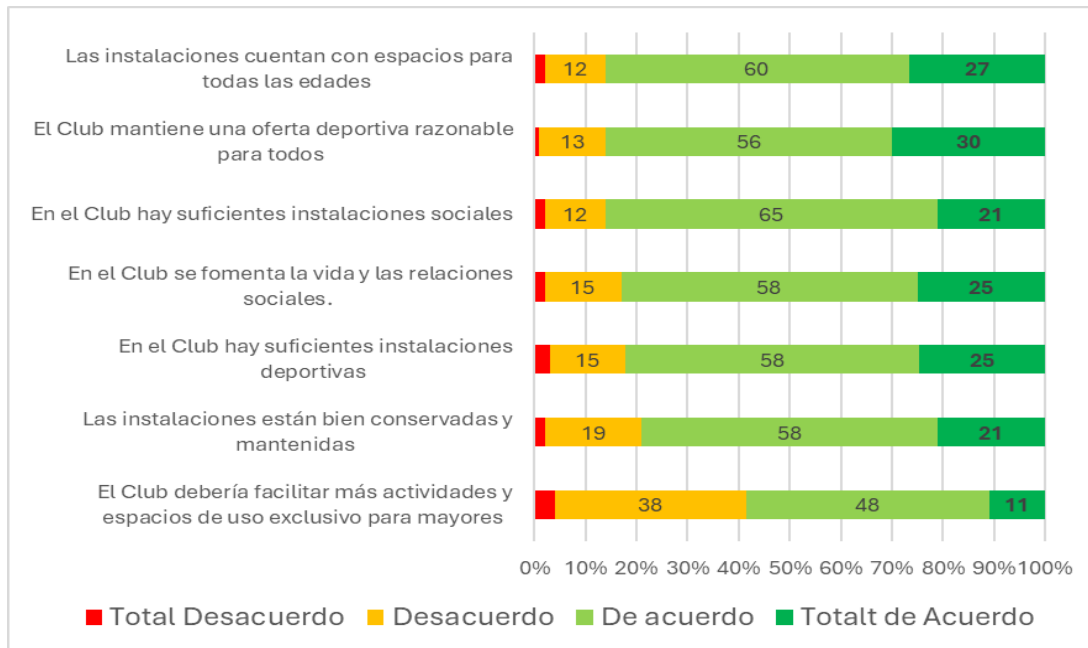


Tanto en la encuesta telefónica como en la encuesta online, se confirma que **las actividades sociales generan un mayor interés entre los socios del Club Tenis Pamplona que las culturales**, aunque con porcentajes ligeramente distintos en cada caso.

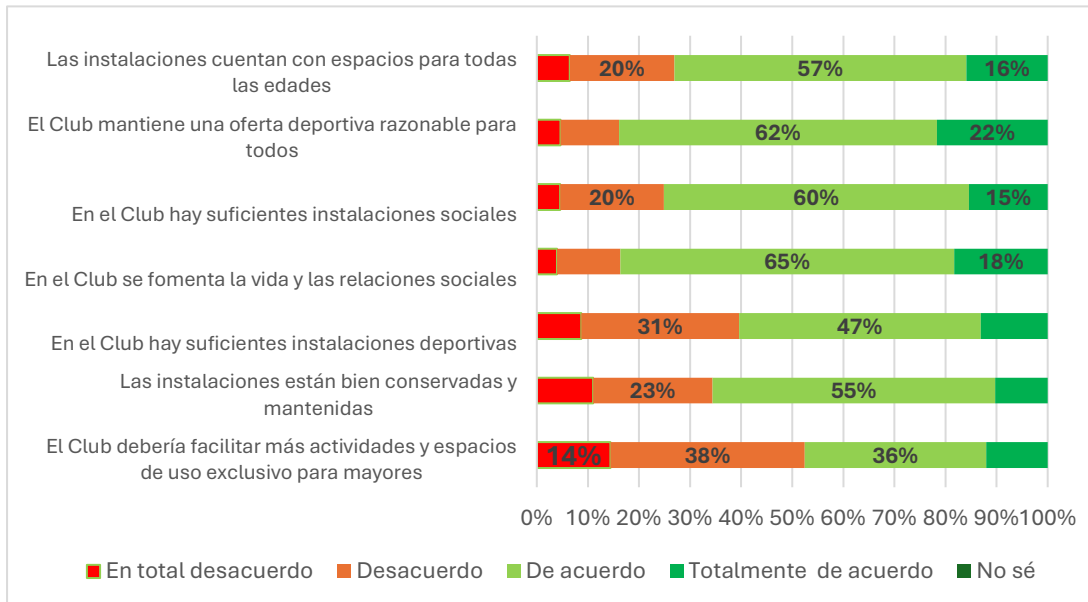
En la **encuesta telefónica**, un **54%** de los socios manifiesta su disposición a participar en actividades sociales como charlas, talleres de cocina o cenas temáticas, frente a un **45%** que se interesaría por actividades culturales como club de lectura, cinefórum o talleres creativos.

De forma muy similar, en la **encuesta web**, el **51%** se muestra dispuesto a participar en actividades sociales, mientras que el **41%** lo haría en las culturales.

Grado de acuerdo con las afirmaciones (en %) – Encuesta telefónica



Grado de acuerdo con las afirmaciones (en %) – Encuesta página web



Los resultados de la encuesta telefónica y la encuesta online muestran una valoración mayoritariamente positiva de los socios respecto a la oferta y el estado de las instalaciones del Club. No obstante, se observan algunas diferencias en la intensidad de estas valoraciones.

En relación con la idea de que el Club **cuenta con espacios para todas las edades**, los datos son similares, aunque con menor contundencia en la encuesta online. En la telefónica, el **27% está muy**

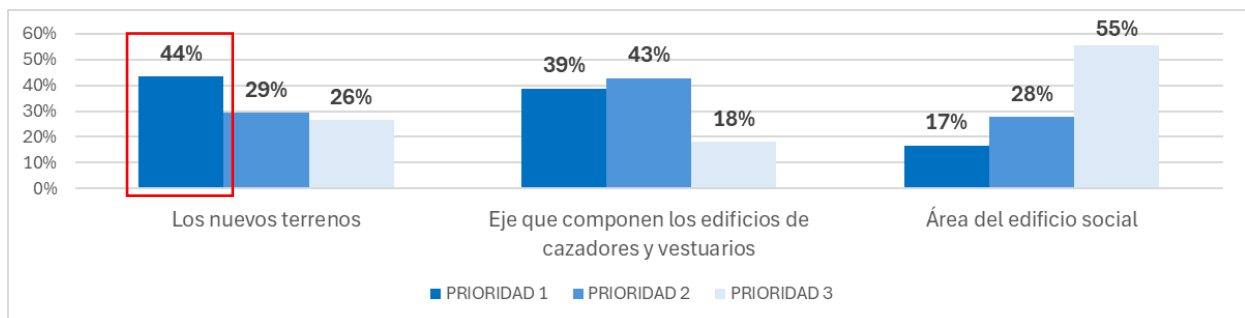
de acuerdo y el **60% de acuerdo**, mientras que en la online estos porcentajes bajan a **16% y 57%**, respectivamente. Aun así, en ambos casos más de **8 de cada 10 socios coinciden** en esta afirmación.

Sobre si el Club **fomenta la vida social y las relaciones**, nuevamente ambas muestras reflejan una percepción positiva. En la encuesta telefónica, el **25% está muy de acuerdo** y el **58% de acuerdo**, y en la encuesta online el **18% muy de acuerdo** y el **65% de acuerdo**. Es decir, aunque con diferentes matices, **más del 75%** de los socios en ambas encuestas valoran positivamente este aspecto.

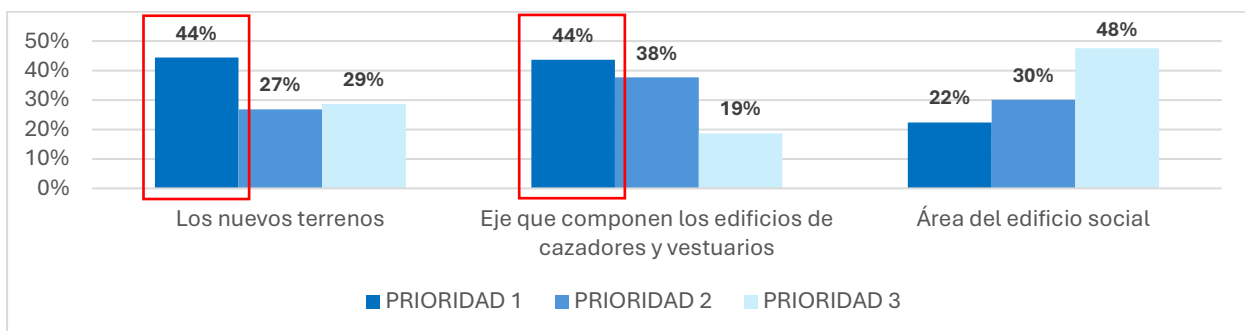
En cuanto a la **oferta deportiva**, se observan diferencias más marcadas. La encuesta telefónica revela un nivel muy alto de acuerdo, con un **82% de los socios que consideran que hay suficientes instalaciones deportivas**, y además **8 de cada 10 opinan que están bien conservadas**. Por otro lado, en la encuesta online, el **62% considera que hay una oferta deportiva razonable**, y un **60% cree que hay suficientes instalaciones sociales**. Además, el **55% sostiene que las instalaciones están bien mantenidas**.

4. Mejora de instalaciones

Prioridades de inversión por espacios estratégicos (en %) – Encuesta telefónica



Prioridades de inversión por espacios estratégicos (en %) – Encuesta página web



Los resultados de la encuesta telefónica y la encuesta online muestran diferencias destacadas en cuanto al nivel de conocimiento del estudio de costes y consumos desarrollado por el Club.

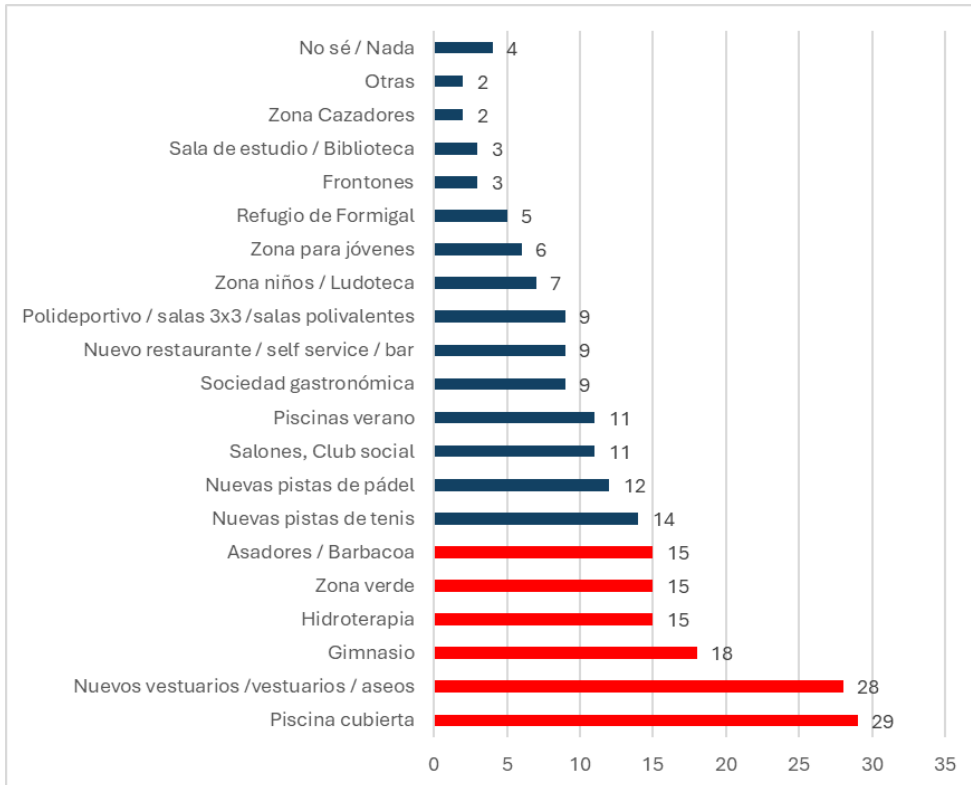
En la encuesta telefónica, solo **3 de cada 10 socios (30%) afirman conocer el estudio**, siendo especialmente bajo entre los jóvenes (11%). El conocimiento aumenta significativamente entre los adultos (40%), los socios compromisarios (72%) y los usuarios frecuentes (37%).

Por su parte, en la encuesta online, el **55,25% de los socios encuestados dice conocer el estudio**, lo que representa un nivel mucho más alto que el detectado por vía telefónica. Aun así, entre los jóvenes (14-29 años) el conocimiento sigue siendo reducido (32,88%), aunque mayor que en la encuesta telefónica. El mayor grado de conocimiento se da en el grupo de 50-64 años (61,46%), seguido por los de 30-49 años (56,69%).

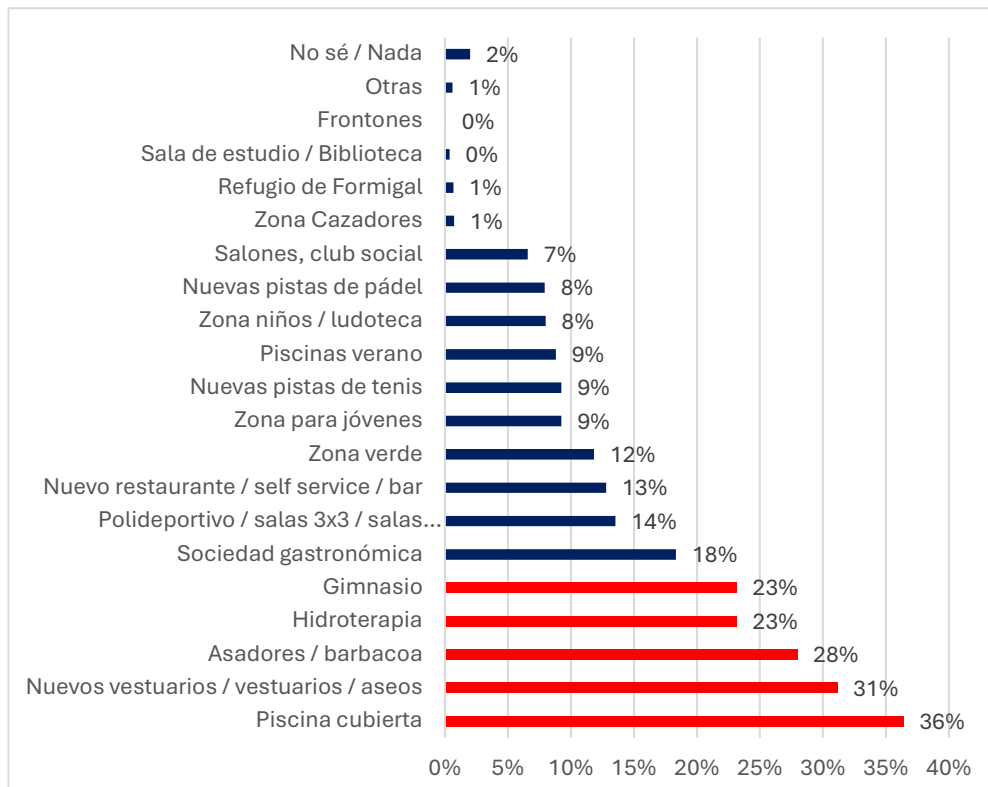
En cuanto a las áreas estratégicas de inversión, **ambas encuestas coinciden**. En primer lugar, los **nuevos terrenos aparecen como la principal prioridad para el 44% de los socios en ambos estudios**. Le sigue el **área del edificio de Cazadores y vestuarios, con un 39%** en la encuesta telefónica y con un empatado 44% en la encuesta online. Por lo tanto, las personas participantes en la encuesta web creen que **los nuevos terrenos y el edificio Cazadores y vestuarios tienen la misma prioridad** en cuanto a inversiones futuras.

Finalmente, el área del edificio social es percibida como la menos prioritaria, con un 17% en la encuesta telefónica y un 22% en la encuesta online.

Instalaciones en las que es prioritario actuar (en %) – Encuesta telefónica



Instalaciones en las que es prioritario actuar (en %) – Encuesta página web



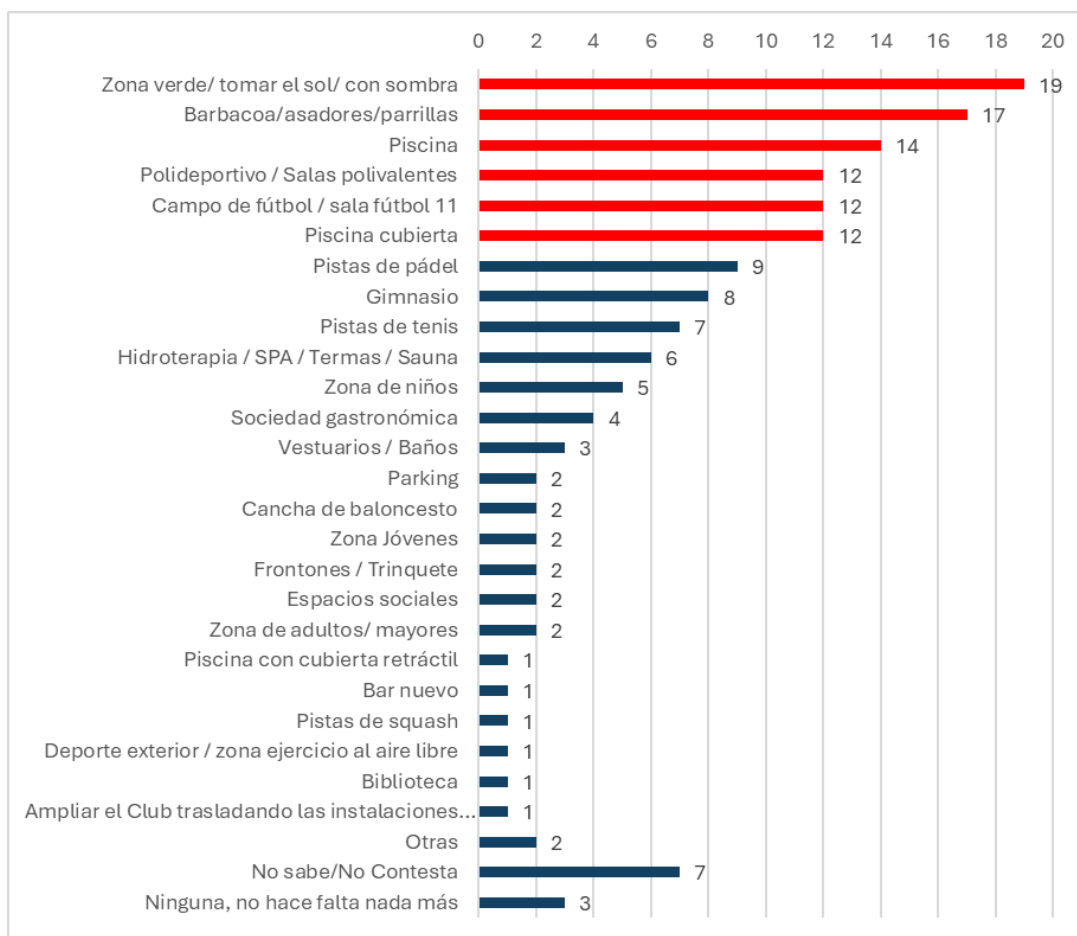
Tanto la encuesta telefónica como la encuesta online revelan coincidencias en cuanto a las **instalaciones que los socios consideran prioritarias para futuras actuaciones**, aunque con algunas diferencias en los porcentajes y en el orden de preferencia para ciertas propuestas.

En ambas encuestas, la **piscina cubierta** y los **vestuarios** se sitúan en los primeros puestos del listado de prioridades. En la encuesta telefónica, la piscina cubierta es mencionada por el **29%** de los socios y los vestuarios por el **28%**, mientras que en la encuesta online estos porcentajes aumentan al **36%** y **31%**, respectivamente, lo que refuerza la percepción de que son espacios clave a intervenir.

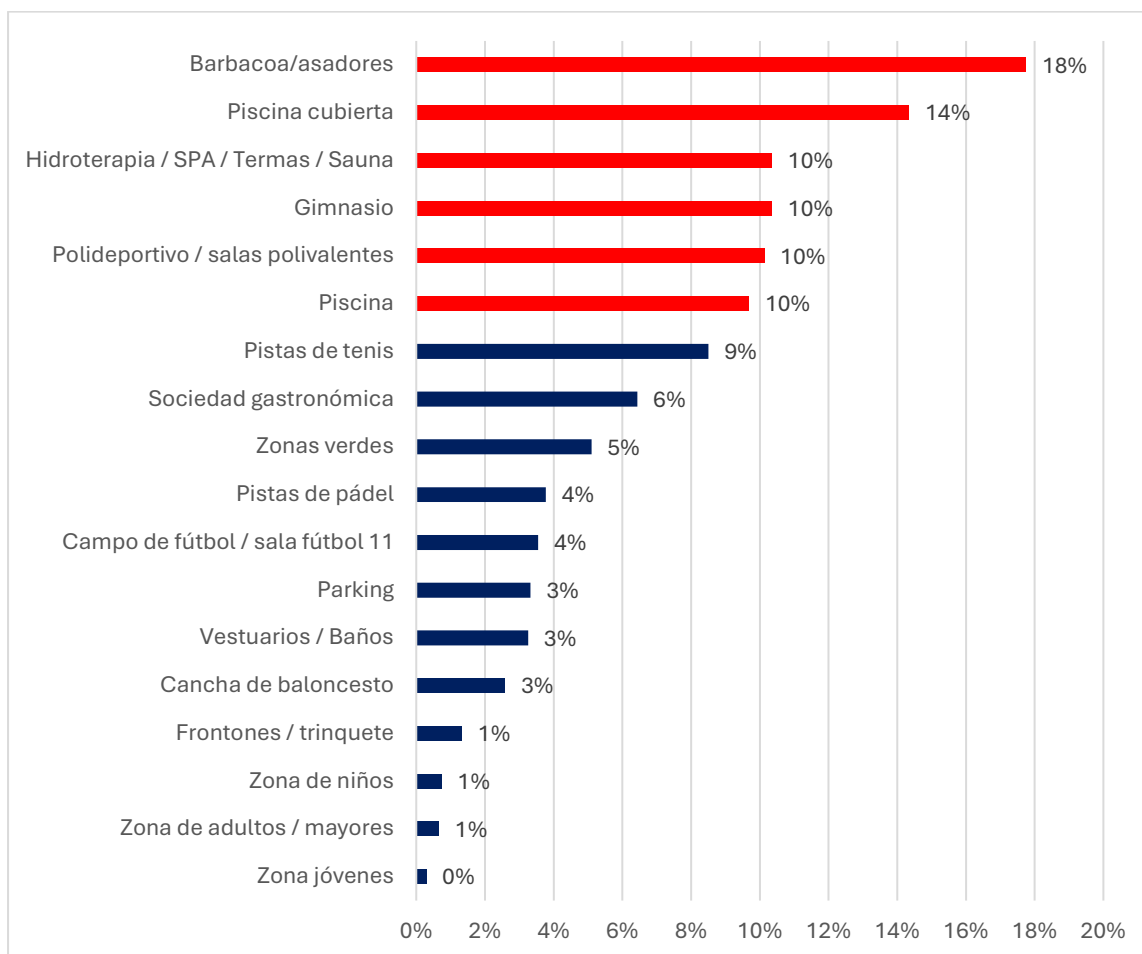
El **gimnasio** también figura entre las prioridades en ambos estudios, aunque en la encuesta telefónica tiene un mayor peso relativo (**18%**), mientras que en la encuesta web aparece con **23%**, empatado con la **hidroterapia**, que también aparece en ambas muestras como una demanda relevante.

Una diferencia destacada es la mención a la **instalación de asadores/barbacoas**, que en la encuesta telefónica aparece como una demanda emergente, y en la encuesta online se consolida como una de las tres principales prioridades (**28%**). Además, en la encuesta web toman peso nuevas propuestas como la creación de una **sociedad gastronómica**, un **nuevo restaurante** y la construcción de un **polideportivo**.

Instalaciones propuestas para los nuevos terrenos (en %) – Encuesta telefónica



Instalaciones propuestas para los nuevos terrenos (en %) – Encuesta página web



En ambas encuestas, los socios muestran interés por mejorar las **instalaciones al aire libre** y los espacios destinados a la **actividad física y social**. Aunque los porcentajes varían ligeramente entre ambas encuestas, se observa una tendencia similar en cuanto a las **prioridades de inversión**.

En la **encuesta telefónica**, la **zona de barbacoas o asadores** es mencionada por el **19%** de los socios, situándose entre las primeras opciones de inversión. En la **encuesta web**, la zona de **barbacoa/asadores** es la opción más mencionada, con un **18%** de los votos.

En cuanto a las **piscinas**, la encuesta telefónica muestra que un **14%** de los socios optaría por **piscinas exteriores** como futura inversión. Esta opción aparece en un lugar destacado, aunque ligeramente por debajo de las zonas verdes (**19%**) y las barbacoas (**17%**). En la encuesta web, la **piscina cubierta** ocupa un lugar relevante con un **14%**. Las opciones de hidroterapia, gimnasio y polideportivo son escogidas cada una por el **10% de los encuestados**, lo que indica un menor énfasis en las piscinas exteriores y un mayor interés en las cubiertas.

Ambas encuestas evidencian que las preferencias sobre las instalaciones a desarrollar en los nuevos terrenos varían en función de varios factores como la **edad**, el **tipo de socio** y el **conocimiento del estudio de costes**. Sin embargo, existen algunas similitudes y diferencias clave entre los resultados obtenidos en la **encuesta telefónica** y la **encuesta en la página web**.

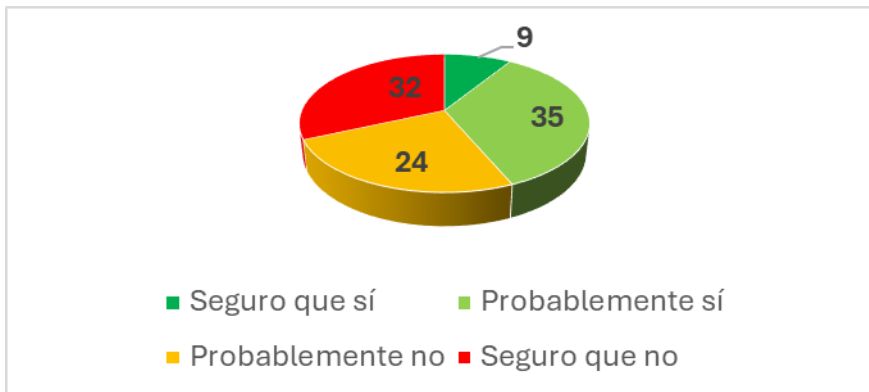
Similitudes:

- En ambas encuestas los **asadores** son las instalaciones más mencionadas por los **socios adultos** (30-64 años).
- La **piscina cubierta** y la **hidroterapia** son preferidas por los **socios mayores de 50 años**, especialmente aquellos que conocen el estudio.
- El **polideportivo** es respaldado por los **socios de 30-49 años** en ambas encuestas.
- La **hidroterapia** tiene más apoyo entre los **socios de mayor edad**, especialmente aquellos que son **usuarios estacionales de invierno**.

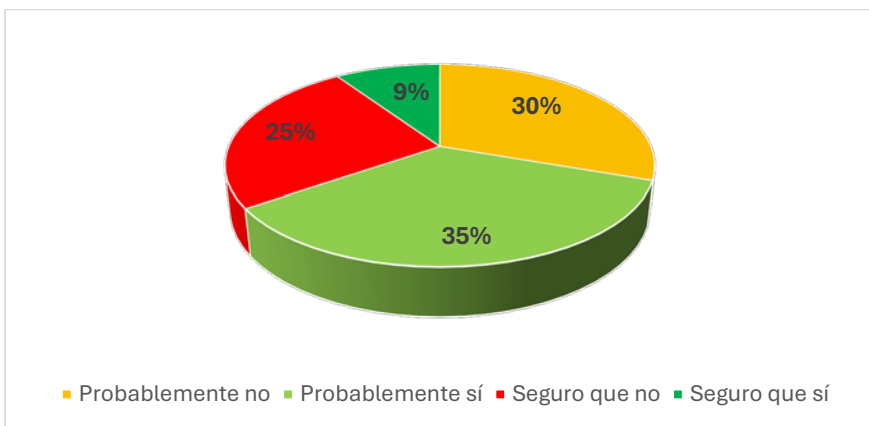
Diferencias:

- Las **instalaciones para fútbol** tienen una mayor preferencia entre los **jóvenes** en la encuesta telefónica, mientras que en la encuesta web no tiene gran peso (4%). Ocurre lo mismo con las pistas de tenis y pádel que pierden peso en la encuesta abierta en la web.
- La **sociedad gastronómica** es ligeramente más demandada en la encuesta de la página web.

Disposición para el pago de derramas (en %) – Encuesta telefónica



Disposición para el pago de derramas (en %) – Encuesta página web



En ambas encuestas, el **35% de los socios manifiesta disposición a aportar derramas**, siendo un 9% quienes se declaran "totalmente dispuestos". En cuanto a los que **no estarían dispuestos a pagar**, el **32%** lo afirma en la encuesta telefónica, frente al **25%** en la encuesta web. Además, un **24%** de los encuestados por vía telefónica señala que probablemente no contribuiría, en comparación con un **30%** en la encuesta realizada en línea.