

# El impacto territorial de los complejos deportivos municipales. Ejemplo de la Comarca del Baix Llobregat (Barcelona)

Laureà FANEGA MACÍAS (1) & Francesc SOLANELLAS DONATO (2)

(1) Jefe del Servicio de Deportes y Juventud del Ayuntamiento de l'Hospitalet (Barcelona).  
Profesor del INEFC de Barcelona (Universitat de Barcelona).

Profesor asociado de Gestión Pública del Departamento de Ciencias Políticas y Sociales del área de Ciencia Política y de la Administración de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona.

(2) Profesor del INEFC de Barcelona (Universitat de Barcelona).

**RESUMEN:** La ubicación de las instalaciones deportivas es una de las variables determinantes para conseguir usuarios y para que estos las utilicen de manera regular. El objetivo de este estudio es conocer las diferencias entre las percepciones que existen entre los usuarios, y los máximos responsables técnicos y políticos municipales con relación a los aspectos relacionados con la ubicación de la instalación deportiva en el tejido urbano. Se han investigado las diferencias de percepción relativas a la ubicación del edificio, a su propio uso, y a cómo acceder a él, incidiendo en la percepción por parte del usuario, y en la percepción que los responsables técnicos y políticos creen que tienen estos usuarios. El estudio está centrado en municipios de la comarca del Baix Llobregat (Barcelona), englobados en una Área de Agrupación Territorial concreta, con instalaciones deportivas de características comunes. Se ha combinado el análisis de fuentes de información, y la realización de encuestas (HEINEMANN, 1998; QUIVY & CAMPENHOUDT, 2000). Se realizaron más de 1.000 encuestas a usuarios, responsables políticos y responsables técnicos, entre febrero y marzo del año 2015 (responsables técnicos y políticos), y entre marzo y julio de 2015 (usuarios). Destacaremos las diferentes percepciones de los usuarios, y las que los responsables creen que tienen esos mismos usuarios, en materias tan importantes como el aparcamiento, el transporte público, los medios de transporte sostenible, o el diseño de itinerarios urbanos para desplazamientos a pie, además de la importancia que conllevan estos aspectos a las decisiones de ubicar un edificio de estas características en un núcleo urbano.

Recibido: 27.03.2017; Revisado: 09.01.2018

Correo electrónico: [lfanega@l-h.cat](mailto:lfanega@l-h.cat); [fsolanellas@gencat.cat](mailto:fsolanellas@gencat.cat)

Los autores agradecen los comentarios y sugerencias realizados por los evaluadores anónimos, que han contribuido a mejorar y enriquecer el manuscrito original.

**DESCRIPTORES:** Instalaciones deportivas municipales. Ubicación. Movilidad. Gestión deportiva. Urbanismo.

## The territorial impact of municipal sports complexes. Example of the region of Baix Llobregat (Barcelona)

**ABSTRACT:** The location of sports facilities is one of the key variables to have users and to achieve a regular use of them. The objective of this paper is to explore the differences between the users' perceptions and the municipal technical and political managers in relation to the location of the sports facility in the urban context. The investigation explores the differences in perception regarding the location of the building, its own use, and the access, focusing on the differences of the real perception between users, and the perception that technical and political managers think these users have. The study has focused on municipalities in the Baix Llobregat region (Barcelona), encompassed in a specific Territorial Grouping Area, with sports facilities with common characteristics. It has combined the analysis of documentary information sources, and surveys (HEINEMANN, 1998, QUIVY & CAMPENHOUDT, 2000). More than 1,000 surveys were carried out among users, policy makers and technical managers, between February and March 2015 (technical and political managers), and between March and July 2015 (users). The paper highlights the different perceptions of users, and those that managers believe that these users have, in such important matters as parking, public transport, sustainable means of transport, or the design of urban itineraries for pedestrian journeys, besides the importance that these aspects entail to the decisions of locating a building of these characteristics in an urban context.

**KEYWORDS:** Municipal sports facilities. Location. Mobility. Sport management. Town planning.

### 1. Introducción

La importancia de las políticas deportivas en los municipios ha sido cada vez mayor, y su desarrollo ha ido creciendo de manera muy importante a lo largo de los años. Los presupuestos destinados a deporte de los ayuntamientos españoles (MESTRE, 2004), se han multiplicado por 200, 300, y 400 en los años 1980, 1992, y 2003, mientras que los presupuestos generales municipales se han multiplicado por 2, 3 y 4. Este hecho se pone de manifiesto en diferentes estudios que, por ejemplo, comparan qué tanto por ciento del presupuesto municipal se destina a deporte (DIPUTACIÓ DE BARCELONA, 2014).

Siguiendo a esta fuente, vemos como la evolución del gasto corriente por habitante, en deportes, durante los últimos años, ha ido creciendo de manera progresiva hasta el año 2008, año en el que inicia una pequeña caída, para iniciar el ascenso de nuevo hasta

los datos del 2013. En este año observamos cómo se sitúa en un valor que coloca al concepto *Deportes* como segunda área de mayor gasto corriente por habitante, sólo detrás de *Policía Local* (FIG. 1), con un gasto medio de 58,30€ por habitante.

Según los datos del Censo Nacional de Instalaciones Deportivas del año 2005 (GALLARDO, 2007), los ayuntamientos son propietarios del 61,63% de los m<sup>2</sup> de instalaciones deportivas. Por ello, las propias administraciones públicas son responsables directos de la ubicación de las mismas, y, por lo tanto, de las posibles afectaciones a nivel urbano.

Actualmente, las instalaciones deportivas municipales, desarrollan un papel importantísimo dentro de los municipios y ciudades de España. Son centros donde una gran cantidad de personas asisten diariamente, ya sea a practicar deporte, a acompañar a practicantes, o a ver espectáculos deportivos.

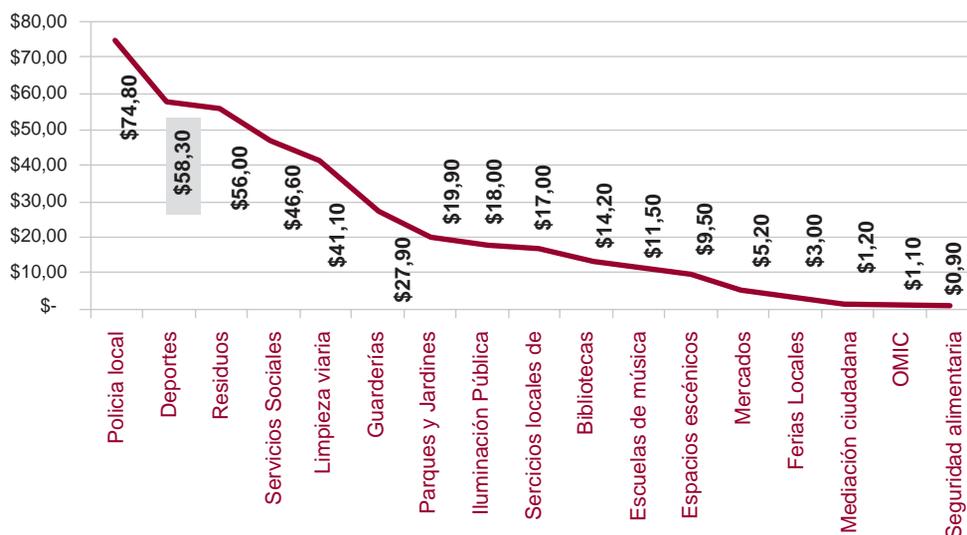


Fig. 1/ Comparativa de gasto corriente por habitante en deportes con otras áreas, en 2013.

Fuente: Elaboración propia a partir de (DIPUTACIÓ DE BARCELON A, 2014)

Esa gran afluencia de personas, de manera diaria y regular, convierte a las instalaciones deportivas municipales en uno de los epicentros de la vida social de nuestros municipios. Por este motivo, la ubicación de una instalación debe ser reflexionada detenidamente, teniendo en cuenta no sólo aspectos como el planeamiento urbanístico sino también las vías de acceso (en vehículo y peatonales), diferentes medios de transporte, públicos o privados, zonas de aparcamiento, etc. Como consecuencia, será importante tener en cuenta las percepciones de los usuarios de esas vías de circulación.

Si incorporamos el concepto de satisfacción con la calidad de un servicio deportivo apreciamos que es un concepto complejo, ya que la valoración por parte de los usuarios incorpora un componente subjetivo, lo cual requiere de la utilización de varias herramientas para tener una visión global de las relaciones que se producen. Debemos tener al menos dos visiones: una, de las personas que conozcan los procedimientos de la organización que presta el servicio; y otra, la de los usuarios» (DORADO, 2006, p. 429).

La afirmación anterior, da pie a nuestro estudio, que pretende conocer las diferencias entre las percepciones que los usuarios de las instalaciones deportivas municipales tienen, en relación a la percepción que los responsables técnicos y políticos creen que tienen dichos

usuarios. En este caso, la variable objetivo de esta comparación es la percepción de la ubicación y el acceso a la misma de la instalación deportiva municipal que se ubica en un entorno claramente urbano.

Paralelamente también hemos querido conocer cómo afectan esas propias percepciones a hipótesis de desarrollo de políticas urbanas de movilidad, teniendo en cuenta que pocos equipamientos provocan un flujo de personas en diferentes horarios de la jornada. De hecho, la propia ciudadanía se presenta como actor tanto consumidor como productor de actividades deportivas (SOLAR, 2011), por lo que su opinión y el conocimiento de su percepción será básico.

Asimismo, también se pretende tener una serie de indicadores que permitan diseñar herramientas que ayuden a las definiciones de políticas de movilidad, bajo la experiencia de las circulaciones de miles de personas de manera diaria. Precisamente, el planteamiento de políticas deportivas, debe ser presentado como política urbana integral a partir de entender la variedad de manifestaciones y funciones que son abarcadas por el concepto deporte (MURUA, 2017). De hecho, uno de los entornos que la política deportiva deberá trabajar para una ciudad que fomente estilos de vida activos será precisamente el físico, incorporando el impulso de modelos de movilidad activa, y la incorpo-

ración de equipamientos (CENTER FOR ACTIVE DESIGN, 2010). La movilidad, y la incorporación de equipamientos para la actividad física con criterios de diseño activo, facilitan la movilidad, y además, la vida activa (MURUA, 2017), pero además el entorno urbano y los modos de transporte se vinculan cada vez más con la participación en la actividad física y los resultados de salud de la población (BADLAND & SCHOFIELD, 2005).

En resumen, conociendo las percepciones de los usuarios de las instalaciones deportivas municipales, contrastados con las que los responsables técnicos y políticos piensan que tienen esos usuarios, podremos concluir con interesantes indicadores que nos ayuden a definir unas políticas de movilidad más sostenibles, relacionadas con las propias políticas que implican la concepción, planteamiento y ubicación de las grandes instalaciones deportivas en los núcleos urbanos.

## 2. Metodología de la investigación

En el estudio que presentamos, realizamos una evolución, a partir del diseño de las variables independientes, del método de trabajo basado en la Teoría de las 4 P (MCCARTHY, 1960), que desgranaba como 4 grandes dimensiones las de «Product» (producto), «Price» (precio), «Promotion» (promoción) y «Place» (Ubicación). KOTLER & LEVY (1969) fueron los primeros en explicar la aplicación de conceptos de marketing a los servicios y a las organizaciones sin ánimo de lucro, y la evolución que realiza sobre este concepto nos parece muy interesante para abordar esta investigación. De hecho, siguiendo a los autores citados, nosotros proponemos añadir dos dimensiones más a esta investigación que serán otras la dimensión identificación, y la dimensión percepción.

El trabajo se ha basado en el análisis de los servicios deportivos una serie de instalaciones deportivas de municipios de la comarca del Baix Llobregat, en la provincia de Barcelona. Se ha encuestado a 1.061 usuarios en el momento que salían de los complejos deportivos analizados (con elementos de control para evitar duplicidades). También se ha encuestado a los responsables técnicos municipales responsables de esos servicios, y a los responsables políticos de los municipios de la muestra, con competencia en deportes. Estas encuestas se realizaron en el período comprendido entre febrero y julio del año 2015.

La investigación se realizó bajo una metodología cualitativa, en base a la interconexión entre la variabilidad de diferentes niveles de teoría, metodología y análisis, ontología, epistemología y metodología (DENZIN & *al.*, 1994) y amparada por diferentes estudios que servían de estímulo para esta investigación (DORADO, 2006; DORADO SUÁREZ, 2007; DORADO SUÁREZ & GALLARDO GUERRERO, 2004; ELASRI EJABERI & *al.* 2015; KELLEY & TURLEY, 2001; MAÑAS RODRÍGUEZ, & *al.* 2008; PÉREZ CAMPOS & *al.*, 2008; TRIADO & RIMBAU, 1999; VO THI & LLOSA, 2011).

Se optó también por un paradigma interpretativista, debido a que se trata de un estudio que pretende conocer percepciones de diferentes agentes productores y receptores de los servicios deportivos de instalaciones deportivas municipales, averiguar cómo afectan al propio servicio desde el punto de vista de la ubicación en el territorio, y comparándose entre diferentes municipios de un mismo ámbito comarcal. Este tipo de paradigma parecía claro, al comprobar que lo que realmente nos interesa es analizar las diferentes interpretaciones que los diferentes agentes analizados puedan tener sobre un mismo hecho a analizar (la ubicación y la afectación de una gran instalación deportiva en el ámbito urbano) y poder compararlos entre sí: en resumen, valores y significados que se otorgan a hechos (DENZIN & *al.*, 1994).

Destacamos también la perspectiva social de la investigación, como método con el que se aprende a comprender mejor el significado de un hecho o de un comportamiento (QUIVY & CAMPENHOUDT, 2000) y a reflexionar con rigor sobre las implicaciones de una decisión política.

Con el objetivo de construir una muestra representativa del universo de referencia, y que permitiera extraer conclusiones generalizables al conjunto de municipios del resto de Cataluña o del Estado, planteamos seguir el criterio de agrupación y clasificación que el Consell Català de l'Esport realiza en su Plan de Instalaciones y Equipamientos deportivos de Cataluña – P.I.E.C. (FABREGAS BOSCH & *al.* 2005). Este propone seguir con los criterios que el Plan Territorial General de Cataluña establecía, y así, agrupa los municipios en Áreas Básicas Territoriales (ABT), un segundo nivel de ámbito, dentro de su ámbito comarcal o subcomarcal, atendiendo a criterios de movilidad obligada no diaria. Para su determinación se tuvieron en cuenta tanto la población residente en el momento de su redacción, como las facilidades en comunicación, analizando los diferentes sistemas de asentamiento en el territorio.

Entre las grandes agrupaciones territoriales que detalla el Plan Director, destaca una, que engloba los municipios de Gavà, Begues, Castelldefels, Viladecans, El Prat de Llobregat, Sant Boi de Llobretat, Santa Coloma de Cervelló i Sant Climent que Llobregat, que suponen un total de 339.508 habitantes. En esta relación de municipios, aparecen 4 municipios que poseen 6 instalaciones deportivas con las características de las que se quieren analizar.

A partir de esta situación se plantea el estudio analizando precisamente esa área de agrupación territorial, llamada 1102. La muestra finalmente seleccionada incluye 4 municipios del total de los 8 que formaban el área de agrupación territorial, y de 30 que forman la comarca. En estos 4 municipios, serían susceptibles de analizar 7 instalaciones de las 6 posibles que cumplen los requisitos en la agrupación territorial, y de las 13 instalaciones que cumplen los requisitos de análisis en la comarca. Se decide también establecer otra instalación como caso de control, de otro municipio externo a esta agrupación territorial, más concretamente el municipio de Sant Just Desvern, y cubrir así 7 de las 13 instalaciones comparables en la comarca. El porqué de este municipio como caso de control, viene básicamente marcado por ser un municipio de menos de 20.000 habitantes, por tener la tasa de paro más pequeña de la comarca, y la renta per cápita más alta (INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA, 2014), pudiendo ser estos factores, diferenciadores del resto.

La muestra definitiva finalmente quedó conformada por 6 instalaciones (una de ellas se negó a colaborar en el estudio), de 5 municipios diferentes (FIG. 2), teniendo en cuenta que, en todos los casos, son grandes complejos deportivos con diferentes espacios deportivos como piscina cubierta, pabellón poli-deportivo, salas de actividades, servicios de restauración, y control específico de acceso a la misma.

Esta investigación tiene un margen de error promedio de las diferentes instalaciones del 7,5%.

En el inicio de este apartado de Metodología, citábamos que nos basábamos en modelos que originaron el marketing actual, (MCCARTHY, 1960) pero avanzados. Será precisamente en los resultados vinculados a la variable ubicación, donde haremos referencia al impacto de las instalaciones deportivas municipales, en su entorno urbano y local.

Fig. 2/ **Municipios e instalaciones deportivas de la muestra.**

MUNICIPIO	NOMBRE DE LA INSTALACIÓN
Castelldefels	Complex Poliesportiu Municipal Can Roca
El Prat de Llobregat	Complex Esportiu Sagnier Complex Esportiu Estruch
Sant Boi de Llobregat	La Parellada
Viladecans	Atrium
Sant Just Desvern	Complex Esportiu La Bonaigua

Fuente: Elaboración propia a partir de la muestra.

La dimensión analizada está referida a la ubicación de la instalación deportiva municipal en el municipio, y se relaciona con todo aquello que afecta y/o facilita/dificulta el hecho de llegar a ella. Es decir, analiza tanto la ubicación geográfica en el municipio, como sus afectaciones a la movilidad; además, el análisis se basa en las percepciones que los usuarios tienen sobre ellas, y las contrasta con la que los responsables políticos y técnicos municipales creen que los usuarios tienen sobre ellas.

Este último aspecto le da una característica diferente a la metodología utilizada, que se ha basado en preguntar a los usuarios de grandes complejos deportivos, sobre la manera en la que acceden a la instalación habitualmente. Además, a los técnicos y concejales municipales, se les ha preguntado sobre cómo creen ellos que los usuarios acceden a la instalación.

Según la teoría de la probabilidad, el muestreo permite deducir características de los universos a los que se aplica, para después pasar a la inducción e inferencia estadística a partir de los resultados muestrales, lo que la convierte en uno de los soportes básicos de la investigación empírica. Para que las muestras sean probabilísticas, deberán seguir unas normas en el proceso de extracción de la muestra, para garantizar la aleatoriedad prevista en el cálculo de probabilidades (RODRÍGUEZ, 1991), y por lo tanto, defendemos la opción de la fórmula aleatoria simple.

### 3. Resultados sobre la variable ubicación

Como hemos citado anteriormente, el estudio se basa en el análisis de los servicios deportivos una serie de instalaciones deportivas de municipios de la comarca del Baix Llobregat, en la provincia de Barcelona, encuestándose a las personas usuarias que salían de los complejos deportivos analizados, con elementos de control para evitar repeticiones y/o duplicidades. Para un tamaño dado de la muestra, el error será menor cuando la relación entre variables sea más desigual. Bajo este criterio, cuando una población es más homogénea, la varianza (medida de dispersión) es menor, y por lo tanto, el número de entrevistas necesarias para construir un modelo reducido del universo será más pequeño (RODRÍGUEZ, 1991).

El 47% de los usuarios encuestados manifiestan que asisten a la instalación deportiva entre 2 y 3 veces por semana, el 36% entre 4 y 5 veces por semana, y el 10% más de 5 veces por semana. Se aprecia claramente que son usuarios intensivos, ya que el 93% de los usuarios así lo manifiestan. Esta cifra implica que además de ser conocedores de aquello que ocurre en la instalación, son también agentes con gran conocimiento de lo que ocurre en sus trayectos. Este aspecto irá muy ligado al grado de prescripción o recomendación que los usuarios hagan, siempre basándose en su propia per-

cepción. Destacamos la realidad de estos datos al corroborarlos con estudios actuales, que cifran en el 95,7% los usuarios que van como mínimo dos veces por semana a la instalación (VIÑASPRES, 2013).

En la FIG. 3, destacamos que un 52,2% de los usuarios manifiestan que acceden caminando a la instalación. Por otro lado, los técnicos municipales opinan que esa cifra está en el 80%, mientras que los responsables políticos opinan que esa cifra ronda el 60%. Así existe casi un 28% de discrepancia entre lo que los usuarios manifiestan, y lo que los técnicos municipales opinan, y más de un 6% con relación a los responsables políticos. Estas distorsiones podrán, como iremos comentando, ser definitorias a la hora de plantearse aspectos que afectan a la movilidad de los ciudadanos, que deciden moverse a pie.

Con relación a la bicicleta o los patines como método de transporte, el 6,3% de los usuarios manifiestan usarlo, mientras que ningún responsable técnico o político piensa que éste sea uno de los métodos de acceso habituales. Los carriles bici de todos los municipios están presentes en todas las planificaciones de ciudades y pueblos, pero más quizá, por imperativo de normativa europea, que por propia creencia sobre la opción que la bici sea un medio de transporte, en lugar de un artículo relacionado con el ocio.

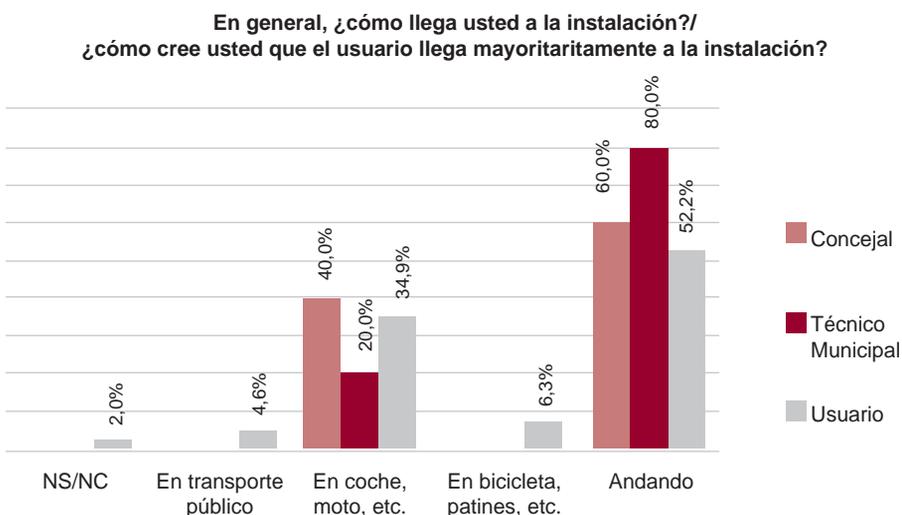


FIG. 3/ Comparativa de gasto corriente por habitante en deportes con otras áreas, en 2013.

Fuente: Elaboración propia a partir de la muestra.

Por otro lado, casi el 35% de los usuarios manifiestan que acceden a la instalación con vehículo motorizado; los técnicos municipales opinan que esta cifra sería aproximadamente del 20%, y, por otro lado, los responsables políticos opinan que esta cifra rondaría el 40%. Parece evidente del peso que los vehículos privados motorizados tienen en todas las percepciones analizadas.

Para acabar, un 4,6% manifiesta que utiliza los transportes públicos para acceder a la instalación deportiva municipal, mientras que ningún responsable técnico o político lo valora así. Llama la atención esta cifra en los responsables municipales, principales responsables de potenciar este tipo de transporte.

En la siguiente pregunta (FIG. 4) valorábamos el tiempo que se invierte en llegar a la instalación deportiva municipal, en una escala del 0 al 10, siendo el 0 muy poco tiempo, y el 10 mucho tiempo invertido. En general, los usuarios opinan que no invierten excesivo tiempo para acceder a la instalación (puntuaban un 3,05 sobre 10). El técnico municipal es el más crítico, opinando que los usuarios puntuarán este ítem con un 4,20 sobre 10. El concejal también piensa que el usuario puntuará peor esa percepción (un 3,80). Quizá es destacable que los tres agentes consideran que el tiempo invertido para llegar a la instalación deportiva municipal no es excesivo, y no resulta un sacrificio para los usuarios.

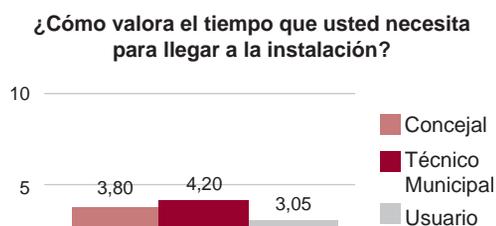


FIG. 4/ Tiempo percibido para llegar a la instalación.

Fuente: Elaboración a partir de la muestra.

Al preguntar sobre la valoración de la percepción de los usuarios sobre los transportes públicos existentes para llegar a la instalación (FIG. 5), de una manera más directa, y a los técnicos y políticos sobre la opinión que ellos creen que los usuarios manifestarán, apreciamos como los estos dos últimos agentes dan una nota por debajo del 5,

mientras que los usuarios la sitúan ligeramente por encima del 5.

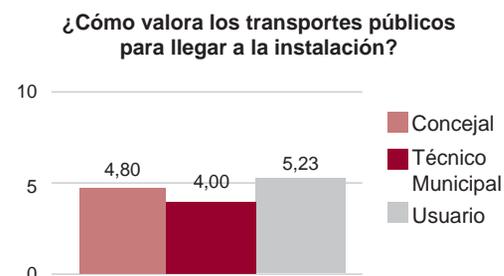


FIG. 5/ Valoración de los transportes públicos para llegar a la instalación deportiva municipal.

Fuente: Elaboración a partir de la muestra.

Los usuarios dan un aprobado justo a los transportes públicos (5,6), aunque sólo el 4,6% manifiestan abiertamente que se desplazan en transporte público para llegar a la instalación. Por otro lado, los técnicos piensan que los usuarios puntuarán más de un punto por debajo de lo que lo hacen (4 sobre 10), y el concejal opina que los usuarios puntuarán este ítem con un 4,8 sobre 10, siendo esta la nota más cercana a la valorada por los usuarios. Cabe destacar, que el 48,26% de los usuarios marcan la opción de No sabe/ No contesta, bien porque no son usuarios de este tipo de transporte, o porque no conocen los transportes públicos para llegar a la instalación.

La cuestión planteada sobre la percepción sobre los diferentes tipos de aparcamiento existentes alrededor de la instalación deportiva municipal, cabe destacar que el concejal piensa que los usuarios valoran este ítem con un aprobado justo (5), el técnico opina que lo valoran un poco más (5,4), y que finalmente, la opinión de los usuarios está por encima de los dos, con una nota de un 6,3 (FIG. 6). Destacar también que el 21,88% de los usuarios decide no opinar al respecto.

A continuación, plantearemos de manera comparada los resultados comentados anteriormente, entre las diferentes instalaciones. Esta comparación nos permitirá apreciar los diferentes criterios municipales en el planteamiento de la movilidad de sus ciudadanos en relación a las instalaciones deportivas municipales, y por tanto, para averiguar cómo plantean las dudas o realidades sobre la movilidad en cada uno de ellos.

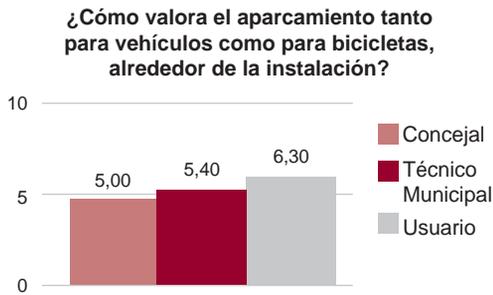


FIG. 6/ Valoración de los transportes públicos para llegar a la instalación deportiva municipal.

Fuente: Elaboración a partir de la muestra.

El ítem relacionado con la manera de llegar a la instalación por parte de los usuarios, entre las diferentes instalaciones analizadas, deja entrever (FIG. 7) que existen tres instalaciones que destacan ampliamente por su alto porcentaje de usuarios que asisten a la insta-

lación andando (CEM Estruch del Prat con un casi 78%, Poliesportiu La Parellada de Sant Boi con un 66,37% y Atrium Viladecans con un 62,44%). Por otro lado, también destacan dos instalaciones donde el acceso motorizado es el predominante (Complex Esportiu La Bonaigua de Sant Just Desvern con un 63,89% de los usuarios, y Complex Esportiu Can Roca de Castelldefels con un 52,22%). Como elemento interesante, aparece el Complex Esportiu Sagnier, con un 17,45% de los usuarios analizados que manifiestan que van a la instalación en bicicleta, patines, etc.

Con relación a la valoración del tiempo empleado por parte del usuario para llegar a la instalación deportiva municipal (FIG. 8), no se aprecian diferencias significativas entre instalaciones, más que un pequeño repunte en la instalación de Viladecans. El usuario no cree que invierta demasiado tiempo en poder acceder a la instalación.

En general, ¿cómo llega usted a la instalación?

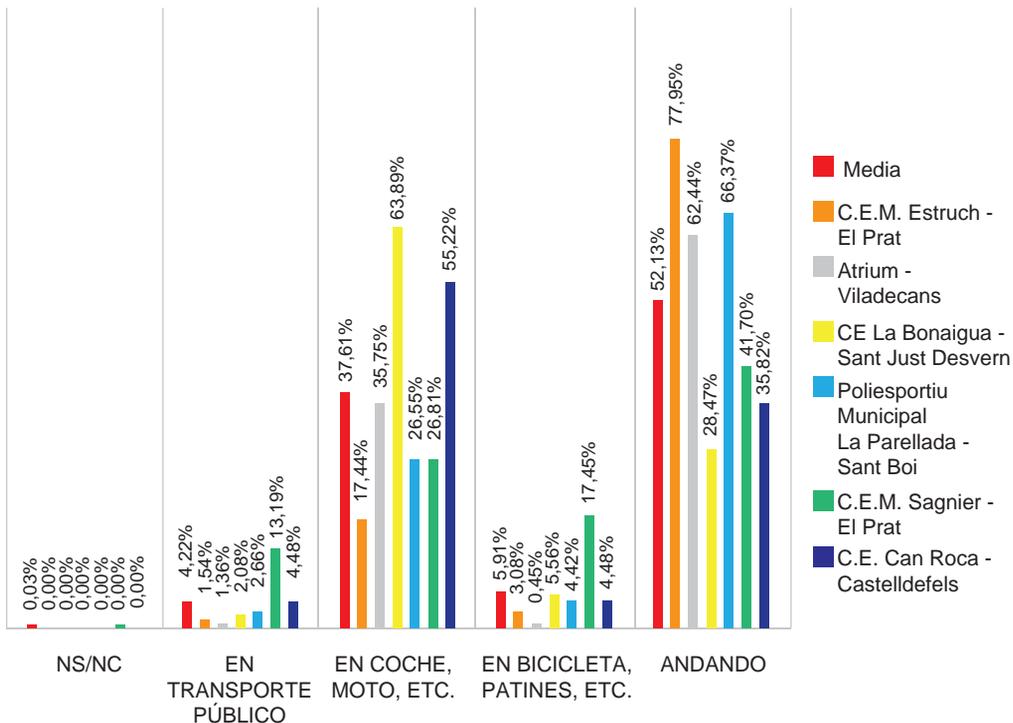


FIG. 7/ Manera de llegar a la instalación deportiva municipal.

Fuente: Elaboración propia a partir de la muestra.

### ¿Cómo valora el tiempo que usted necesita para llegar a la instalación?

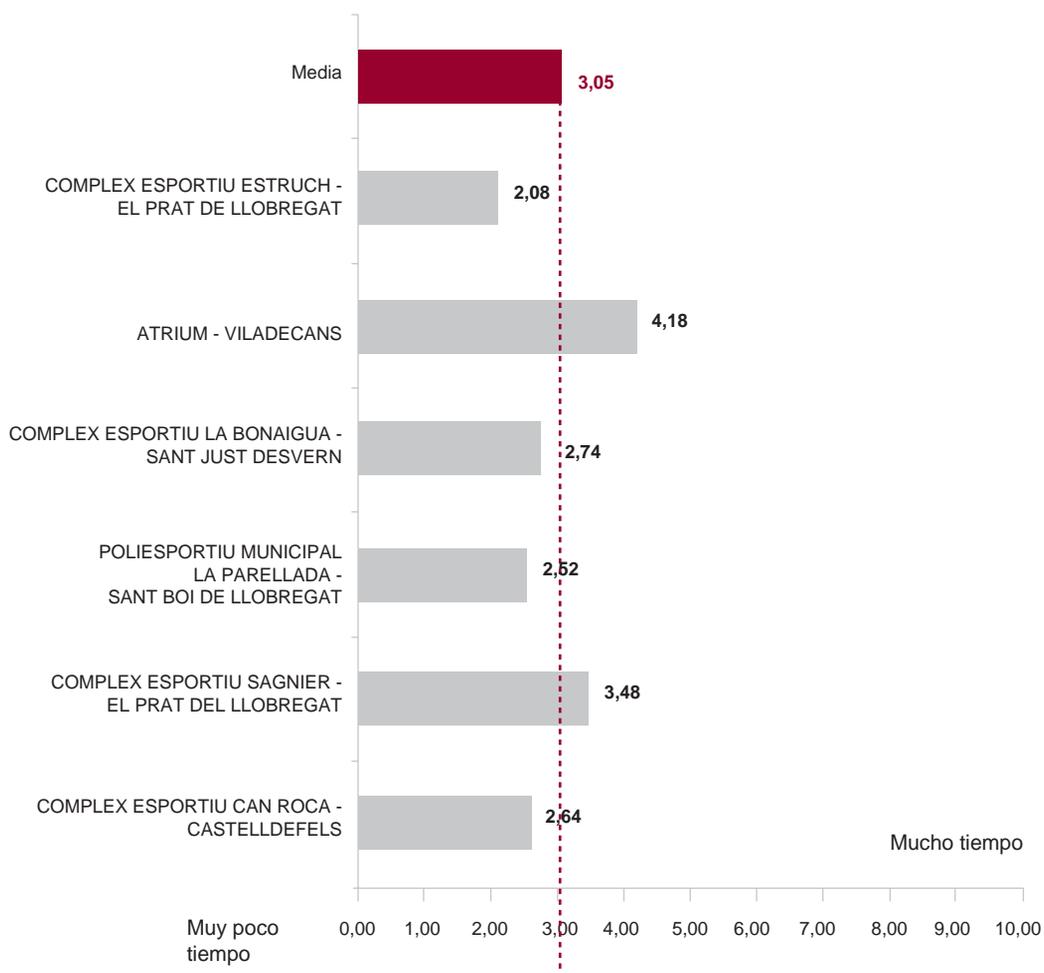


Fig. 8/ Valoración del tiempo empleado para llegar a la instalación deportiva municipal.

Fuente: Elaboración propia a partir de la muestra.

Existe una instalación que destaca bastante por debajo de la media, sobre el resto, en la valoración que los usuarios hacen sobre los transportes públicos (FIG. 9). Este dato, tendría lógica comparándolo con el del método de transporte más utilizado para ir a la instalación; en este caso, la misma instalación con la baja valoración de los transportes públicos, es la que tiene mayor índice de usuarios que van en vehículo motorizado.

Siguiendo con el criterio comentado en el punto anterior, al valorar los diferentes tipos

de aparcamiento, vuelve a destacar a la instalación de Sant Just Desvern (conjuntamente con la de Sant Boi), que valora muy positivamente la opción de aparcamiento alrededor de la instalación (FIG. 10). Destacamos que, si no existiera un aparcamiento gratuito y en condiciones alrededor de esta instalación, teniendo en cuenta las percepciones sobre transporte público, y el medio de transporte mayoritario utilizado para asistir a la misma (motorizado), aparecería sin duda un serio problema de movilidad.

¿Cómo valora los transportes públicos para llegar a la instalación?

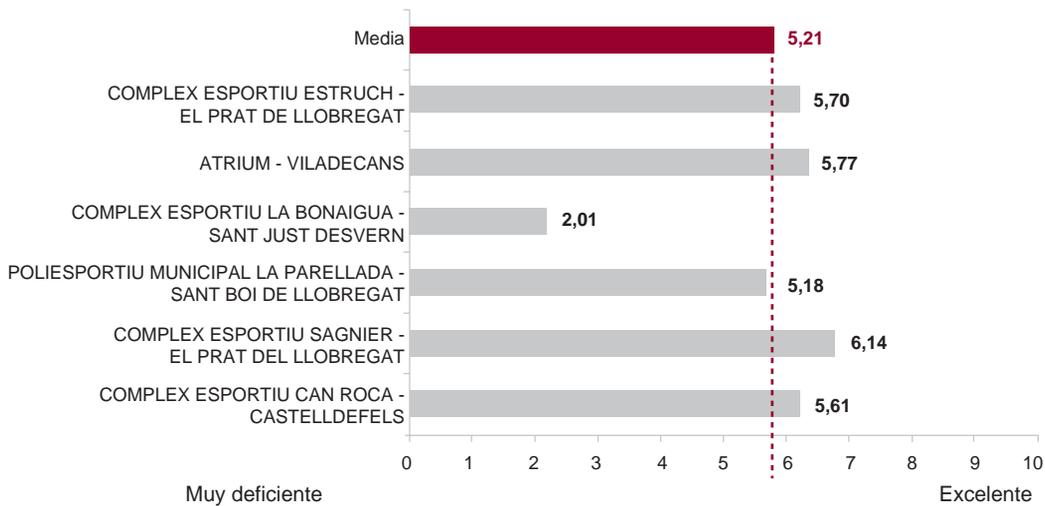


Fig. 9/ Valoración de los transportes públicos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la muestra.

¿Cómo valora el aparcamiento tanto para vehículos como para bicicletas, alrededor de la instalación?

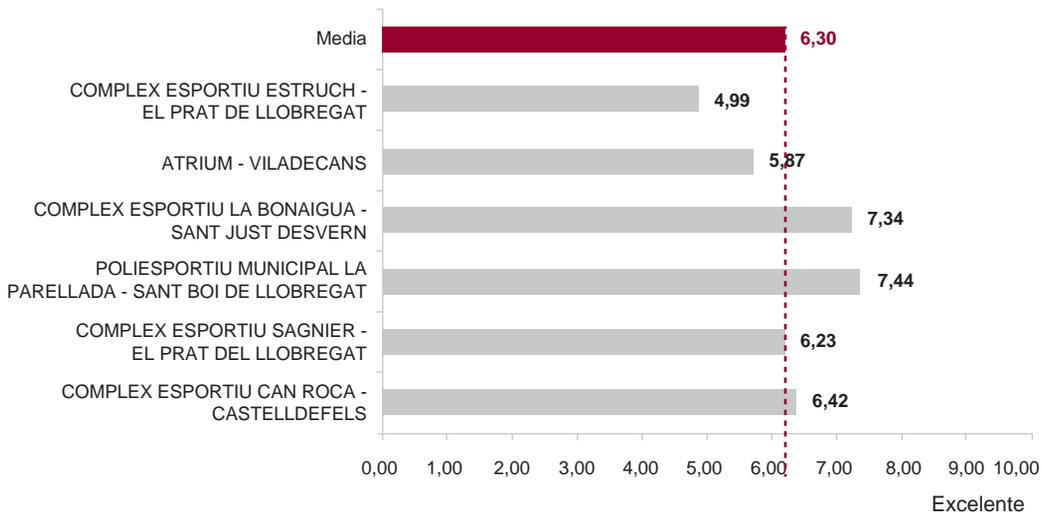


Fig. 10/ Valoración del aparcamiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de la muestra.

4. Discusión y conclusiones

Desde el primer momento, hemos pretendido confrontar los resultados de nuestra investigación con los resultados de otros estudios que por su naturaleza más generalista o más específica del sector puedan servirnos para discutir e interpretarlos de la manera

más precisa posible. Por esta razón, nuestro planteamiento de esta investigación se basa en una revisión novedosa de las dimensiones, basándonos en una teoría del marketing de amplio reconocimiento, como es la de las 4 P (DOMINICI, 2009; GRÖNROOS, 1994; MCCARTHY, 1960; VAN WATERSCHOOT & VAN DEN BULTE, 1992).

Se realizó un análisis detallado de la muestra a analizar. Decidimos escoger una Agrupación Básica Territorial muy concreta de la comarca del Baix Llobregat (Barcelona), debido a su propia dimensión y a la cantidad de instalaciones deportivas de grandes dimensiones que poseía. Este hecho provocó que la totalidad de instalaciones, excepto una, aceptaran participar.

Es obvio que nos hubiera gustado poder tener márgenes de error menores para cada instalación y poder estratificar la muestra desde el principio. A pesar de ello, creemos que la transparencia y el rigor con que se presentan los resultados y su posterior discusión los hacen representativos y representan un paso adelante en nuestro sector con el objetivo de objetivar, controlar y gestionar con una toma de decisiones más fundamentada y por lo tanto de mayor calidad y más profesional.

Otro elemento sobre el cual creemos interesante hacer un comentario, fue la confección del cuestionario, la escala de medida y su posterior análisis estadístico e interpretación. En la escala de medida optamos por una escala conocida por nuestra sociedad, una escala de medida podríamos decir que cultural para nuestro país como es la escala del 0 al 10. De hecho varios son los estudios citados previamente (CLIFF, 1992; DAWES, 2008; ESPINOSA & ROMÁN, 1998; NORMAN, 2010; WIT-TINK & BAYER, 1993), que tratan este asunto y en ningún caso se concluye que una escala sea mejor que otra.

Cuando se decide construir un equipamiento deportivo en cualquier ciudad, en principio, los métodos de análisis sobre la movilidad de las personas que deben ir allí, no es algo que destaque de manera científica. Podría ser porque las instalaciones suelen estar cerca de los núcleos urbanos, y porque siguen un parámetro no escrito de aproximadamente 10 minutos andando desde cualquier punto. Este parámetro, sin embargo, sólo es avalado por el 52,2% de los usuarios que manifiestan que van a la instalación deportiva andando, mientras que los responsables de la gestión opinan que son bastantes más. El tiempo en minutos que hay andando al centro de la población (tomando como referencia el Ayuntamiento) oscila entre los 8 minutos del Atrium Viladecans a los 19 minutos de Estruch El Prat. Lógicamente, eso es sólo una referencia generalista ya que cada usuario tendrá diferentes distancias y tiempos. Sin lugar a dudas y como seguimiento de los datos aportados en este punto hay una línea de trabajo por parte de las instalaciones con el

objetivo de conocer mejor el desplazamiento que realizan sus usuarios. De hecho, la dimensión relativa a la ubicación de las instalaciones no aparece como muy bien valorada por parte de los usuarios.

Es evidente que situar a las instalaciones justo en los núcleos urbanos y con las dimensiones de las que estamos hablando en nuestra muestra, no es tarea fácil pero sí que está en manos de los decisores el facilitar y fomentar la propia actividad física para acceder a las instalaciones y mucho más si estas son de carácter público.

El transporte público es prácticamente inexistente, ni desde el punto de vista operativo, ni desde el conocimiento de los usuarios. El vehículo motorizado, siendo utilizado por casi el 35% de los usuarios, parece destacable en los medios de transporte utilizados, aspecto que debe ir ligado obligatoriamente a las zonas de aparcamiento. La bicicleta sigue siendo un método de desplazamiento con poca demanda de los usuarios, y con nula apreciación por parte de los gestores. Se da la casuística que todas las instalaciones deportivas municipales analizadas, cuentan con aparcamientos de bicicletas, tanto libres, como vigilados y gratuito mediante el sistema Bicibox promocionado por el Área Metropolitana de Barcelona, pero sin embargo no parecen que los servicios, vayan de la mano de las promociones de los mismos. En la línea de lo apuntado por la OCDE (O.C.D.E., 2004), si los gobiernos, en este caso municipales, no promueven una campaña seria de información a largo plazo, para promover el uso cotidiano de la bicicleta como medio de transporte, no parece ser que éste resurja por sí mismo, por muchos servicios complementarios al respecto que se planteen.

En la misma línea, los usuarios muestran una buena apreciación del aparcamiento de vehículos alrededor de la instalación en la mayoría de los casos. Si este factor no fuera de esta manera, los problemas de movilidad, e incluso de viabilidad de las propias instalaciones se verían afectados considerablemente. Si relacionamos este apunte, quizá sea una incongruencia, sobre todo con relación a que las políticas de promoción de la salud, transporte y diseño urbano tienen objetivos similares, aunque no siempre se planteen así. Todas tratan de producir intervenciones prácticas, rentables y exitosas que se apliquen a una gran muestra de la población. Los principios de diseño urbano pueden alinearse fácilmente con los modelos de salud ecológica, para aumentar la actividad física incidental y, por lo tanto, optimizar el gasto total de energía. Algunos ejemplos de estos

enfoques colaborativos incluyen la restricción de zonas de la ciudad al acceso no peatonal, la ubicación de los estacionamientos alejados de las entradas de los edificios, etc. (BADLAND & SCHOFIELD, 2005). Por lo tanto, cuando las instalaciones deportivas están disponibles accesibles, es más probable que las personas actúen en función de sus intenciones positivas, lo que sugiere una asociación más fuerte entre la intención y el comportamiento en circunstancias de alta disponibilidad, sobre todo, teniendo en cuenta que existen estudios que relacionan la proximidad y accesibilidad de las instalaciones deportivas con la asociación del comportamiento de intención realizar actividad física (BARBARA & al., 2008; ESTABROOKS, L. & GYURCSIK, 2003; MARTÍNEZ DEL CASTILLO & PUIG, 2002; McCORMACK, G. & al. 2006; PRINS & al., 2010).

Es destacable también, el patrón de respuesta que se replica, cuando se comparan las percepciones entre los usuarios, y lo que los responsables técnicos y políticos creen que ellos perciben. Habitualmente el usuario siempre muestra mejor puntuación de lo que esperan los responsables técnicos y los mismos políticos.

Con este trabajo se ha pretendido teorizar sobre el impacto que tiene la ubicación de los grandes complejos deportivos municipales sobre el territorio, en una zona muy concreta de la provincia de Barcelona. Una teorización que pretende ir un poco más allá de la zona geográfica analizada en la muestra, según hemos visto en la exposición. Equipamientos de estas características, sobre los que se genera unos flujos de desplazamientos y de uso, por diferentes colectivos desde el punto de vista de género, edad, condición social, etc., tienen un alto impacto en la definición de los entornos urbanos, precisamente porque son núcleos de peregrinación de corto plazo, pero repetitiva a lo largo de las semanas.

No podemos obviar las propias limitaciones del estudio; una muestra de municipios e instalaciones más amplia a analizar permitiría extraer unas conclusiones quizá más interesantes. El hecho que sólo se analice a un técnico y a un responsable político, por el contrario de cientos de usuarios por instalación, hace que también sea limitada la muestra específica en estos apartados; aun así, siempre existirá una gran diferencia entre usuarios y responsables, debido, obviamente, a la diferencia de muestra entre ellos: es una limitación, pero a la vez una realidad.

Estamos hablando de edificios que son contenedores de, posiblemente, el único servicio público en el que los ciudadanos pagan de manera regular y voluntaria, y por adelantado. Edificios que son utilizados por ciudadanos que buscan en ellos un tipo de bienestar, ya sea físico, emocional, relacional, intelectual, de salud, o laboral. Por ello, la ubicación en el territorio y su impacto en aspectos como la movilidad deben ser tenidos en cuenta de manera general.

Hemos visto como los transportes públicos, al menos en esta zona del área metropolitana de Barcelona, son valorados con una puntuación media en la escala utilizada. También cabe destacar que hay un alto tanto por ciento de usuarios que no los valora, posiblemente porque no los conoce. Además, apreciamos que sólo un 4% de los usuarios manifiesta utilizarlos para acceder a la instalación, lo que demuestra un interesante camino por recorrer en este aspecto.

En las instalaciones analizadas que reflejan una peor puntuación en valoración de los transportes públicos, muestran una buena puntuación en aparcamiento. Este aspecto compensa claramente una deficiencia, que en caso contrario podría suponer un importante problema tanto de gestión como de movilidad. Si la oferta de transporte público es insuficiente, o simplemente poco atractiva, el transporte privado aparece como necesario. Otra cosa será si esos vehículos son o no sostenibles o respetuosos con el medio ambiente, además de ver cómo afectan sobre la propia movilidad de las ciudades.

Existen diferencias significativas entre el método de asistencia a la instalación por parte de los usuarios, y lo que los responsables creen que utilizan. Mientras que el 52,2% de los usuarios manifiestan que acceden a la instalación andando, los técnicos creen que esa cifra representa el 80% y los responsables políticos opinan que esa cifra supone un 60%. Este aspecto es muy relevante sobre todo para diseñar políticas de movilidad, y de desplazamiento dentro del propio municipio. Si los propios organizadores de los servicios tienen percepciones sobre el tipo de transporte que los usuarios utilizan, que no son del todo certeros, no ayuda a diseñar alternativas de transporte en estos grandes flujos.

En general, estamos ante un gran número de personas que realizan el mismo trayecto muchas veces en una semana dentro del municipio, cosa que debe comportar acciones para que faciliten su movilidad. Las instalaciones

deportivas son los centros actuales de peregrinación de los ciudadanos, las nuevas catedrales, donde se rinden diferentes tipos de cultos. Esas masivas afluencias deben hacer reflexionar sobre el impacto que una ubicación de una instalación de estas características ocasiona sobre el municipio, y sobre la movilidad de sus ciudadanos. El diseño y la ubicación de este tipo de instalaciones sin tener en cuenta aspectos de este tipo, puede conllevar que lo que debe ser un servicio público para fomentar el bienestar del ciudadano, implique precisamente un sentimiento contrario, o como mínimo de insatisfacción.

Al realizar una investigación comparativa de este nivel, en el que se trataba de valorar percepciones de usuarios, y percepciones sobre lo que los responsables técnicos y políticos pensaban que los usuarios tenían, aparecen resultados que constatan que existen diferencias importantes entre los planteamientos comentados. Nos ha ayudado a corroborar que la opinión de los usuarios es básica para el conocimiento del impacto de la ubicación de la instalación en el territorio, pero además también nos ha mostrado que es básico contrastarlo con el grado de conocimiento y de su percepción, de los agentes prestadores o responsables, siguiendo así la línea apuntada por DORADO (2006, p.429).

Esta reflexión resulta trascendental a la hora de diseñar políticas deportivas municipales que incluyen la planificación de instalaciones deportivas municipales en los municipios, y por lo tanto también corrobora que no se debería improvisar tampoco en los modelos de gestión, ni en la oferta deportiva, ya que iría en detrimento de la calidad (MESTRE SANCHO, 2004), desde un punto de vista generalista en un contexto urbano. Trascendental también, para que unos edificios destinados y diseñados para la actividad física y deportiva, pero ubicados para que se tenga que ir en coche a ellas.

## Bibliografía

- BADLAND, H., & SCHOFIELD, G. (2005): «Transport, urban design, and physical activity: an evidence-based update». *Transportation Research Part D*, 10, 177-196.
- BARBARA, C. & al. (2008): «Socioeconomic Status, Environmental and Individual Factors, and Sports Participation». *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 40(1), 71-81.
- CENTER FOR ACTIVE DESIGN (2010): *Active Design Guidelines. Promoting physical activity and health in design*. New York: Center for Active Design.
- CLIFF, N. (1992): «Abstract measurement theory and the revolution that never happened.» *Psychological Science*, 3(3), 186-190.
- DAWES, J. (2008): «Do data characteristics change according to the number of scale points use? And experiment using 5 point 7 point and 10 point scales». *International Journal of Market Research*, 50(1), 1-20.
- DENZIN, N. K. & al. (1994): «Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences». En SAGE Publications Ltd. (Ed.), *Handbook of qualitative research* (2ª, p. 643). Thousand Oaks, California.
- DIPUTACIÓ DE BARCELONA (2014): *11a edició del Cercle de comparació intermunicipal d'esports. Resultats any 2013*. Barcelona: Diputació de Barcelona. Àrea d'Hisenda, Recursos Interns i Noves Tecnologies. Direcció de Serveis de Planificació Econòmica. Servei de Programació.
- DOMINICI, G. (2009): «From Marketing Mix to E-Marketing Mix: a Literature Overview and Classification». *International Journal of Business and Management*, 4(9), 17-24.
- DORADO, A. (2006): *Análisis de la satisfacción de los usuarios: Hacia un nuevo modelo de gestión basado en la calidad para los servicios deportivos municipales*. (Consejo Económico y Social de Castilla La Mancha, Ed.) (1ª). Toledo: Gráficas Corredor, S.L.
- DORADO SUÁREZ, A. (2007): «Análisis de la satisfacción de los usuarios del servicio deportivo municipal». *Revista de Educación Física INDEref*, (1997), 5.
- & GALLARDO GUERRERO, L. (2004): «La satisfacción del consumidor deportivo en los servicios públicos». *Investigación y marketing*, 83, 26-29.
- ELASRI EJJABERI, A. & al. (2015): «La satisfacció dels clients dels centres esportius municipals de Barcelona». *Apunts Educació Física i Esports*, (119), 109-117.
- ESPINOSA, J., & ROMÁN, T. (1998): «La medida de las actitudes usando las técnicas de Likert y de diferencial semántico». *Enseñanza de las Ciencias de las Ciencias*, 16(3), 477-484.
- ESTABROOKS, P. A. & al. (2003): «Resources for Physical Activity Participation: Does Availability and Accessibility Differ by Neighborhood Socioeconomic Status?» *Ann Behav Med*, 25(2), 100-104.
- FABREGAS BOSCH, F. & al. (2005): *Pla director d'instal·lacions i equipaments esportius de Catalunya*. Esplugues de Llobregat, Barcelona, Catalonia - Spain: Consell Català de l'Esport.
- GALLARDO GUERRERO, L. (2007): *Censo Nacional de Instalaciones Deportivas 2005 España*. (Consejo Superior de Deportes, Ed.). Madrid: Gráficas Enar S.A.
- GRÖNROOS, C. (1994): *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. (Ediciones Díaz de Santos S.A., Ed.) (1ª). Madrid: Lavel S.A.

- INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA. (2014). IDESCAT.
- KELLEY, S. W., & TURLEY, L. W. (2001): «Consumers perceptions of service quality attributes at sporting events». *Journal of Business Research*, 54(2), 161-166.
- KOTLER, P. ., & LEVY, S. J. (1969): «Broadening the concept of marketing». *Journal of Marketing*, 33(1), 10-15.
- MAÑAS RODRÍGUEZ, M. Á. & al. (2008): «Los tangibles como predictores de la satisfacción del usuario en servicios deportivos». *Psicothema*, 20(2), 243-248.
- MARTÍNEZ DEL CASTILLO, J., & PUIG, N. (2002): *Espacio y tiempo en el deporte*. En Alianza Editorial (Ed.), *Sociología del Deporte* (2 ed., pp. 159-185). Madrid: Alianza Editorial.
- MCCARTHY, E. J. (1960): *Basic marketing, a managerial approach*. Homewood, Ill.: R.D. Irwin.
- MCCORMACK, G. R. & al. (2006): «Correlates of distances traveled to use recreational facilities for physical activity behaviors». *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 3(1), 18.
- MESTRE SANCHO, J. A. (2004): *Estrategias de gestión deportiva local*. (I. Publicaciones, Ed.) (1ª). Barcelona: INO Reproducciones S.A.
- MURUA, J. M. (2017): «La política deportiva como política urbana integral». En *GIGAPP 2017* (pp. 1-24). Madrid.
- NORMAN, G. (2010): «Likert scales, levels of measurement and the «laws» of statistics». *Advances in Health Sciences Education*, 15(5), 625-632.
- O.C.D.E. (2004): *La mise en oeuvre des politiques de transports urbains durables: aller de l'avant. Politiques nationales en faveur du vélo. Ministres de la CEMT lors de la réunion ministérielle à Ljubljana*. Ljubljana.
- PÉREZ CAMPOS, C. & al. (2008): «¿Influye el tipo de instalación en la percepción de calidad de los espectadores de eventos deportivos? IV Congreso Internacional y XXV Nacional de Educación Física., 1-5.
- PRINS, R. G. & al. (2010): Availability of sports facilities as moderator of the intention–sports participation relationship among adolescents. *Health Education Research*, 3, 489-497.
- QUIVY, R., & CAMPENHOUDT, L. VAN. (2000): *Manual de Investigación en ciencias sociales*. (Editorial Limosa S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores, Ed.) (5ª). México D.F.: Editorial Limosa S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores.
- RODRÍGUEZ OSUNA, J. (1991): *Métodos de Muestreo* (1ª). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- SOLAR, L. (2011): «El deporte como servicio local ante la «era wiki»». En *I Congreso Federación de Asociaciones de Gestores Deportivos de España. Libro de Actas*. Madrid.
- TRIADO, X. M., & RIMBAU, E. (1999): «Identification of Factors of Customer Satisfaction in Municipal Sport Centres in Barcelona: Some Suggestions for Satisfaction Improvement'». *Cyber-journal of sport ...*, 3, 2-13.
- VAN WATERSCHOOT, W., & VAN DEN BULTE, C. (1992): «The 4P Classification of the Marketing Mix Revisited». *Journal of Marketing*, 56(4), 83-93.
- VIÑASPRE, P. (2013): *Estudio WSC — PRECOR sobre la opinión de los clientes de clubes de fitness*. Barcelona.
- VO THI, N. T., & LLOSA, S. (2011): «Le rôle des différents moments d ' une expérience de service dans la satisfaction globale du client» -. En *10ème Congrès International des Tendances du Marketing à Paris* (pp. 1-26). Paris: Institut d'Administration des Entreprises.
- WITTINK, B. D. R., & BAYER, L. R. (1993): «The Measurement Imperative». *Marketing Research*, 6(4), 14-23.