

VIII Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte

El uso de datos en la Economía del Deporte. Mirando hacia el futuro

Edición preparada por:
Julio del Corral y Carlos Gómez-González



© de los textos: sus autores

© de la edición: Universidad de Castilla-La Mancha

Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha Dirigido por Rosa María Martínez García

Colección: JORNADAS Y CONGRESOS nº 11

DOI: http://doi.org/10.18239/jor_11.2017.03

Diseño de cubierta: CIDI (UCLM)



Esta obra se encuentra bajo una Licencia Creative Commons BY-NC-SA 3.0. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra no incluida en la licencia Creative Commons BY-NC-SA 3.0. solo puede ser realizada con la autorización expresa de los titulares, salvo excepción prevista por la ley. Puede acceder Vd. al texto completo de la licencia haciendo click en este enlace: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/legalcode.es>

El uso de datos en la Economía del Deporte. Mirando hacia el futuro

VIII Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte

Edición preparada por

Julio del Corral y Carlos Gómez-González



Ediciones de la Universidad
de Castilla-La Mancha

Cuenca, 2017

Comité científico

Presidente	Jaume García Villar Universitat Pompeu Fabra
Secretario	María José Suárez Fernández Universidad de Oviedo
Vocal	Vicente Añó Sanz Universitat de València
Vocal	David Cabello Manrique Universidad de Granada
Vocal	Ariel Coremberg Universidad de Buenos Aires
Vocal	Manuel Espitia Escuer Universidad de Zaragoza
Vocal	Jesús Fernández Gavira Universidad de Sevilla
Vocal	Leonor Gallardo Guerrero Universidad de Castilla-La Mancha
Vocal	Pedro García del Barrio Universitat Internacional de Catalunya
Vocal	Jorge García Unanue Universidad Europea de Madrid
Vocal	Rosa López de d'Amico Universidad Pedagógica Experimental Libertador
Vocal	Alberto Nuviala Nuviala Universidad Pablo de Olavide
Vocal	Elsa Pereira Universidade do Algarve
Vocal	Benito Pérez González Universidad Isabel I
Vocal	Patricio Sánchez Fernández Universidade de Vigo
Vocal	Juan de Dios Tena Horrillo University of Liverpool y Università di Sassari
Vocal	Xavier Triadó Ivern Universitat de Barcelona

Comité organizador

Presidente	Julio del Corral Cuervo
Secretario	Carlos Gómez González
Vocal	Carmen Díaz Roldán
Vocal	María Ruiz Dorado
Vocal	Carlos Varela Quintana

Estudio de los motivos de abandono en clientes de centros de *fitness low-cost*

Jerónimo García-Fernández¹, Pablo Gálvez-Ruiz², Antonio Jesús Sánchez-Oliver¹, Moisés Grimaldi-Puyana¹ y Jesús Fernández-Gavira¹

Autor de contacto: Jerónimo García-Fernández (jeronimo@us.es)

*¹Departamento Educación Física y Deporte
Universidad de Sevilla*

*²Departamento de Educación en Internet
Universidad Internacional de La Rioja*

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los temas de mayor interés en la literatura académica relacionada con la gestión de los centros de *fitness*, ha sido el análisis de la fidelidad de los clientes. En concreto la mayoría de trabajos han analizado aquellas variables que pueden influir en las intenciones de comportamiento o en el aumento de la permanencia en la instalación deportiva. Sin embargo, aunque comienzan a ser publicados algunos trabajos relacionados (Clavel, Iglesias-Soler, Gallardo, Rodríguez-Cañamero, & García-Unanue, 2017), existe un déficit en el conocimiento de por qué los clientes dejan de ser consumidores de los centros de *fitness*. Bajo esta pregunta, el objetivo de este trabajo fue analizar los motivos de abandono en centros de *fitness* low-cost según género, permanencia y mes de baja.

2. METODOLOGÍA

2.1. Participantes

La muestra la componen 11957 clientes de centros de *fitness* low-cost (5230 hombres y 6723 mujeres). De entre ellos, 4110 permanecieron menos de 3 meses (34,4%), 3465 clientes entre 3 y 6 meses (29%), 1659 entre 6 y 9 meses (13,9%) y más de 9 meses 2723 clientes (22,8%).

2.2. Instrumentos

Para la recolección de los datos se utilizó la escala de motivos de abandono propuesta por Nuviala, Grao-Cruces, Teva-Villén, Pérez-Ordás, y Blanco-Luengo (2016), compuesta por 12 ítems con un formato de respuesta tipo Likert (1 = totalmente en desacuerdo; 5 = totalmente de acuerdo) y que cuenta con buenas propiedades psicométricas ($\chi^2/g.l.=2,35$; CFI=,98; GFI=,97; TLI=,96; IFI=,97; RMSEA=,04). Se incluyeron además preguntas sobre género, permanencia y mes de baja de la instalación deportiva.

2.3. Procedimiento

Los datos fueron recogidos en el momento de baja del cliente. En concreto, cuando el cliente solicitaba en las recepciones de los centros de *fitness* su baja definitiva, se le entregaba el cuestionario para que lo rellenara en ese momento. El periodo de recogida de datos fue de enero de 2014 a agosto de 2016.

Tabla 1. Motivos de abandono según género, permanencia y mes I.

		Porque el personal deportivo no presta atención adecuada a los usuarios			Porque no me atienden bien en las clases y/o sala de fitness			Porque no me gusta acudir al centro deportivo			Porque no disfruto viniendo al centro deportivo			Porque la maquinaria de entrenamiento (fuerza/cardio) es insuficiente		
		M	DT	F(p)	M	DT	F(p)	M	DT	F(p)	M	DT	F(p)	M	DT	F(p)
Género	Hombre	1,40	0,88	178,80*	1,32	0,81	181,17*	1,40	0,89	172,15*	1,43	0,92	170,55*	1,64	1,08	167,52**
	Mujer	1,26	0,72		1,22	0,70		1,32	0,81		1,32	0,81		1,38	0,83	
Permanencia	< 3 meses	1,35	0,83	1,94	1,29	0,79	2,55*	1,37	0,88	2,98*	1,38	0,89	1,17	1,48	0,97	1,27
	3-6 meses	1,31	0,78		1,24	0,73		1,34	0,82		1,35	0,84		1,49	0,96	
	6-9 meses	1,30	0,76		1,25	0,71		1,31	0,77		1,34	0,81		1,48	0,91	
	>9 meses	1,32	0,80		1,26	0,74		1,38	0,87		1,38	0,88		1,52	0,97	
Mes	Enero	1,32	0,80	1,57	1,26	0,81	1,17	1,38	0,90	3,05***	1,36	0,85	3,29***	1,52	1,02	0,53
	Febrero	1,31	0,76		1,26	0,72		1,35	0,82		1,40	0,91		1,53	1,00	
	Marzo	1,30	0,74		1,30	0,77		1,42	0,91		1,43	0,92		1,49	0,96	
	Abril	1,30	0,74		1,24	0,69		1,32	0,78		1,37	0,85		1,48	0,94	
	Mayo	1,28	0,71		1,23	0,67		1,29	0,75		1,29	0,75		1,47	0,91	
	Junio	1,31	0,77		1,25	0,73		1,29	0,75		1,31	0,77		1,51	0,95	
	Julio	1,36	0,86		1,27	0,79		1,33	0,88		1,32	0,82		1,47	0,92	
	Agosto	1,39	0,91		1,32	0,85		1,40	0,93		1,43	0,97		1,49	0,97	
	Septiembre	1,29	0,73		1,26	0,72		1,39	0,87		1,36	0,84		1,46	0,91	
	Octubre	1,32	0,81		1,27	0,76		1,40	0,88		1,40	0,91		1,48	0,97	
	Noviembre	1,36	0,86		1,27	0,76		1,40	0,93		1,43	0,93		1,49	0,97	
	Diciembre	1,35	0,84		1,30	0,77		1,35	0,79		1,36	0,82		1,50	0,92	

2.4. Análisis de datos

Para dar respuesta a los objetivos del estudio, se realizaron análisis de fiabilidad y análisis de la varianza. Se utilizó el programa estadístico SPSS 22.0.

3. RESULTADOS

El análisis de la consistencia interna por medio del alfa de Cronbach mostró un valor de 0,877, tras la eliminación de los ítems “porque está muy masificado”, “porque he cambiado de trabajo/residencia” y “porque debo dedicar más tiempo al trabajo/labores de hogar”. Posterior al análisis de la varianza (Anova) se identificaron diferencias significativas en todos los motivos de abandono según el género ($p < ,000$). En el caso de la permanencia y el mes de abandono, existieron diferencias significativas según diferentes motivos (Tabla 1; Tabla 2).

4. DISCUSIÓN

Los hallazgos encontrados en este trabajo indican diferencias según el perfil del cliente dependiendo del motivo de abandono. Este hecho hace pensar en que los gestores de centros de *fitness* deben trabajar en acciones más específicas en función de la tipología de clientes con el objetivo de corregir diferentes motivos de abandono.

Tabla 2. Motivos de abandono según género, permanencia y mes II.

		Porque el precio pagado no corresponde con la calidad ofrecida			Porque no he conocido a otras personas interesantes			Porque tengo otras opciones más interesantes de ocio			Porque no he conseguido los objetivos por los que me inscribí		
		M	DT	F(p)	M	DT	F(p)	M	DT	F(p)	M	DT	F(p)
Género	Hombre	1,39	0,84	185,70***	1,45	0,91	175,39***	1,80	1,24	153,14***	1,52	1,00	164,44***
	Mujer	1,26	0,69		1,30	0,76		1,56	1,10		1,43	0,93	
Permanencia	Menos de 3 meses	1,33	0,79	1,42	1,38	0,86	2,24	1,67	1,18	7,73***	1,47	0,98	0,07
	Entre 3 y 6 meses	1,30	0,73		1,34	0,81		1,62	1,14		1,47	0,96	
	Entre 6 y 9 meses	1,31	0,77		1,35	0,78		1,62	1,09		1,46	0,92	
	Más de 9 meses	1,32	0,76		1,39	0,87		1,75	1,23		1,47	0,97	
Mes	Enero	1,31	0,75	1,56	1,36	0,88	2,34**	1,69	1,22	6,07***	1,48	0,97	1,28
	Febrero	1,34	0,80		1,37	0,88		1,74	1,28		1,46	0,94	
	Marzo	1,30	0,72		1,39	0,84		1,68	1,16		1,45	0,92	
	Abril	1,33	0,80		1,32	0,75		1,57	1,12		1,50	0,97	
	Mayo	1,29	0,69		1,35	0,79		1,51	1,00		1,42	0,88	
	Junio	1,31	0,75		1,35	0,82		1,57	1,07		1,43	0,90	
	Julio	1,32	0,79		1,40	0,89		1,69	1,19		1,46	0,96	
	Agosto	1,35	0,87		1,45	0,94		1,73	1,20		1,49	0,98	
	Septiembre	1,25	0,67		1,28	0,71		1,73	1,23		1,46	1,00	
	Octubre	1,27	0,66		1,32	0,76		1,71	1,21		1,49	1,04	
	Noviembre	1,36	0,84		1,39	0,86		1,64	1,12		1,50	1,00	
	Diciembre	1,33	0,69		1,38	0,82		1,85	1,27		1,54	1,01	

5. REFERENCIAS

- Clavel, I., Iglesias-Soler, E., Gallardo, L., Rodríguez-Cañamero, S., & García-Unanue, J. (2017). A prediction model of retention in a Spanish fitness centre. *Managing Sport and Leisure*, doi: 10.1080/23750472.2016.1274675.
- Nuviala, A., Grao-Cruces, A., Teva-Villén, R., Pérez-Ordás, R., & Blanco-Luengo, D. (2016). Validez de constructo de la escala motivos de abandono de centros deportivos. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 16(61), 1-15.

