

## **Resumen**

Dentro del marco de investigación social, este estudio se ha realizado con el fin de determinar los factores críticos en la calidad percibida en los usuarios de los Centros Activos Propiedad del Pueblo, con el fin de que el Ministerio del Deporte pueda realizar una plan de mejora tomando en cuenta los puntos más importantes para los usuarios, acentuando que el servicio debe acoplarse a las necesidades del usuarios mas no el usuario al servicio, el estudio fija los principales conceptos de la gestión de calidad abriendo campos en temas como gestión de calidad del servicio y finalmente calidad en centros deportivos, focalizando los esfuerzos del marketing deportivo en el estudio de la satisfacción de sus usuarios, subrayando los puntos más importantes de análisis dentro de los 5 factores críticos denominados Instalaciones Deportivas, Espacios Deportivos, Vestuarios, Programas de actividades y Atención al cliente, los mismos que fueron analizados mediante la adecuación del modelo CECASDEP, al contexto Ecuatoriano, el modelo obtuvo una fiabilidad confiable y fue aplicado mediante un cuestionario con 45 ítems distribuidos entre las 5 Subescalas de satisfacción, como resultado se determina las calificaciones de percepción más altas para los espacios deportivos y atención al cliente y más bajas para las instalaciones deportivas y los vestidores. Donde se deben focalizar las estrategias de cambio direccionadas a una mejora continua en la prestación del servicio.

### **Palabras claves:**

- **MARKETING DEPORTIVO**
- **CALIDAD**
- **CALIDAD EN SERVICIOS DEPORTIVOS**
- **SATISFACCIÓN EN SERVICIOS DEPORTIVOS**

## **Abstract**

Within the framework of social research, this study has been conducted in order to determine the critical factors in the perceived quality of the users of the Village Property Active Centers, so that the Ministry of Sports can make an improvement plan taking into account the most important points for users, emphasizing that the service should be coupled to the needs of the user but not the user to the service, the study sets the main concepts of quality management opening fields on issues such as service quality management and finally quality in sports centers, focusing the efforts of sports marketing in the study of the satisfaction of its users, highlighting the most important points of analysis within the 5 critical factors called Sports Facilities, Sports Venues, Changing Rooms, Activities Programs and Attention to the client, the same ones that were analyzed through the adaptation of the CECASDEP, in the Ecuadorian context, the model obtained a reliable reliability and was applied by means of a questionnaire with 45 items distributed among the 5 satisfaction subscales, as a result the highest perception ratings are determined for sports spaces and customer service and more low for sports facilities and locker rooms. Where the strategies of change directed to a continuous improvement in the provision of the service must be focused.

### **Keywords:**

- **SPORTS MARKETING**
- **QUALITY**
- **QUALITY IN SPORTS SERVICES**
- **SATISFACTION IN SPORTS SERVICES**