



**triathlon**  
Vitoria-Gasteiz

Memoria Trabajo Fin de Grado

# **ESTUDIO DE SATISFACCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ**

**Autora: Itziar Galdos Valdecantos**

**Tutor: Santi Ariste Castaño**

**Grau en Màrqueting i Investigació de Mercats**

Universitat Oberta de Catalunya

1er Semestre 2015/2016

## INDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	Pág.2
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	Pág.3
<b>1. CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	Pág.4
<b>2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....</b>	Pág.7
<b>3. ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE GABINETE .....</b>	Pág.8
3.1. Diseño de estudio de gabinete	
3.2. Fuentes de recogida de información	
3.2.1. Fuentes secundarias internas	
3.2.2. Fuentes primarias internas	
3.2.3. Fuentes secundarias externas	
3.2.3.1. Fuentes de información evolución de licencias federativas y clubes	
3.2.3.2. Fuentes de información evolución pruebas de triatlón en España	
3.2.3.3. Fuentes de información sobre el mercado de triatlón	
<b>4. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS CUALITATIVO .....</b>	Pág.15
4.1. Diseño de la investigación cualitativa	
4.2. Obtención de la información para la investigación cualitativa	
4.3. Análisis de la información de la investigación cualitativa	
4.4. Principales resultados de la investigación cuantitativa	
<b>5. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS CUANTITATIVO .....</b>	Pág.24
5.1. Diseño de la investigación cuantitativa	
5.2. Obtención de la información para la investigación cuantitativa	
5.3. Análisis de la información de la investigación cuantitativa	
5.4. Principales resultados de la investigación cuantitativa	
<b>6. PROPUESTAS Y ACCIONES A REALIZAR .....</b>	Pág.69
<b>CONCLUSIONES Y REFLEXIONES .....</b>	Pág.73
<b>VALORACIONES Y AGRADECIMIENTOS .....</b>	Pág.74
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	Pág.75
<b>ANEXOS. ....</b>	Pág.78

## RESUMEN EJECUTIVO

Mediante el presente Trabajo de Fin de Grado de Marketing e Investigación de mercados realizamos un **estudio de la satisfacción de los participantes en el Triathlon Vitoria-Gasteiz así como del posicionamiento de la marca del evento en un mercado en pleno crecimiento**, con el fin de obtener unos datos objetivos que servirán a la empresa, Asociación Maratlón, de indicadores para establecer planes de acción dentro del planteamiento estratégico global del evento.

En primer lugar, hemos podido contrastar las razones principales que determinan la decisión, por parte de los triatletas, de la elección de una prueba deportiva y se han contrastado con los motivos principales por los cuáles concretamente se escoge Triathlon Vitoria-Gasteiz para tener información objetiva sobre sus atributos más destacados. Paralelamente, se ha conocido no solo la satisfacción de los triatletas con los diferentes factores de la prueba sino que se ha determinado cuáles son aquellos que contribuyen en mayor medida a su satisfacción global.

Así mismo, como estudio del posicionamiento de la empresa y su asociación con ciertos rasgos se ha podido llegar a asociar los valores de Triathlon Vitoria-Gasteiz en relación a otras marcas líderes en el mercado mundial de pruebas de triatlón de larga distancia.

Finalmente, se han considerado los hábitos de compra de los triatletas en algunos ámbitos con el fin de detectar posibles oportunidades de ofrecer nuevos servicios tanto a los participantes como a sus acompañantes.

En conclusión, la empresa organizadora que no quiere basar su estrategia a largo plazo en meras percepciones podrá disponer de un estudio demostrable que le servirá para orientar sus acciones a largo plazo para alcanzar su misión de llegar a ser considerado uno de los mejores triatlones de Europa y asegurar la satisfacción de todos los grupos de interés.

## ABSTRACT

This End-of-Degree Project in Marketing and Market Research, carried out a **study both of user satisfaction among the participants of the Triathlon Vitoria-Gasteiz, and of the brand positioning of the event in a rapidly expanding market**. The aim was to obtain objective data which could be used by the company, Asociación Maratlón, as indicators to establish action plans within the global strategic approach of the Triathlon.

Firstly, we were able to establish the main reasons which determine the triathletes' decision when choosing a sporting event and contrast those against the leading motives for specifically choosing Triathlon Vitoria-Gasteiz, in order to obtain objective information about its most outstanding features. At the same time, together with determining the triathletes' satisfaction with the different factors of the event, the study also revealed which ones contribute, to a greater extent, to their global satisfaction.

Likewise, as a study of the company's market position and its association with certain attributes, we were able to compare the values of Triathlon Vitoria-Gasteiz to other world market leaders in long distance triathlon events.

Finally, the triathletes' purchasing habits in certain areas were considered, with a view to detecting possible opportunities for offering new services both to the participants and their escorts.

In conclusion, the organising company which does not wish to base its long term strategy on mere perceptions, will have at its disposition a demonstrable study which can be used to focus actions on achieving the aim of being considered one of the best triatlons in Europe, and to guarantee the satisfaction of all interested groups.

## INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo de Fin de Grado trata de realizar principalmente **un estudio de la satisfacción de los participantes en el Triathlon Vitoria-Gasteiz y posicionamiento de la marca** con el fin de obtener unos datos reales que permitan encontrar áreas de mejora y reconocer un posicionamiento en el mercado tanto estatal como internacional de esta prueba deportiva. Paralelamente, se desean conocer la segmentación de los consumidores de estas pruebas deportivas y los hábitos de consumo de los triatletas con el fin de detectar oportunidades de nuevos servicios para estos clientes.

La práctica del triatlón ha crecido considerablemente en España así como el número de pruebas deportivas de este deporte en sus diferentes modalidades o distancias. El Triathlon Vitoria-Gasteiz cumplirá en 2016 su décimo aniversario y el objetivo de la empresa es ser considerado como uno de los mejores triatlones de larga distancia de Europa así como convertirse en el evento deportivo con mayor repercusión económica de la ciudad (restando los eventos deportivos relacionados con fútbol o baloncesto), no solo para aumentar el volumen económico de la prueba sino el impacto económico para la ciudad de Vitoria-Gasteiz.

La Asociación deportiva Maratlón, promotora del evento, desea incluir la investigación de marketing como un *input* más en el sistema de planificación estratégica de la empresa y sumarlo a otros indicadores relevantes para la toma de decisiones como son: los factores del macroentorno, el microentorno y los resultados económicos para, posteriormente, dirigir las acciones de marketing necesarias para la consecución de sus objetivos estratégicos.

El presente estudio de investigación está basado en 5 fases:

- En primer lugar, una **primera fase para determinar la problemática actual**. Trabajo que inicialmente se ha realizado junto con la empresa para obtener información relevante sobre el entorno del problema a investigar. En esta misma fase se han establecido las hipótesis de trabajo y objetivos que veremos a continuación.
- Una segunda fase donde se ha **diseñado la investigación** y se han establecido cuáles deben ser las fuentes de información y la metodología para la obtención de la información necesaria para poder dar respuesta a los objetivos o hipótesis planteadas en la primera fase.
- En una tercera fase se ha **recopilado la información**. Fase troncal del estudio dividida a su vez en dos partes una cualitativa y otra cuantitativa y que en la presente memoria se han definido en apartados diferentes para llegar a la cuarta fase de
- **Análisis de la información obtenida e interpretación de los resultados** con el fin de resumir la información para dar respuesta a los objetivos inicialmente establecidos.
- Y finalmente concluimos el estudio con un **informe final de conclusiones y propuestas de acciones** a realizar por la empresa para la mejora final de sus resultados y la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa para satisfacer a todos los grupos de interés: Patrocinadores del evento y clientes finales ( triatletas, acompañantes y ciudadanos de Vitoria-Gasteiz)

## 1. CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En estos últimos 10 años, la práctica de este deporte ha crecido de una manera excepcional, no solo en nuestro país sino en el resto del mundo y por consiguiente la proliferación de pruebas deportivas de triatlón en sus diferentes modalidades o distancias. España casi ha multiplicado por 3 el número de licencias federativas en los últimos años y también han aumentado el número de pruebas deportivas y clubes de triatlón.

El triatlón es una disciplina deportiva que engloba 3 deportes y que se practican en este orden: primero la natación, segundo ciclismo y por último la carrera a pie. Este deporte se practica en distintas modalidades según las distancias a recorrer en cada disciplina. Las distancias más comunes son: Súper-sprint, Sprint, Olímpico, Half, Larga distancia e Ironman o distancia Full.

Triathlon Vitoria-Gasteiz es una prueba deportiva que el próximo 10 de julio de 2016 cumplirá su décima edición. La ciudad ha sido sede de 2 Campeonatos de España, 1 Campeonato de Europa y un Campeonato del Mundo. El evento de Vitoria-Gasteiz ofrece la opción de participación en dos distancias, ambas enmarcadas dentro de lo que se llama "Larga Distancia" siendo la prueba reina la distancia Full, ( más conocida como distancia Ironman) en la que se recorren 3,8 km a nado, 180 km en bicicleta y 42 km a pie y la distancia Half la mitad de la anterior en todos sus sectores.

El evento está promovido por la **Asociación Maratlón**, empresa alavesa organizadora de eventos culturales y deportivos a la cual obtiene la financiación tanto de patrocinio público como privado y vía recaudación directa a través de las inscripciones para su organización. Actualmente, un 33% del presupuesto proviene de patrocinio público siendo su principal patrocinador el Ayuntamiento de la ciudad y en menor medida la Diputación Foral de Álava y el Gobierno Vasco; un 13% del patrocinio privado y un 54% vía inscripciones. Estos datos no solo muestran los datos económicos sino que al mismo tiempo reflejan los diferentes grupos de interés a los que la empresa promotora debe satisfacer: **instituciones públicas, empresas privadas, triatletas participantes, los acompañantes de estos y los ciudadanos de Vitoria-Gasteiz y su provincia.**

En el panorama de las **pruebas deportivas a nivel mundial** distinguimos dos tipos de circuitos: Por un lado, aquellos enmarcados en el sector público que procede de la organización de estas pruebas por parte de las Federaciones Nacionales e Internacionales de Triatlón del Mundo y que suelen ser pruebas oficiales para los Campeonatos del Mundo y Juegos Olímpicos y que se disputan sobre todo en distancia olímpica y larga distancia. Por otro lado, encontramos el mercado privado de pruebas de triatlón, un mercado emergente, centrado principalmente en la larga distancia, y que actualmente esta liderado por las dos marcas franquiciadoras presentes en los 5 continentes como son la marca americana **Ironman**, con 136 pruebas ( 41 distancia Ironman y 95 en distancia Half) y la europea **Challenge** con 51 pruebas ( 11 pruebas Full y 40 Half) ambas en plena expansión y crecimiento al ritmo del crecimiento de la práctica de esta modalidad deportiva.

Triathlon Vitoria-Gasteiz se sitúa en el **mercado como un triatlón privado e independiente** que no lleva el respaldo de ninguna franquicia organizadora de triatlones de larga distancia y que tampoco se circunscribe dentro del circuito de triatlones de carácter "oficial" español. Esta prueba tiene el respaldo de la Federación Vasca de Triatlón encargada del cumplimiento del reglamento de competiciones de triatlón en España que cualquier empresa organizadora de estas pruebas debe respetar.

Triathlon Vitoria-Gasteiz que, en el mismo día la prueba, se disputa en dos modalidades ( Half y Full), se sitúa en una buena posición dentro de las pruebas deportivas de larga distancia en el panorama estatal siendo la segunda en número de participantes. La rapidez con la que se agotan sus inscripciones avalan la buena respuesta por parte de los aficionados que además completan una lista de espera de más de un 50% de las inscripciones.

La estrategia de la marca a medio y largo plazo está basada en 2 pilares o líneas de actuación:

1. De un lado es seguir **reforzando sus valores competitivos** de difícil copia como son: la belleza paisajística y buenas condiciones de sus circuitos ( agua, carreteras, ciudad), una organización que ha demostrado su buen hacer en cuanto al servicio para el triatleta, logística y seguridad en los circuitos y, finalmente, una ciudad volcada en el evento que imprime a todo su conjunto y, durante los 3 días de duración, un ambiente de pasión por el triatlón, por sus visitantes y por los valores del deporte.
2. Así mismo, la Asociación Deportiva Maratlón, **quiere mantener la satisfacción de todos sus grupos de interés:** sus clientes atletas, su cliente-patrocinador, el cual espera obtener notoriedad de la ciudad y su provincia y, finalmente, la satisfacción de sus ciudadanos con el evento. En este sentido, con el fin de asegurarse la rotación de clientes y poder ampliar la estancia de pernoctaciones en la ciudad, la empresa quiere internacionalizar la prueba para atraer en tres años hasta un 20% de extranjeros. ( actualmente un 7%),

Desde que se disputara el Campeonato del Mundo de Triathlon en la ciudad en el año 2012, esta prueba ha crecido en número de participantes en sus dos modalidades y a juzgar por las impresiones recogidas *in situ* y a través de redes sociales, la satisfacción de los triatletas es muy alta resaltando **sus características como la calidad organizativa, una ciudad volcada con el evento y los participantes y el equipo humano de voluntarios que confieren a este triatlón una atmósfera especial.**

Tal y como hemos comentado en el apartado “introducción”, el presente estudio sirve de *input* para conocer, de una parte, **la satisfacción actual de sus clientes** en diferentes ítems relacionados con la organización del evento y ratificar los datos que perceptiblemente la empresa obtiene a través de canales como sus redes sociales, blogs, mensajes electrónicos etc. y, al mismo, tiempo **conocer su posicionamiento** con otros eventos europeos del sector y de manera secundaria **detectar otras oportunidades de negocio** derivadas de los hábitos de estos aficionados o profesionales de triatlón o gastos aproximados que los triatletas realizan a lo largo del año y el presupuesto que destinan a la participación en esta prueba.

Hasta el momento la percepción que la empresa promotora tiene sobre su propio evento tanto la que proviene de sus clientes triatletas, clientes patrocinadores y proveedores es muy positiva y esta prueba se está comparando ya con grandes citas de triatlón mundial como lo son el Ironman de Frankfurt y Hawai o el Challenge de Roth, triatlones con gran solera en el mercado del triatlón.

El principal objetivo de la empresa, a largo plazo, es convertirse en uno de los mejores triatlones de Europa por lo que debe conocer la satisfacción de sus clientes triatletas y patrocinadores así como la percepción de su evento para poder asegurarse alcanzar su objetivo, sin dejar de poner sus miras, mientras tanto, en nuevos servicios que ofrecer a sus clientes.

En el entorno de este mercado emergente, la empresa considera fundamental **conocer qué motiva a los clientes a escoger Triathlon Vitoria-Gasteiz**. Conocer estas motivaciones y razones permitirán realizar mejoras en aquellos atributos verdaderamente relevantes y conocer cuáles de ellos se deben potenciar para mantener el éxito que goza la prueba actualmente.

Conociendo estos aspectos internos del propio evento se ha considerado que la metodología más acertada es la que basa la mayor parte de la investigación en conocer la percepción de los triatletas participantes. **La empresa dispone de su propia base de datos** de los participantes en su evento de los dos últimos años. Una base de datos de aproximadamente 4.700 participantes únicos. Por lo tanto, **la parte concluyente vendrá determinada por el análisis de la encuesta directa** a los participantes en una fase cuantitativa pero, sin embargo, con el fin de abordar de una manera más eficiente esta fase cuantitativa hemos considerado realizar **una investigación exploratoria previa para, principalmente, identificar las variables clave para el posterior diseño del cuestionario**.

## 2. OBJETIVOS

Una vez hemos conocido la situación actual de la empresa y en concreto del evento a analizar en su conjunto consideramos que el principal objetivo es ratificar y traducir a datos concretos las percepciones que la empresa tiene sobre la satisfacción de sus clientes, **sobre la percepción de los atributos mejor valorados, sobre aquellos ítems que más repercuten en la satisfacción global del cliente, y sobre el posicionamiento de la marca Triathlon Vitoria-Gasteiz.**

De esta manera este compendio de percepciones se traducen en los siguientes **objetivos principales** a analizar.

1. Segmentación sociodemográfica de los triatletas
2. Medición de la satisfacción del triatleta en diferentes estadios del evento
3. Conocer la motivación del cliente para la elección de esta prueba
4. Conocer el posicionamiento del triatlón frente a sus competidores europeos
5. Conocer el gasto del triatleta en otros bienes complementarios a la práctica del triatlón.
6. Conocer la tasa de retorno o fidelidad de los triatletas con Triathlon Vitoria-Gasteiz

Como **objetivos secundarios**, derivado del beneficio de hacer frente a este estudio, añadiremos el objetivo secundario de conocer los hábitos de consumo y entrenamiento de los triatletas con el fin de detectar nuevas oportunidades de negocio.

### 3. ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE GABINETE

#### 3.1. Diseño de estudio de gabinete

Las necesidades de información vienen determinadas por el tipo de investigación. En este caso y al tratarse de una investigación que tiene como objetivo conocer principalmente la satisfacción, motivación y hábitos de compra y uso de los clientes y futuros clientes de Triathlon Vitoria-Gasteiz la **principal fuente** de recogida de información **es de tipo primaria e interna**.

Al tratarse principalmente de una investigación partiendo de fuentes primarias, el diseño de la investigación se ha diseñado con una primera fase exploratoria a través de **entrevistas en profundidad** con el fin de obtener una orientación sobre parte de los fenómenos que suceden en el mercado objeto de estudio, en este caso del Triatlón. Los resultados de esta investigación exploratoria preliminar permitirán definir **la investigación concluyente posterior**.

**La investigación concluyente** de este estudio, a partir de la cual se podrán extraer las conclusiones para la posterior toma de decisiones, vendrá determinada por los resultados analizados a partir de las **Encuestas ad hoc** al Universo Objeto de Estudio. Es decir, a aquellos participantes de las ediciones 2014 y 2015 y a los inscritos por primera vez para participar en Triathlon Vitoria-Gasteiz en la edición a celebrar el próximo 10 de Julio de 2016.

Paralelamente, y con el fin de conocer la evolución del mercado de Triathlon y contrastar información, se requerirá consultar **fuentes secundarias**. Este tipo de información nos permite obtener datos que, a pesar de no tener relación directa con nuestra investigación, están relacionadas con nuestro mercado. Estos datos servirán de apoyo para la contextualización de los resultados obtenidos a partir de las fuentes primarias y posicionar Triathlon Vitoria-Gasteiz en el mercado nacional. De estas fuentes secundarias será interesante obtener indicadores del tipo: N° de licencias federativas expedidas en los últimos años, n° de clubes de triatlón, volumen de compra de los triatletas en algunos artículos, etc...

## 3.2. Fuentes de recogida de información

### 3.2.1. Fuentes secundarias internas.

Bases de datos de los participantes de las ediciones de Triathlon Vitoria-Gasteiz de los años 2014, 2015 y de la próxima edición 2016.

Las bases de datos en documentos Excel recogen los siguientes datos:

- Año de participación
- Prueba realizada según distancia
- Nombre y apellidos
- DNI
- Fecha de nacimiento
- Categoría
- Grupo de Edad
- Correo electrónico
- Provincia de residencia
- País de residencia

### 3.2.2. Fuentes primarias internas.

Partiendo de técnicas de investigación cualitativa ( Entrevistas en profundidad) y técnicas de investigación cuantitativa ( encuestas *ad hoc*)

### 3.2.3. Fuentes secundarias externas

En esta fase se ha tratado de recopilar información existente partiendo de fuentes externas con el fin de contextualizar el entorno de mercado en el que nos encontramos. Un mercado que a priori sabemos emergente en el estado español. La evolución de la práctica del deporte de triatlón se ha considerado que se puede valorar en función de **dos indicadores: el número de licencias federativas y el número de pruebas de triatlón en España.**

Las fuentes de información con las que en un principio habíamos contado no han sido del todo útiles y a continuación dividimos las fuentes de información en función de la información que nos han aportado en base a los indicadores mencionados:

### 3.2.3.1. Fuentes de información para conocer la evolución de las licencias federativas y clubes de triatlón.

Las información sobre la evolución de las licencias federativas se ha obtenido principalmente a través de fuentes secundarias de origen público vía on line y vía telefónica.

#### **Instituto Nacional de Estadística ( INE)**

Licencias Federativas de Triatlón. Cuadro por Comunidades Autónomas entre los años 2004-2014 y

Cuadro de número de clubes registrados en las Federaciones autonómicas entre los años 2007 y 2013.

<http://ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t12/a115/a01/l0/&file=o20012.px&type=pcaxis&L=0#nogo>

Se recogen en el cuadro estadístico el número de licencias federativas de Triatlón 2004-2014 pero, **se observan números erróneos** en los datos de 2014 ya que hay un descenso de más de 2000 licencias en algunas CC.AA como en Andalucía, Comunitat Valenciana, Cataluña y País Vasco por lo que debemos buscar datos en otras fuentes para corregirlos y, para ello, acudimos en primer lugar a las webs de las propias federaciones o a los contactos directos vía telefónica..

#### **Corrección de datos de licencias federativas:**

##### **País Vasco**

No constan datos en la web de la Federación Vasca. A través de una llamada telefónica hemos hecho saber de los datos que constaban en el INE y, efectivamente, hemos corroborado que no solo están erróneos los de la Comunidad del País Vasco sino también los de las comunidades que tenían un descenso acusado. A partir de esta llamada hemos comenzado a realizar otras investigaciones vía web para corregir los datos y tener la tendencia anual exacta.

##### **Andalucía.**

No se ha encontrado datos de número de licencias en la web <http://www.triatlonandalucia.org> por lo que se ha tenido que consultar en otras noticias en la web.

#### **Web especializada en deporte: Mundo Deportivo.**

Artículo: "Andalucía es la comunidad con más licencias de triatlón,3800"

Fecha de la publicación: 29.01.2015

[http://www.mundodeportivo.com/20150128/atletismo/andalucia-es-la-comunidad-con-mas-licencias-de-triatlon-3-800\\_54425198456.html](http://www.mundodeportivo.com/20150128/atletismo/andalucia-es-la-comunidad-con-mas-licencias-de-triatlon-3-800_54425198456.html)

##### **Comunidad Valenciana**

#### **Federació de Triatló de la Comunidad Valenciana.**

Artículo: Crecimiento positivo de todos los indicadores del Triatlón en la C.V.

Fecha de la publicación: 23.12. 2015

<http://www.triatlocv.org/116-noticias-triatlon/1964-crecimiento-positivo-de-todos-los-indicadores-del-triatlon-en-la-c-v>

##### **Cataluña**

De la misma manera hemos tenido que recurrir a otras fuentes para determinar el número de licencias en Cataluña ya que tampoco en la página web de la Federación catalana hemos encontrado datos al respecto por lo que hemos encontrado otra fuente fiable que nos ha proporcionado un dato más acertado.

**Generalitat de Catalunya. Institut d'Estadística de Catalunya**

Anuario estadístico de Catalunya. 2014.

Federacions esportives.2014

<http://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=808>

Número de licencias de Triatlón en Cataluña corregida.

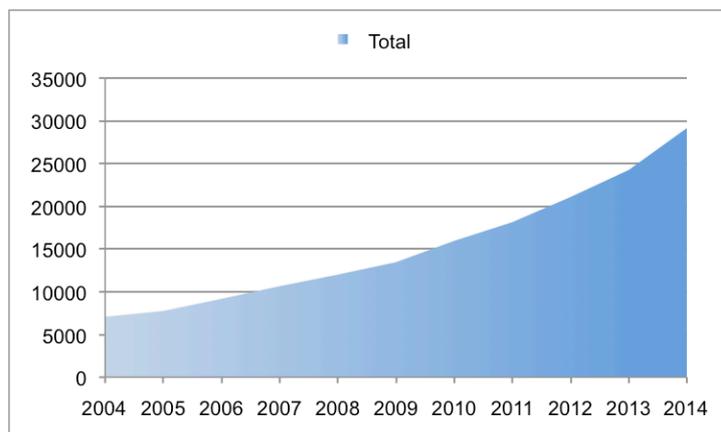
A continuación presentamos un resumen en un **Cuadro de evolución de Licencias Federativas** entre los años 2004 y 2014 por Comunidades Autónomas

Observamos que el incremento de la práctica de este deporte en este periodo a juzgar por sus licencias federativas ha crecido en un **312,82% en el total del estado**. Este incremento es notable en todas las comunidades autónomas siendo Andalucía, Aragón e Islas Baleares las que han incrementado en más de un 500%.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	INCREMENTO 2004-2014
Triatlón												
<b>Total</b>	<b>7061</b>	<b>7739</b>	<b>9162</b>	<b>10640</b>	<b>11996</b>	<b>13449</b>	<b>15946</b>	<b>18137</b>	<b>21079</b>	<b>24241</b>	<b>29149</b>	<b>312,82%</b>
Andalucía	620	694	919	1027	1169	1295	1471	1896	2182	2657	3800	512,90%
Aragón	92	142	230	207	245	244	283	360	435	581	703	664,13%
Asturias,	120	181	208	232	283	288	342	358	377	417	489	307,50%
Balears, Illes	149	181	230	230	243	231	232	429	561	693	1007	575,84%
Canarias	467	543	624	749	828	877	941	1029	1097	1051	1148	145,82%
Cantabria	250	186	214	238	246	235	271	300	312	311	355	42,00%
Castilla y León	424	441	464	473	466	536	660	711	865	967	1100	159,43%
Castilla-Mancha	357	375	461	495	552	589	630	682	624	747	826	131,37%
Cataluña	1050	1115	1235	1752	2170	2531	3182	3525	5143	4857	5319	406,57%
C. Valenciana	987	1127	1283	1390	1573	1856	2140	2287	2343	3014	4345	340,22%
Extremadura	150	134	136	164	190	185	190	190	233	289	370	146,67%
Galicia	325	365	457	556	565	610	766	835	919	1246	1633	402,46%
Madrid	615	727	922	1143	1349	1684	2278	2580	2721	3214	3437	458,86%
Murcia,	291	335	360	401	421	528	594	706	777	896	1042	258,08%
Navarra,	209	177	243	281	287	372	407	409	486	951	973	365,55%
País Vasco	830	905	1065	1200	1315	1288	1405	1587	1720	2039	2304	177,59%
Rioja, La	25	19	23	34	35	34	59	74	95	125	129	416,00%
Ceuta	100	92	88	68	59	66	61	57	52	36	23	-77,00%
Melilla	0	0	0	0	0	0	34	122	137	150	146	
Sin territorializar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
												Datos corregidos

En el cuadro, los datos en color verde son los **datos corregidos**.

Anexo1: Cuadro de Licencias Federativas 2004 -2014 realizado a partir de la información. En formato excel.



Cuadro de evolución de número de clubes de triatlón en España.

Podemos observar que el incremento de número de clubes también duplica su número en los último años.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2007-2013
Clubes de triatlón. España	435	454	510	588	660	770	904	107,82%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

**3.2.3.2. Fuentes de información para conocer la evolución de las pruebas de triatlón.**

Como es de prever, el incremento de participación en este deporte ha traído consigo el **incremento de las pruebas de triatlón** en todas sus modalidades por distancias.

En cuanto a las fuentes de información para conocer la evolución del número de pruebas deportivas son las páginas web de las federaciones de triatlón de cada comunidad autónoma la fuente más fiable para conocer el calendario anual de pruebas deportivas en cada distancia pero, en general, no son páginas muy sofisticadas para poder obtener datos fiables y ninguna de ellas alberga información referente a años anteriores por lo que no podemos realizar un estudio de la evolución de las mismas.

Finalmente, hemos optado por resumir el número de pruebas de triatlón por Comunidad Autónoma para el 2016 y solamente de triatlón en toda sus modalidades ( ya que las federaciones de triatlón también tienen la competencia en pruebas de duatlón, aquatlón, y paratriatlón.

Se ha partido de un calendario de pruebas deportivas bastante completo recogido en la página web de “www.runedia.com” y se ha completado con la información publicada en web de cada una de las Federaciones Autonómicas.

**Web Especializada: Runedia.com**

Calendario de pruebas de triatlón 2016. Información de pruebas de triatlón por mes y localidad.  
<http://www.runedia.com/calendario-carreras/tipus/3ath/distmin/0%20km/pais/Espa%C3%B1a/>

Faltan algunas pruebas con renombre que no aparecen en el calendario proporcionado por esta web por lo que se deben consultar individualmente las páginas webs de las federaciones españolas por comunidad autónoma para completar el cuadro.

En esta web se recogen 289 pruebas de triatlón de todas las distancias pero, finalmente, se completa **hasta 364 pruebas consultando todas las webs de las federaciones españolas** de triatlón.

**Cuadro que recoge el nº de pruebas de triatlón en todas sus distancias para el año 2016.**

Cuadro de elaboración propia a partir de las fuentes mencionadas.

TOTAL	364	WEB
ANDALUCÍA	39	www.triatlonandalucia.org
ARAGÓN	7	www.triatlonaragon.org
ASTURIAS	5	www.triatlonasturias.org
BALEARES	29	www.fetrib.com
C. VALENCIANA	38	www.triatlocv.es
CANARIAS	29	www.fecantri.org
CANTABRIA	13	www.fetricantabria.com
CASTILLA LA MANCHA	33	www.triatlonclm.org
CASTILLA LEÓN	25	www.triatloncastillayleon.com
CATALUÑA	56	www.triatlo.org
EXTREMADURA	5	www.triatlonextremadura.com
GALICIA	16	www.fegatri.org
MADRID	19	www.triatlonmadrid.org.es
MURCIA	7	www.trimurcia.org
NAVARRA	15	www.navarratriatlon.com
PAIS VASCO	25	www.triatloi.org
RIOJA, LA	3	www.delegacionriojanadetriatlon.es

El resultado obtenido para el año 2016 es un calendario completo de pruebas de triatlón a lo largo y ancho del territorio español. Sin embargo, ante la ausencia de datos de evolución de las pruebas, nos hemos centrado solamente en conocer la evolución de aquellas pruebas que tienen la misma modalidad que Triathlon Vitoria-Gasteiz y concretamente de su prueba reina, la distancia Full, una distancia con dificultades técnicas para su organización por lo que su crecimiento es menor.

Para ello hemos realizado una búsqueda en la web solamente para pruebas de distancia Full o Ironman.

**Web Especializada: Planeta Triatlón.com.**

Artículo: Calendario de triatlón de larga distancia 2016

Fecha de publicación: 14 octubre 2016

<http://www.planetatriatlon.com/calendario-de-triatlon-de-larga-distancia-2016/>

Información sobre las pruebas de triatlón de distancia Full en España para 2016. Hemos completado la información para conocer la edición de cada prueba en cada una de las webs de cada prueba.

**Cuadro de elaboración propia para conocer la “edad” de cada prueba.**

TRIATLÓN DE DISTANCIA FULL	Nº DE EDICIONES EN 2016	LUGAR	WEB	FECHA DE CELEBRACIÓN
IRONMAN LANZAROTE	25	Lanzarote	<a href="http://eu.ironman.com">http://eu.ironman.com</a>	21 de Mayo
IRONCAT	13	Tarragona	<a href="http://www.ironcat.org">http://www.ironcat.org</a>	28 de Mayo
TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ	10	Álava	<a href="http://www.triathlonvitoria.com/">http://www.triathlonvitoria.com/</a>	10 de Julio
IRONMAN BARCELONA	7	Barcelona	<a href="http://www.ironman.com/">http://www.ironman.com/</a>	2 de Octubre 2016
IBERMAN	4	Huelva	<a href="http://www.ibermantriathlon.es/">http://www.ibermantriathlon.es/</a>	15 de Octubre
NORTH WEST TRIMAN AS PONTES	3	A Coruña	<a href="http://northwesttriman.com/">http://northwesttriman.com/</a>	26 de Junio
ICAN TRIATLÓN GANDÍA	3	Valencia	<a href="http://icantriathlon.com">http://icantriathlon.com</a>	23 de Octubre
TRIATLÓN MADRID KM0	2	Madrid	<a href="http://www.triatlonmadridkm0.com/">http://www.triatlonmadridkm0.com/</a>	25 de Septiembre
IRONMAN MALLORCA	2	Mallorca	<a href="http://www.ironman.com/">http://www.ironman.com/</a>	24 de Septiembre
PURE TRIATLÓN – MARINA D’OR	2	Castellón	<a href="http://www.puretriathlon.net/">http://www.puretriathlon.net/</a>	25 de Octubre
IRON COSTABRAVA	1	Girona	<a href="http://100x100half.com/iron/">http://100x100half.com/iron/</a>	12 de Junio

Tal y como podemos observar en el cuadro. **En los últimos 4 años han nacido 7 nuevas pruebas de Triatlón en distancia Full**, 4 de ellas nacieron en el año 2015. Siendo un total de 11 el número de pruebas de esta distancia en el Estado español.

**3.2.3.3. Fuentes secundarias de información para conocer la evolución del mercado del triatlón en general.**
**El Mundo. Prensa diaria on line.**

'Ironman es una marca atractiva para los patrocinadores'

Fecha de publicación: 3.05.2015

<http://www.elmundo.es/economia/2015/05/03/55436b8bca4741391e8b4577.html>

Evolución de la marca Ironman y su proyecto de crecimiento en Europa.

**Web especializada Revista Triatlón**

Nuevos Eventos Ironman 2016

“La franquicia Ironman anuncia nuevas fechas y nuevas localizaciones para las pruebas de 2016

<http://www.triatlonweb.es/calendario/articulo/nuevas-fechas-ironman-oriente-europa>

Recogemos información de los objetivos y resultados de crecimiento de las pruebas de distancia Ironman en Europa y la expansión de la marca.

**Revista Triatlón**

Artículo en revista de papel.

Fecha de publicación: Diciembre 2015.

## 4. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS CUALITATIVO

### 4.1. Diseño de la investigación cualitativa

En el caso de la investigación que nos ocupa con los objetivos a conseguir, consideramos como investigación concluyente la **encuesta ad hoc** a realizar a todos los participantes. Sin embargo, con el fin de abordar de una manera más eficiente esta fase cuantitativa hemos considerado realizar **una investigación exploratoria previa**.

Se pretende conseguir en esta fase:

- Identificar las líneas de actuación más relevantes
- Verificar si las hipótesis determinadas con anterioridad se pueden validar
- Identificar variables clave para el posterior diseño del cuestionario.
- Comprender el porqué de los hechos o el porqué de ciertas conductas.

Se ha considerado conveniente por lo tanto la realización de **entrevistas en profundidad** a participantes para poder determinar las opiniones, preferencias, sentimientos, actitudes, motivaciones de los deportistas triatletas en general y de los triatletas participantes en Triathlon Vitoria-Gasteiz en particular.

#### 4.1.1 Diseño muestral

Considerando la homogeneidad del Universo Objeto de Estudio se pretende diseñar un plan muestral en base a las variables que intervienen en la segmentación que nos interesa realizar objeto de este investigación, es decir las características de los participantes.

En principio, solamente consideraremos aquellos triatletas que hayan participado en el triatlón ya que nos van a poder ofrecer una percepción total a todas las cuestiones planteadas. Parte del cuestionario se enviará también a los futuros participantes 2016.

Las **variables principales por las que podemos segmentar el Universo Objeto de Estudio (UOE)** son: el año de participación, el tipo de prueba realizada, el sexo, el grupo de edad ( según la fecha de nacimiento), procedencia y la categoría en la que participa.

La percepción de la empresa es que las opiniones de los triatletas variarán principalmente en función de la categoría del participante ( si pertenece a la categoría élite o a grupos de edad) y en función de la prueba realizada ( si ha participado en la prueba de larga o media distancia) y La empresa considera que el resto de las variables de segmentación como son "sexo", "año de participación" o "edad" no van a variar sustancialmente las percepciones del evento.

Aunque la situación óptima sería realizar una entrevista para cada cruce de variables, en este caso y considerando que el principal objetivo de nuestro estudio cualitativo es obtener una visión general, hemos optado por definir la heterogeneidad u homogeneidad de las variables.

**Variables de segmentación:**

Variables	Categorías	Tipo de variable
Año de participación	2014 2015	Heterogeneidad
<b>Prueba realizada</b>	<b>Half distance</b> <b>Full distance</b>	<b>Homogeneidad</b>
Sexo	Hombre Mujer	Heterogeneidad
Edad	Menor de 35 años Entre 35 – 50 años Más de 50 años	Heterogeneidad
<b>Categoría</b>	<b>Elite</b> <b>Grupos de Edad ( GG.EE)</b>	<b>Homogeneidad</b>
Procedencia	Álava Euskadi Resto de España Extranjero	Heterogeneidad

Optamos finalmente por realizar una entrevista para cada cruce de variable homogénea, y tenemos en cuenta que las variables “**prueba realizada**” y la variable “**categoría**” son suficientemente relevantes para diferenciar, por lo que determinamos que serán 4 el número de entrevistas necesarias para obtener unos resultados concluyentes:

Por lo tanto el diseño del plan muestral puede ser : 1 x 2 x 1 x 1 x 2 x 1 = **4 entrevistas**.

**4.1.2 Diseño de la ficha de captación**

La **entrevista en profundidad** es una **técnica cualitativa no estructurada** y directa de obtención de información en la cual entrevistamos cada vez a una persona para que esta exprese con total libertad pensamientos, creencias, actitudes, sentimientos, motivaciones etc. La entrevista se estructura a través de una **conversación profesional controlada** para obtener datos concretos que en este caso nos ayudarán a recibir información valiosa para poder estructurar el cuestionario de la parte cuantitativa.

Por lo tanto, mediante la **ficha de captación** podremos formular una serie de cuestiones que delimitarán aquellas personas que deben formar parte de la investigación cualitativa que estamos desarrollando, permitiéndonos limitar el acceso a determinadas personas que cubran el mismo perfil.

La ficha de captación nos permite tener la características de nuestros entrevistados para poder abordar la entrevista en profundidad y conocer los perfiles de la muestra seleccionada.

Recogemos en nuestra ficha las siguientes características de los entrevistados:

- Año de participación en Triatlón Vitoria-Gasteiz ( TVG): 2014-2015
- Distancia de la prueba en la que participó: Half o Full
- Lugar habitual de residencia o procedencia.
- Sexo
- Edad
- Categoría: Élite o Grupos de Edad ( GG. EE)

#### **4.1.3. Diseño del guión o pauta para la recogida de la información**

Tal y como hemos comentado, la entrevista en profundidad es una técnica cualitativa no estructurada y dirigida a la obtención de información en un ambiente de total libertad de pensamientos, creencias, actitudes, sentimientos , motivaciones, etc...

En la medida de lo posible, las entrevistas se realizarán de manera presencial salvo las que por motivos de distancia u otras razones se puedan llevar a cabo telefónicamente. Se **llevará una conversación controlada** por el entrevistado en la que el esquema será el siguiente:

##### **1. Presentación del entrevistador y del estudio. Garantía de confidencialidad y anonimato**

El entrevistador se presenta y explica brevemente el motivo de la entrevista e informará al entrevistado del tratamiento confidencial y exclusivo para llevar a cabo la investigación. Asimismo, se solicitará permiso para grabar la entrevista con el fin de que el entrevistado no tenga que estar tomando anotaciones y pueda limitar el clima de cordialidad de la entrevista.

Seguidamente hará una breve exposición de los datos que se tienen del entrevistado para contextualizar la entrevista:

“Usted ha participado en la distancia < > en el año < >” ¿es así verdad?

## 2. Pauta guión para inicio y continuación de la entrevista.

No se considera un guión cerrado y las preguntas que se exponen a continuación pretenden ser una guía pero no exactamente un guión. Son preguntas abiertas para generar un intercambio espontáneo de comunicación.

### **Preguntas a nivel general sobre otras pruebas de triatlón:**

1. ¿Ha participado en otros triatlones? ¿Dónde? ¿En qué distancias?
2. ¿Conoce otras marcas de pruebas de Triatlón?
3. ¿Tiene previsto realizar algún triatlón en la próxima temporada?
4. ¿Qué es lo que más valora a la hora de escoger un triatlón en el cual participar?

### **Preguntas a nivel general sobre Triathlon Vitoria-Gasteiz en relación con otros triatlones.**

5. ¿Cómo considera a Triathlon Vitoria-Gasteiz respecto de estas marcas? Cuáles son las ventajas y desventajas de Triathlon Vitoria-Gasteiz respecto de esos triatlones en los que ha participado?
6. ¿Ha participado usted en más ocasiones? ¿ en la misma distancia?
7. ¿Qué le motivó a participar en Triathlon Vitoria-Gasteiz?
8. ¿Qué es lo que peor valora de Triathlon Vitoria-Gasteiz? ¿ por qué? Cambiaría algo?
9. ¿Qué es lo que más valora de Triathlon Vitoria-Gasteiz? La cercanía a su domicilio, el paisaje de sus circuitos, la organización del evento, la seguridad en circuito, la atención, el precio, ...?
10. ¿Está satisfecho el servicio y atención que recibió de Triathlon Vitoria-Gasteiz?
11. Por su experiencia ¿ Cuál cree que es lo más valorado de Triathlon Vitoria-Gasteiz en la comunidad de triatlón? *Esperar respuesta en espontáneo.*
12. ¿ Hasta qué punto considera usted o cree que es un valor diferenciador de Triathlon Vitoria-Gasteiz? Puede decirme si estás muy de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, o en desacuerdo con estas afirmaciones:
  - a. Que tiene unos circuitos bonitos
  - b. Que la organización es muy buena
  - c. Que la ciudad tiene un ambiente como pocos.
13. ¿Cómo valoraría a nivel global el Triathlon Vitoria-Gasteiz?
14. A qué asocia Triathlon Vitoria-Gasteiz cuando piensa en otros triatlones en los que ha participado? ¿ tiene alguna característica que la haga diferenciarse del resto? ¿Cuál es su característica principal por la que destaca del resto?
15. ¿Considera que Triathlon Vitoria-Gasteiz se puede convertir en uno de los mejores triatlones del mundo?
16. ¿Ha recomendado a otros triatletas venir a Triathlon Vitoria-Gasteiz? ¿ por qué los recomienda?
17. Conoce a otros triatletas de fuera de Vitoria? ¿Cómo considera usted que estos triatletas valoran Triathlon Vitoria-Gasteiz? Por qué razones principalmente cree que lo consideran así?

## 3. Conclusiones y puesta en común de las percepciones

## 4. Agradecimiento y finalización de la entrevista

5. Cierre y finalización de la entrevista agradeciendo al entrevistado su colaboración y deseándole un buen día.

## 4.2. Obtención de la información para la investigación cualitativa

En la fase de la investigación se trata de recoger la información según el diseño teórico planteado y contactar con aquellos posibles participantes que reúnan las características que hemos detallado en la ficha de captación.

Las 4 entrevistas han sido las personas que se detallan a continuación y que cumplieran con las variables escogidas así como los resultados obtenidos, recogidos en archivos de audio.

1. Participante de año 2014 – Half Distance –Hombre – Entre 35-50años – GG.EE – Álava  
Nombre: **Triatleta 1**. Presencial en Vitoria-Gasteiz. es un triatleta local. Half Distance – hombre – Entre 40-44 años – GGEE España
2. Participante de año 2015 – Full Distance –Hombre – Entre 35-50años – GG.EE – Álava  
Nombre: **Triatleta 2**. Presencial en Vitoria-Gasteiz. Es un triatleta gipuzcoano que trabaja en Vitoria-Gasteiz.
3. Participante de año 2015- Full Distance – mujer – Menor de 35 años – Elite  
Nombre: **Triatleta 3**. Presencial en Vitoria-Gasteiz. Es una triatleta canaria que reside a temporadas en Vitoria-Gasteiz.
4. Participante de año 2015- Full Distance- Hombre- Entre 35 – 50 años – Elite- España  
Nombre: **Triatleta 4**. Entrevista vía teléfono. Es un triatleta madrileño que se encontraba en México.

\* Se omiten los nombres para preservar la confidencialidad y anonimato de los encuestados.

[Anexo 2: Material de audio de las entrevistas](#)

## 4.3. Análisis de la información de la investigación cualitativa

En general, no hemos encontrado problemas para encontrar a los participantes que cumplieran con estos perfiles ya que Triathlon Vitoria-Gasteiz ha creado vínculos emocionales con los triatletas que han participado lo que supone que participar en un estudio para poder conocer las opiniones y sugerencias de los triatletas, lejos de ser un inconveniente, es considerado positivo y hace al participante sentirse parte de una mejora del servicio.

Hemos encontrado a todos los candidatos muy dispuestos a colaborar en el estudio y el único inconveniente ha sido el ajuste de agendas así como la dificultad de encontrar lugares que pudieran tener un ambiente tranquilo.

1. Participante de año 2014 – Half Distance –Hombre – Entre 35-50años – GG.EE – Álava

**Triatleta 1**, es un triatleta que compitió en el año 2014 en la distancia Half y pertenece a la categoría de Grupos de Edad, es decir no ha obtenido los resultados en triatlón para considerarse dentro de la categoría élite.

Aitor, no tiene experiencia en la competición de otros triatlones ya que lleva poco tiempo practicando este deporte.

Los atributos que él valora para escoger un triatlón son la cercanía y el prestigio de la prueba.

No puede comparar Triathlon Vitoria-Gasteiz con otros triatlones de otras marcas porque no las conoce.

En relación a otros triatlones independientes considera que el prestigio también se lo da el ambiente del público así como la organización.

En general está muy satisfecho con Triathlon Vitoria-Gasteiz, reconoce que el ambiente es lo mejor de la prueba así como su organización. Lo compara a Triathlon de Zarautz y considera que lo peor sea las salidas de la natación y que se podría mejorar se pueda mejorar la parte de la natación y el drafting. En cuanto a la animación en el circuito de ciclismo cree que se puede buscar a algún punto de animación.

La logística, la organización, el trato al triatleta considera que es perfecto a pesar de su dificultad.

Lo recomienda a otros triatletas por la organización y el ambiente.

Está de acuerdo con los valores que la organización cree que tiene.

## 2. Participante de año 2015 – Full Distance – Hombre – Entre 35-50 años – GG.EE – Álava

**Triatleta 2** es un triatleta que ha participado tanto en el año 2014 como 2015 en distancia Half y Full. A pesar de ser de categoría de Grupos de Edad, ha participado en otros triatlones fuera de Álava y lleva 10 años practicando este deporte. Ha participado, así mismo, en otros triatlones de larga distancia tanto independientes como franquicias reconocidas como Ironman.

Debido a sus condiciones personales escoge las pruebas de triatlón a participar por las fechas, la cercanía y el presupuesto global.

Escoge un reto principal anual y a partir de este escoge otros retos intermedios.

Considera que Triathlon Vitoria-Gasteiz casi llega al nivel de las grandes franquicias en trato al triatleta pero le falta ese plus de las grandes marcas.

Triathlon Vitoria-Gasteiz podría mejorar en tema del control de drafting.

Considera que lo más valorado son la organización que es un circuito bonito y por la cercanía y logística y presupuesto de participación en la prueba

Considera que el valor diferenciador es el trato al triatleta hacerse y sentir protagonista.

No cree que los circuitos sean su valor diferenciador pero sí cree que lo sea la buena organización y el ambiente que está por encima de la media.

Su satisfacción global es alta de un 8 o un 9.

Cree que lo mejorable es el drafting y que es un ítem que cada vez es un atributo a tener en cuenta.

3. Participante de año 2015- Full Distance – Mujer – Menor de 35 años – Elite- España

**Triatleta 3** es una triatleta de élite de Lanzarote que compitió en el año 2015 en categoría élite quedando en tercera posición. Lleva compitiendo desde los 18 años. Ellos han viajado por todo el mundo y conocen muchos triatlones.

Para ella, la mayor dificultad de Triathlon Vitoria-Gasteiz para llegar a ser uno de los mejores del mundo es la competencia con las franquicias Challenge y Ironman. Los premios y lo especial que le hacen sentir al triatleta con todo el despliegue de medios es algo con los que difícilmente Triathlon Vitoria-Gasteiz puede competir. Los triatletas de élite ahora mismo escogen Ironman por los premios y el prestigio y además Ironman lo ha formulado de tal manera que obliga a los triatletas a competir en sus pruebas. Considera que Triathlon Vitoria-Gasteiz podría mejorar en el importe de los premios para los triatletas y en atraer a figuras del triatlón para dar más prestigio a la prueba pues, a los triatletas de GGEE les gusta competir al lado de sus ídolos.

Considera que Triathlon Vitoria-Gasteiz lo está haciendo muy bien y que no hay tanta diferencia con estas marcas en cuanto a ambiente u organización pero sí en cuanto a despliegue de medios para los asistentes: pantallas por la calle para el seguimiento, graderíos en la ciudad, etc.

Ella está muy satisfecha con Triathlon Vitoria-Gasteiz y lo recomienda mucho principalmente por el ambiente y la organización y también por los circuitos a aquellos triatletas que quieren un triatlón no muy exigente.

4. Participante de año 2015- Full Distance- Hombre- Entre 35 – 50 años – Elite- España

**Triatleta 4** es un triatleta élite madrileño. Ha hecho podium en Vitoria en dos ocasiones y el año que volverá participar.

Considera que el prestigio o las “marquitis” es uno de los atributos que los triatletas más valoran porque dan más reconocimiento pero, una vez has hecho triatlones de estas marcas buscas que te aporten algo más y que tenga mejor servicio al triatleta.

Como triatleta de élite, que vives de ello, buscas triatlones que tengan buenos premios y opciones de ganar. Si además de eso son buenos circuitos y poder disfrutar de la prueba pues mejor. Como triatleta de GGEE buscan otras cosas, que sea bonita y bien organizada.

Con respecto a otras marcas franquiciadas la gran diferencia es el precio que vale la mitad y que el triatleta agradece y, en segundo lugar, el presupuesto completo por la prueba que debido a su cercanía deduce mucho los costes. Con respecto al trato con el triatleta no ve diferencias con respecto de Ironman con Triathlon Vitoria-Gasteiz porque tiene las mismas características.

No se le ocurre en qué podemos mejorar pero quizá en servicios a triatletas que les hagan sentirse súper especiales. Que tienen unos montajes espectaculares con fiestas al finalizar, vallados, vistosos con arcos que parezca algo importante y no un prueba de pueblo. Al triatleta le gusta sentirse importante después de estar muchos meses preparando el gran reto.

Lo que más valora el triatleta es la organización y el público y Vitoria lo tiene.

Cree que Triathlon Vitoria-Gasteiz se diferencia más por el ambiente y por el público y es lo que marca la diferencia, luego la organización y el precio de la inscripción.

Cree que actualmente es el mejor de España y que Ironman Mallorca está también muy bien pero es más caro.

Compara Triathlon Vitoria-Gasteiz con Challenge Roth, con mucho carisma y mucha participación y volcados con los triatletas.

Cuadro resumen:

A continuación presentamos un cuadro resumen que recoge las ideas mencionadas más destacadas de cada entrevista realizada.

FICHA RESUMEN DE LOS RESULTADOS RELEVANTES DE LAS ENTREVISTAS PERSONALES				
	Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 4	Entrevista 5
Nombre	Triatleta 1	Triatleta 2	Triatleta 3	Triatleta 4
Participación	2014	2014-2015	2015	2014-2015
Distancia	Half	Half- Full	Full	Full
Categoría	GG.EE	GG.EE	Elite	Elite
Atributos para escoger un triatlón	Cercanía Prestigio	Cercanía Fecha	Ambiente Premios	Premios Circuitos Otros participantes Presupuesto menor
Lo peor de TVG o lo que debe mejorar	Salidas de natación Ambiente en ciclismo	El control del Drafting	Difícil competir con las grandes marcas. Premios Más triatletas de élite	No sabe.
Es el mejor triatlón de España	No puedo valorar	Difícil de valorar	Puede llegar a serlo. Pero Ironman llama más	Sí, es el mejor ahora mismo.
Por qué los recomienda	Porque no se van a arrepentir		Circuitos bonitos sin sufrir Organización	Ambiente Organización Precio
Qué es lo que valoran los triatletas	Organización Ambiente	Organización Ambiente	Ambiente Organización	Organización Ambiente
Atributo más destacado	Organización Ambiente	Organización Ambiente	Buena Organización	Ambiente
Satisfacción global con TVG	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy contenta	Muy satisfecho

En conclusión, **deberemos recoger en el cuestionario todas las ideas que estos 4 triatletas nos han plasmado en cuanto a los motivos** para escoger una prueba de triatlón para su reto, en cuanto a los ventajas o valores de Triathlon Vitoria-Gasteiz así como sus desventajas o elementos a mejorar.

#### 4.4. Principales resultados de la investigación cualitativa

**En conclusión**, esta fase exploratoria previa a la fase concluyente de nuestro estudio de satisfacción nos aporta información necesaria para el diseño del cuestionario con el fin de recoger todas estas ideas que estos 4 triatletas nos han plasmado en cuanto a **los motivos** para escoger una prueba de triatlón para su reto, en cuanto a **las ventajas** o valores de Triathlon Vitoria-Gasteiz así como sus **desventajas o elementos a mejorar**:

Por lo tanto definimos las ideas para el diseño del cuestionario, principalmente en tres:

1. Cuando preguntemos por la motivación o razón que le hace **escoger Triathlon Vitoria-Gasteiz** debemos incluir los siguientes atributos:
  - a. Cercanía,
  - b. Prestigio
  - c. Ambiente de la prueba
  - d. Trazado de los circuitos
  - e. Ambiente
  - f. Organización
  
2. En cuanto a **la satisfacción del triatleta** con el servicio ofrecido deberemos considerar realizarlo por las diferentes secciones a las que el triatleta accede incluyendo los siguientes aspectos. Aspectos que por diferentes razones tienen peso en la satisfacción global del triatleta.
  - a. Valoración de las salidas de natación
  - b. Valoración del ambiente de la prueba.
  - c. El control del drafting.
  
3. En cuanto a la **valoración de Triathlon Vitoria-Gasteiz** como mejor triatlón de España, Europa o del mundo podemos observar la dificultad para **comparar el Triathlon Vitoria-Gasteiz con otros triatlones**. Los parámetros por los cuáles se valora un triatlón mejor que otros no parece ser solo uno por lo que esta afirmación parece ser que debiera de tener un estudio de posicionamiento con un planteamiento diferente.

Sin embargo, a pesar de la dificultad queremos realizar esta pregunta con el fin de que sea una aproximación aunque sus resultados no sean altamente concluyentes pero, deberemos de añadir una respuesta sugerida que se refiera a “no puedo valorarlo”. Ya que en general no se tienen elementos de juicio suficientes para sustentar esta afirmación.

## 5. INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS CUANTITATIVO

### 5.1. Diseño de la investigación cuantitativa

El análisis cuantitativo permite evaluar y describir hechos que son observables en términos cuantitativos (qué, cuánto, cuándo, cómo, dónde) magnitudes que se pueden medir objetivamente.

Las técnicas que permiten obtener este tipo de información son más rígidas que las de tipo cualitativo y permiten estructurar, medir y cuantificar muestras amplias de la población objeto de estudio y extrapolarlos a toda la población.

Las técnicas de obtención de información son principalmente: la observación, las encuestas y la experimentación. En este caso, **la más apropiada disponiendo de las fuentes primarias internas** de la empresa es la **encuesta *ad hoc***. La encuesta *ad hoc* permite diseñar a medida el cuestionario para conseguir responder a los objetivos de la investigación con total precisión.

La encuesta será de **tipo unitransversal**, es decir, que la información se obtiene una vez en el tiempo y para una única muestra.

La primera fase exploratoria cualitativa que hemos desarrollado a través de las entrevistas en profundidad nos ha precisado aquellas cuestiones que no debemos de olvidar preguntar.

Una vez se ha realizado un primer cuestionario, hemos pasado a una **fase de pilotaje** para poder afinar en aquellas preguntas que no quedaban suficientemente concisas para responder aquello que se estaba solicitando y una vez se han hecho 3 test con diferentes individuos conocedores de Triathlon Vitoria-Gasteiz ( entre ellos el Director de la prueba) se ha procedido a definirla en la aplicación informática para su posterior difusión.

### 5.1.1. Diseño muestral

Considerando que nuestro **Universo Objeto de Estudio (UOE)** son los clientes participantes de este evento deportivo.

Los individuos se segmentan en primer lugar como se muestra en este cuadro que contempla el siguiente número de registros inicial derivado de los documentos excel entregados por la empresa. Los individuos de punto de partida, ya vienen segmentados en las bases de datos edición de participación y por **la distancia en la que ha participado ( Half o Full)**. Las claras evidencias entre una distancia y otra nos hacen considerarlas como dos pruebas distintas y por lo tanto se hace necesario utilizar siempre estas variables.

	2014	2015	2016	TOTAL
<b>HALF</b>	735	1.046	1.262	<b>3.043</b>
<b>FULL</b>	925	974	924	<b>2.823</b>
			<b>TOTAL</b>	<b>5.866</b>

Considerando que nuestro cuestionario se realizará de manera electrónica y que disponemos de contacto a través de correo electrónico de todos estos individuos podremos hacer llegar nuestro cuestionario a todo el UOE pero deberemos de considerar un tamaño muestral que sea suficientemente representativo de todo el UOE.

Antes de seguir avanzando en el cálculo de la muestra, debemos de **depurar y filtrar los archivos** de los que disponemos para eliminar aquellos individuos que aparecen repetidos por haber participado en más de una ocasión en el Triathlon Vitoria-Gasteiz.

Si ya ha participado, nos quedaremos **con el año de su última participación** por ser el más reciente y si no ha participado nos quedaremos con la inscripción de 2016.

**De esta manera y después del filtrado los registros quedaron en:**

	2014	2015	2016	TOTAL
<b>HALF</b>	498	1037	859	<b>2.394</b>
<b>FULL</b>	763	967	707	<b>2.437</b>
			<b>TOTAL</b>	<b>4.881</b>

Finalmente, una vez enviada la encuesta vía mail el resultado total fue el siguiente:

**Total de envíos realizados correctamente: 4.708 envíos** ( se perdieron registros con direcciones de correo electrónico erróneas)  
**Respuestas completadas: 734**  
**Respuestas incompletas: 477** ( comenzaron a completarlo pero abandonan)

La respuesta ha sido muy satisfactoria ya que el **tamaño muestral estaba definido en 369 individuos** hallados según el siguiente procedimiento:

**El tamaño de la muestra** hace referencia al número de triatletas en representación del universo objeto de estudio, y para determinarla se han tenido en cuenta los diferentes elementos que intervienen en su definición, **como el intervalo de confianza, la distribución de la media y el error absoluto.**

Por tanto, en el caso de la investigación cuantitativa mediante las encuestas o cuestionarios, será necesario determinar el número de individuos a quien dirigirnos. En nuestro caso consideraremos que el universo objeto de estudio es de una **población finita**, es decir de menos de 100.000 elementos, por lo tanto tendremos en cuenta la fórmula de poblaciones finitas siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha/2}^2 \cdot \pi(1 - \pi)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z_{\alpha/2}^2 \cdot \pi(1 - \pi)}$$

Supondremos que el error muestral que estamos dispuestos a cometer es de un 5%; que fija un nivel de confianza igual al 95,5% y, por tanto,  $Z_{\alpha/2}$  es igual a 2 y finalmente, consideramos una situación de máxima dispersión, de manera que nos referimos al caso más desfavorable de  $\pi = 0,5$  (50%).

De esta manera obtenemos los siguientes datos:

$$n = \frac{4708 \cdot 2^2 \cdot 50 \cdot 50}{4707 \cdot 5^2 + 2^2 \cdot 50 \cdot 50} = \frac{47080000}{127675} = 369$$

En nuestro caso hemos obtenido 734 encuestas completadas, es decir, el doble de las entrevistas necesarias para obtener una muestra satisfactoria.

El principal inconveniente que nos hemos encontrado en esta fase ha sido encontrar una herramienta informática que permitiera definir unos filtros adecuados desde el inicio considerando que una tercera parte de las encuestas enviadas se realizaba a los triatletas que no han participado nunca en triatlón Vitoria-Gasteiz.

### 5.1.2. Diseño del cuestionario.

El cuestionario se ha diseñado para realizarlo a través de una plataforma en soporte informático - *on line*. concretamente a través del envío de un correo electrónico personalizado. ya que se dispone de la base de datos de los triatletas participantes y el correspondiente contrato de cesión de la base de datos por parte de la Asociación Maratlón, propietaria del mismo.

*Ver Anexo3. Contrato de cesión de base de datos.*

Los cuestionarios on line presentan considerables **ventajas** en este caso: En primer lugar el acceso a los participantes que no residen en Vitoria-Gasteiz y que están lejos. En segundo lugar, por economía de tiempo y dinero considerando que la alternativa podría ser un cuestionario telefónico y en tercer lugar por un grado de confidencialidad mayor.

Sin embargo, también presenta **inconvenientes** como son la concreción de las preguntas, la simplicidad de las mismas ya que no hay posibilidad de explicación, la posibilidad de obtener poca respuesta y la identidad incierta del entrevistado Pero, a pesar de estas incertidumbres o desventajas para realizar un cuestionario *on line*, conocemos que el grado de complicitad es alto por lo que no se considera a priori que estos vayan a ser grandes inconvenientes.

Para el **diseño previo del cuestionario** antes de plasmarlo en la plataforma *on line*, se han considerado no solo el briefing previo con la empresa y las reuniones con la misma sino que se han tenido en cuenta:

1. Los objetivos del presente estudio.
2. Los resultados del análisis de la fase cualitativa a través de los resultados de las entrevistas en profundidad.
3. El orden de las preguntas atendiendo a un orden lógico en función de los apartados y visión de la prueba del entrevistado.
4. La diferenciación entre los participantes de los años 2014 y 2015 que ya han participado y aquellos que lo harán en el 2016.
5. La duración media de su consecución para que no superara los 10 -12 minutos. y no fatigar al encuestado y avisar con antelación de su duración.
6. Pilotaje del borrador cuestionario: Solicitud previa a varios participantes de respuesta a los cuestionarios con el fin de definir aquellas preguntas que presenten dudas en su respuesta o aquellas que no aportaban información relevante para la consecución de los objetivos y que solo llevaban a incrementar la duración de la encuesta.
7. Elaboración del cuestionario definitivo.
8. El idioma del encuestado. Se han elegido dos idiomas: Español e inglés.

**La determinación del orden de las preguntas** ha sido especialmente cuidada y finalmente se ha organizado **en siete grandes bloques** para facilitar la respuesta a los encuestados:

1. **Sección A - Triatlón en general:** 4 Preguntas de carácter genérico diseñadas para realizar una segmentación de los triatletas principalmente en función a su experiencia en la participación de estas pruebas deportivas y los atributos más relevantes a la hora de escoger una prueba deportiva u otra para sus retos. Asimismo, se pretende ir introduciendo paulatinamente al encuestado en el tema a tratar.  
Han sido 4 preguntas sugeridas. En dos de ellas se ha contemplado la opción de preguntar por otros motivos con el fin de hallar algún ítem que no se hubiera sugerido y evitar sesgos o errores. Estas dos preguntas han sido abiertas pero solamente se desplegaban en el caso de marcar previamente la opción “otros”.
2. **Sección B - Sobre la participación en el Triathlon Vitoria-Gasteiz tanto pasada como futura para aquellos que no han participado nunca.** 1 pregunta sugerida para conocer los motivos por los que se ha escogido Triathlon Vitoria-Gasteiz que de la misma manera que en el bloque anterior, hemos dejado la opción “otros motivos” de manera abierta.
3. **Sección D – Sobre la Satisfacción con el evento.** Esta pregunta iba filtrada desde el inicio y a aquellos encuestados cuya primera participación sea en el 2016 no han rellenado este bloque.

A pesar de que este bloque pregunta principalmente sobre la satisfacción del evento, se ha estructurado en función del itinerario o contacto que el participante tiene con la organización desde que accede a su página web para su información e inscripción hasta su llegada a la ciudad. El evento tiene una complejidad logística alta y además la duración de la participación supera las once horas de media en diferentes sectores por lo que este bloque se ha estructurado en función de este itinerario para facilitar al encuestado la respuesta de la misma siguiendo la misma lógica que el emplea. Así quedaría estructurado de la manera siguiente:

- a) Aspectos previos a la prueba
  - b) Aspectos asociados al desarrollo de la prueba: Según itinerario.
  - c) Aspectos generales de la prueba
  - d) Satisfacción global con el evento.
4. **Sección E – Sobre la Imagen del evento.** Esta sección tiene como objetivo conocer el posicionamiento de Triathlon Vitoria-Gasteiz en relación a otras pruebas deportivas como son las grandes marcas franquiciadoras de triatlón, así como conocer el grado de posicionamiento en el mercado español, europeo e internacional. Esta cuestión ya se había detectado compleja de análisis en la fase cualitativa. Pero, no hemos querido dejarla a un lado del todo y se han añadido dos preguntas abiertas con el fin de conocer cuáles son los eventos mejor valorados por nuestros clientes y tener una referencia de la competencia para poder realizar un posterior vigilancia de los mismos.

5. **Sección F – Sobre la Preparación del triatleta previo del evento.** Las preguntas de este bloque tienen el objetivo de conocer los hábitos de consumo de los triatletas en cuanto a entrenamientos personales y especialistas médicos. Todas las preguntas son sugeridas.
6. **Sección G y H – Sobre la Visita pasada y futura a la ciudad de Vitoria-Gasteiz.** Las preguntas de este bloque tienen el objetivo de conocer el impacto económico de los triatletas y acompañantes a la ciudad de Vitoria-Gasteiz. Es un dato relevante considerando que uno de los principales patrocinadores del evento es el Ayuntamiento de la ciudad, la Diputación Foral de Álava y el Gobierno Vasco. Organismos interesados en este tipo de información.
7. **Sección I – Datos de Clasificación de los triatletas.** Las preguntas de este bloque tienen el objetivo segmentar a los triatletas por nivel de ocupación, estudios y nivel económico.

**Anexos:**

[Anexo 3 .Contrato de Cesión de Base de datos – \( según LOPD\)](#)

[Anexo 4a \\_ Cuestionario en castellano](#)

[Anexo 4b \\_ Cuestionario en inglés](#)

## 5.2. Obtención de la información para la investigación cuantitativa

### 5.2.1. Recogida de la información. Herramientas

Considerando que la base de datos del estudio tiene 2 grandes grupos de participantes: Aquellos que han participado anteriormente y aquellos que todavía no lo han hecho, se han valorado diferentes herramientas informáticas para la realización de cuestionarios on line. Como primera opción se valoró la herramienta gratuita de Survey Monkey pero, se observó que no permitía realizar preguntas filtro previas según la base de datos del estudio y presentaba prestaciones muy sencillas para el posterior análisis de los datos. Por esta razón se ha utilizado la aplicación LIME SURVEY. Esta aplicación ha permitido realizar filtros para los diferentes grupos de encuestados y uso de dos idiomas.

Lime Survey permiten obtener un “token” o link personalizado para cada uno de los participantes.

Posteriormente, una vez se ha obtenido este link personalizado para cumplimentar el cuestionario, a la hora de enviar el correo electrónico debíamos de añadir **un mensaje personalizado**. Hemos considerado que el envío del cuestionario desde la misma empresa organizadora de Triathlon Vitoria-Gasteiz y en nombre de este la respuesta sería más óptima que viniendo de una empresa de investigación de mercados anónima, por lo que, junto con la colaboración de la empresa, se ha podido realizar el envío.

La empresa para su marketing directo y comunicación con los triatletas utiliza dos tipos de herramientas “ Mailchimp” gratuita y “ Sending Blue” de pago. Considerando que la primera no permite el envío de más de 2.000 direcciones diferentes se optó por el uso de “ Sending Blue” Asimismo, en el diseño y redacción del mensaje se apeló a la emoción y al mismo tipo de comunicación que la organización suele emplear con los participantes-clientes.

[Anexo 5a\\_Cuerpo de mensaje de e-mail en castellano](#)

[Anexo 5b\\_Cuerpo de mensaje de e-mail en inglés](#)

### 5.3. Análisis de la información de la investigación cualitativa

El presente proyecto está principalmente centrado en el análisis obtenido de la parte cuantitativa a través del desarrollo de un cuestionario on line y sus consiguiente análisis tanto de los resultados obtenidos en el análisis bivariante como en el multivariante.

#### El análisis se ha dividido en 3 fases:

##### **5.3.1. Fase 1. Codificación y preparación de documentos excel.**

Material empleado para el envío de la encuesta a los participantes.

( Podríamos haberlo especificado en el apartado 5.2 Obtención de la información)

##### **5.3.2. Fase 2. Exportación de datos y depuración.**

Material en bruto obtenido de la respuesta de la encuesta a los participantes.

##### **5.3.3. Fase 3. Análisis de los resultados**

Realización de los análisis a partir del material obtenido y procesado a través de las herramientas excel y el paquete estadístico SPSS.

#### 5.4.1. Fase 1. Codificación y preparación de documentos excel.

##### **a) Bases de datos en excel propiedad de la empresa:**

Recogida de los documentos por parte de la empresa. Los datos se encontraban en 6 documentos excel.

2 documentos por cada edición: 2014-2015-2016 correspondientes a uno por distancia y año.

- 2014\_half.xls / 2014\_full.xls
- 2015\_half.xls / 2015\_full.xls
- 2016\_half.xls / 2016\_full.xls

Las columnas de datos no se correspondían exactamente entre los documentos por lo que en primer lugar se lleva a cabo una depuración y recodificación de todos los campos para unificar los 6 documentos con el fin de englobar a todos los individuos en un único documento.

A partir de este documento unificado y sobre este mismo documento excel se han eliminado todos los triatletas duplicados con el fin de obtener una única dirección de correo electrónico por cada individuo-triatleta participante dando prioridad a la última edición en la que hubiera participado.

[Anexo7 : Documento Excel TODOS 2014\\_2015\\_2016\\_completo.xlsx.](#)

Hojas de cálculo:

- Base de datos sin depurar por edición BD\_2014 / BD\_2015 / BD\_2016
- Base de datos triatletas únicos: BD\_UNICOS 14\_15\_16.
- Participaciones: cálculo de las participaciones y repeticiones.
- Resumen de participaciones e índices de repetición.
- Grupos de Edad: Tabla para rellenar los grupos de edad bajo criterio de 2015.
- Cálculos demográficos

**b) Links personalizados para cada encuesta:**

Una vez hemos depurado la base de datos, hemos asignado un link personalizado o “token” individual a cada uno de los participantes. Este link además contemplaba el idioma en el que el participante visualizaría la encuesta.

**5.4.2 Fase2. Exportación de datos y depuración. Post- envío de encuesta**

**a) Fichero general de resultados de la encuesta.**

Resultados generales exportados directamente desde le programa “Lime Survey” para poder procesarlos con el paquete estadístico SPSS y en Excel.

*Anexo 8 : Results-survey\_completa y codificada.xlsx.*

*Contiene la hoja de cálculo CODIFICACIÓN. variables*

*Contiene la hoja de cálculo de la codificación de la pregunta P10. pregunta abierta.*

La aplicación genera un documento excel al que se le ha añadido un identificador ID que corresponde al número de identificación generado por el mismo programa así como la fecha en la que se ha realizado la encuesta. Asimismo, cada una de las variables obtiene un código numérico.

Hemos extraído estas variables para generar una plantilla válida que nos asocie el código de identificación con la pregunta relacionada. Se encuentra en el mismo archivo en la pestaña de CODIFICACION.

**b) Comparación de los resultados de la muestra obtenida con el UOE.**

Una vez que hemos obtenido el documento con la muestra completa de los 734 individuos, el reto que se nos presenta es comparar la muestra obtenida con el Universo Objeto de Estudio y comprobar si la restitución de los datos obtenida se corresponde con el Universo Objeto de Estudio o si por el contrario necesitamos ponderar los datos obtenidos previo a la Fase de Análisis.

En general no consideramos que haya datos significativamente diferenciados entre la muestra y el UOE por lo que no es necesario ponderar los datos obtenidos.

A continuación analizamos la muestra en comparación con el UOE en función de las variables más relevantes para nuestro estudio como son: el año de participación o edición de la participación y distancia en la que se ha participado Half o Full y género.

Comparación de la muestra con el UOE en función de la EDICIÓN de participación.

POR EDICIÓN						
UOE	Frecuencia	%	MUESTRA	Frecuencia	%	DIFERENCIA %
2014	1260	26,09	2014	106	14,44	-11,65
2015	2003	41,47	2015	367	50,00	8,53
2016	1567	32,44	2016	261	35,56	3,12
<b>Total</b>	<b>4830</b>	<b>100,00</b>	<b>Total</b>	<b>734</b>	<b>100,00</b>	

Comparación de la muestra con el UOE en función de la PRUEBA O DISTANCIA de participación.

POR PRUEBA/ DISTANCIA						
UOE	Frecuencia	%	MUESTRA	Frecuencia	%	DIFERENCIA %
FULL	2436	50,43	FULL	360	49,05	-1,39
HALF	2394	49,57	HALF	374	50,95	1,39
<b>Total</b>	<b>4830</b>	<b>100,00</b>	<b>Total</b>	<b>734</b>	<b>100,00</b>	<b>0,00</b>

Comparación de la muestra con el UOE en función del GÉNERO. Aunque esta variable no tendrá relevancia suficiente por ser escasa la participación femenina.

POR SEXO						
UOE	Frecuencia	%	MUESTRA	Frecuencia	%	DIFERENCIA %
F	405	8,39	F	45	6,13	-2,25
M	4425	91,61	M	689	93,87	2,25
<b>Total</b>	<b>4830</b>	<b>100,00</b>	<b>Total</b>	<b>734</b>	<b>100,00</b>	<b>0,00</b>

Posteriormente, cruzaremos los datos principalmente **por año de la variable de año de participación**. Considerando que los participantes 2014 y 2015 tienen criterio para valorar la prueba y los que aún no han participado nunca, no tienen los mismos criterios ni siquiera el mismo cuestionario.

La siguiente variable más discriminadora **es la prueba o distancia ya que es la variable que más discrimina a los individuos**. No tenemos que olvidar que los individuos que participan en la distancia Full realizan un reto doble a los que realizan el Half y esto se lleva a todos los sentidos por ser un poco explicativos: No solo realizan el doble de distancia sino que tienen el doble de expectativas, el precio de la inscripción es casi el doble, la preparación es doble. La prueba es distinta una de la otra.

c) **Datos estadísticos recogidos en relación a las frecuencias encontradas en las variables de cada una de las preguntas recogidas en la encuesta.**

Se trata de un análisis univariable que nos permite estudiar el comportamiento de las variables de forma individual mediante el análisis descriptivo, es decir, el estudio de las medias, con las que obtendremos el valor medio de todas las observaciones de una variable y una primera aproximación a los resultados. La aplicación "Lime Survey" permite obtener unas "estadísticas rápidas" en este nivel en un fichero pdf.

[Anexo6 : Estadísticas rápidas.pdf](#)

Este fichero nos aporta unos resultados descriptivos en función de la muestra obtenida y sirve como primera aproximación aportándonos los siguientes resultados. Para las variables cuantitativas nos ofrece resultados de medidas de centro y dispersión y para el resto de variables **nos ofrece la frecuencia para cada variable y su porcentaje relativo**.

Medidas de centro y dispersión ofrecidas por la aplicación:

- Cuenta: La frecuencia absoluta que explican la variable
- Suma:
- Desviación estándar
- Promedio o media
- Mínimo: Valor mínimo encontrado.
- Cuartiles: Q1 a Q3
- Máximo: valor máximo encontrado

### 5.4.3. Fase 3. Análisis de los resultados y herramientas.

En esta fase realizaremos los análisis a partir del material obtenido y después procesado a través del paquete estadístico SPSS y las herramientas excel.

El Plan de análisis se ha definido a su vez en dos tipos de análisis:

- a) Análisis bivariante y
- b) Análisis multivariante

#### a) Análisis Bivariante

En esta fase hemos optado por realizar un **Análisis bivariante a través de tablas de contingencia**.

Estas tablas nos permiten analizar la distribución de frecuencia conjunta. Las categorías de una variable se cruzan con las categorías de la otra de modo que obtenemos distribuciones en función de las variables.

Hemos decidido cruzar los datos obtenidos para todas las variables en base a **dos variables cualitativas** que más nos interesan en el presente estudio:

a) **La edición en la que ha participado (2014-2015-2016)**

La selección del año 2014-2015-2016 nos ayuda a conocer la **evolución de los resultados** y convertir un estudio estático en semi-dinámico o evolutivo.

b) **y la distancia en la que ha participado ( Half o Full)**. Las claras evidencias entre una distancia y otra nos hacen considerarlas como dos pruebas distintas y por lo tanto se hace necesario realizar siempre esta variable.

De esta manera obtenemos las tablas que contiene el fichero:

[Anexo 9: TABLAS CONTINGENCIA\\_EDICION y DISTANCIA.xlsx](#)

Las tablas nos ofrecen una valiosa información en función de estas dos variables para todas las demás variables contempladas.

Una vez hemos obtenido estos datos basados en las frecuencias para cada variable y en función de los resultados y primeras conclusiones obtenidas, hemos considerado realizar algunos análisis multivariantes que puedan complementar estos resultados.

#### b) Análisis Multivariante

Los análisis multivariantes se recogen en el documento

[Anexo 10: ANALISIS MULTIVARIABLE.xlsx](#)

En las diferentes pestañas del documento obtenemos:

a. **Análisis factorial de componentes principales para detectar factores de satisfacción.**

Mediante este Análisis reducimos el número de variables agrupándolos en factores con características similares lo que, principalmente, ayuda a la ejecución de análisis multivariantes posteriores como la **Regresión lineal múltiple** y también facilita el propio análisis de la satisfacción.

**b. Regresión lineal múltiple**

**El objetivo es determinar qué elementos o factores influyen más en la satisfacción global.** Es decir, conoceremos si las variables independientes o los factores de satisfacción explican de forma conjunta la variable dependiente satisfacción general.

**c. Análisis de correspondencias simple**

A través de una primera tabla de asociación que contiene dos variables cualitativas ( marca de triatlón / atributo) realizaremos una **Análisis de correspondencias Simple (ACS)** que nos permitirá identificar qué aspectos o atributos caracterizan mejor cada una de las marcas y la percepción que se tiene de ellas en cuanto a imagen de marca.

Añadiremos al estudio un mapa de posicionamiento y un Análisis Cluster jerárquico para obtener un dendograma que amplíe información.

**d. Análisis de correspondencias simple**

A través de la recodificación de la pregunta abierta P10 sobre cuál es la prueba favorita y por qué razón lo es, se ha realizado una tabla de asociación. La tabla asocia las marcas más nombradas con la “sintetización” de las razones más nombradas para **concluir cuáles son las pruebas favoritas de los encuestados y por qué razones lo son.**

**DATOS GENERALES DE LA MUESTRA OBTENIDA DEL ANÁLISIS CUANTITATIVO**

<b>FICHA TÉCNICA DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA AD HOC</b>	
<b>Ámbito y Universo</b>	<p>UOE: Triatletas que hayan participado en la prueba Triathlon Vitoria-Gasteiz en las dos últimas ediciones, o tengan previsto hacerlo en la próxima edición 2016.</p> <p>El Universo ha variado ligeramente ya que en el cómputo global de los triatletas únicos ( es decir personas únicas que no hayan repetido) se ha reducido por no disponer sus correos electrónicos o estar incorrectos.</p> <p>De 4881 individuos el UOE final ( envíos correctos realizados) han sido 4708.</p>
<b>Tamaño de la muestra</b>	<p>Se han recogido las respuestas completas de 734 individuos.</p> <p>Con un margen de error de 5% hubiéramos requerido 369 encuestas.</p> <p>Estábamos dispuestos a aceptar un error muestral de 5% pero, a la vista de las respuesta estaremos cometiendo un error de 3,69%</p>
<b>Método de muestreo</b>	<p>Partimos de realizar la encuesta a toda la población objeto de estudio.</p> <p>Concretamente a un 96,5% de la población ( 3,5 son aquellos individuos cuyo correo electrónico era incorrecto)</p>
<b>Tratamiento previo de la información (si procede)</b>	<p>Una vez se ha obtenido la muestra se ha comparado la muestra con el fin de que estas contengan la proporción de individuos con características comunes iguales a la población global.</p> <p>Una vez realizada la comprobación no se ha visto necesario la corrección a través de la ponderación de la muestra porque los valores proporcionales han sido muy similares.</p>
<b>Recogida de información</b>	<p>El método de recogida de la información ha sido on line a través de "Lime Survey"</p>
<b>Fechas de realización</b>	<p>Las fechas de realización de las encuestas fue de 3 de diciembre de 2015 al 13 de diciembre de 2015</p>
<b>Organización responsable de los trabajos</b>	<p>Responsabilidad recae solamente en una persona en la recogida de la información.</p>

#### 5.4. Principales resultados de la investigación cuantitativa

A continuación presentaremos los resultados obtenidos en ambas fases y comentaremos aquellos resultados estadísticamente más significativos para los objetivos establecidos en el presente proyecto:

En primer lugar observamos que la respuesta obtenida de las encuestas es un total de 734 individuos que han completado la encuesta tal y como comentamos en la PAC3.

Tablas de respuestas obtenidas por edición y distancia.

EDICIÓN		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	<b>2.014</b>	106	14,4	14,4
	<b>2.015</b>	367	50,0	64,4
	<b>2.016</b>	261	35,6	100,0
	<b>Total</b>	734	100,0	

DISTANCIA		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	<b>FULL</b>	360	49,0	49,0
	<b>HALF</b>	374	51,0	100,0
	<b>Total</b>	734	100,0	

Recordamos los objetivos de nuestro estudio y en función de cada uno de ellos analizaremos los resultados obtenidos.

1. OBJETIVO1: Segmentación sociodemográfica de los triatletas
2. OBJETIVO2: Medición de la satisfacción del triatleta en diferentes ítems.
3. OBJETIVO3. Conocer la motivación del cliente para la elección de esta prueba
4. OBJETIVO4: Conocer el posicionamiento del triatlón frente a sus competidores europeos
5. OBJETIVO5: Conocer el gasto del triatleta en otros bienes complementarios a la práctica del triatlón.
6. OBJETIVO6: Conocer la tasa de retorno o fidelidad de los triatletas con Triatlón Vitoria.
7. OBJETIVO7:Objetivos secundarios: hábitos de entrenamiento de los triatletas.

**TABLA RESUMEN DE LOS ANÁLISIS REALIZADOS EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS**

OBJETIVO	PREGUNTA DEL CUESTIONARIO	TECNICA DE ANÁLISIS
<b>OBJETIVO 1:</b> Segmentación sociodemográfica de los triatletas	Bases de datos primarias Preguntas: P1, P2,	Análisis univariable Análisis bivariable
<b>OBJETIVO 2:</b> Medición de la satisfacción del triatleta en diferentes ítems.	Pregunta P8,	Análisis Bivariable Análisis Factorial de los componentes principales Regresión Lineal Múltiple Análisis Cluster no jerárquico
<b>OBJETIVO 3:</b> Conocer la motivación del cliente para la elección de esta prueba	Preguntas: P3, P6, P7	Análisis Bivariable
<b>OBJETIVO 4:</b> Conocer el posicionamiento del triatlón frente a sus competidores europeos	Preguntas: P10, P11, P12	Análisis de correspondencias simples
<b>OBJETIVO 5:</b> Conocer el gasto del triatleta en otros bienes complementarios a la práctica del triatlón.	Preguntas: P104, P15a, P15b	Análisis Bivariable
<b>OBJETIVO 6:</b> Conocer la tasa de retorno o fidelidad de los triatletas con Triatlón Vitoria.	Bases de datos primarias	Estadística descriptiva
<b>OBJETIVO 7:</b> Objetivos secundarios: hábitos de entrenamiento de los triatletas.	P14.	Análisis bivariable

## OBJETIVO 1: Segmentación sociodemográfica de los triatletas

A partir de las bases de datos proporcionados por la empresa y su posterior depuración, realizamos un análisis de los datos sociodemográficos generales de los participantes.

Cuadro comparativo de la variable GÉNERO – Sexo ( F: femenino/ M: Masculino) para analizar el porcentaje y variabilidad de estos en función de la edición y la distancia de participación.

	FULL		HALF		TOTAL	
	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%	VALOR ABSOLUTO	%
<b>FÉMINAS</b>	<b>115</b>	<b>5%</b>	<b>283</b>	<b>12%</b>	<b>398</b>	<b>8%</b>
2014	44	38%	49	17%	93	23%
2015	35	30%	123	43%	158	40%
2016	36	31%	111	39%	147	37%
<b>MASCULINO</b>	<b>2295</b>	<b>95%</b>	<b>2106</b>	<b>88%</b>	<b>4401</b>	<b>92%</b>
2014	716	31%	449	21%	1165	26%
2015	927	40%	913	43%	1840	42%
2016	652	28%	744	35%	1396	32%
<b>Total general</b>	<b>2410</b>	<b>100%</b>	<b>2389</b>	<b>100%</b>	<b>4799</b>	<b>100%</b>

Observamos que el porcentaje de participación de las **féminas** es superior en la distancia Half que en la Full y que hay una tendencia decreciente de estas en la participación de 2016 en comparativa con el 2015.

En el caso de los **varones** los datos más relevantes es el alto porcentaje de participación en general siendo de un 92% , no obstante es un dato similar al índice de participación de este tipo de pruebas. ( no se disponen de datos de licencias federativas masculinas y/o femeninas) pero, la empresa organizadora sí considera que hay un incremento en la participación femenina en los últimos años a nivel estatal.

En cuanto a la “madurez” de los triatletas podemos observar que los triatletas Full, llevan más años practicando triatlón pero que solo un 33,8% lleva más de 5 años practicando triatlón. Un indicador del crecimiento en los últimos años que está teniendo este deporte.

CUANTOS AÑOS LLEVA PRACTICANDO TRIATLÓN	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Desde este año (2015)		8,2%	10,3%	7,2%	8,3%	7,8%
2 Desde el año pasado (2014)	6,6%	9,8%	13,0%	6,4%	14,4%	10,5%
3 Desde hace 2 años (2013)	8,5%	18,8%	16,1%	12,2%	20,3%	16,3%
4 Desde hace 3 años (2012)	17,0%	15,8%	19,5%	18,1%	16,6%	17,3%
5 Desde hace 4 años (2011)	16,0%	15,0%	12,6%	14,2%	14,4%	14,3%
6 Desde hace 5 años o más (2010 o antes)	51,9%	32,4%	28,4%	41,9%	25,9%	33,8%

Grupo de Edad	2014		2015		2016		FULL		HALF		Total general	
	Participantes	%										
20-24	10	0,79%	25	1,25%	95	6,17%	54	2,24%	76	3,18%	130	2,71%
25-29	66	5,25%	150	7,51%	142	9,22%	139	5,77%	219	9,17%	358	7,46%
30-34	186	14,79%	385	19,27%	297	19,29%	415	17,23%	453	18,98%	868	18,10%
35-39	382	30,37%	555	27,78%	411	26,69%	682	28,31%	666	27,90%	1348	28,11%
40-44	329	26,15%	517	25,88%	361	23,44%	639	26,53%	568	23,80%	1207	25,17%
45-49	193	15,34%	248	12,41%	155	10,06%	329	13,66%	267	11,19%	596	12,43%
50-54	63	5,01%	87	4,35%	55	3,57%	103	4,28%	102	4,27%	205	4,27%
55-59	23	1,83%	24	1,20%	17	1,10%	39	1,62%	25	1,05%	64	1,33%
60-64	5	0,40%	4	0,20%	6	0,39%	7	0,29%	8	0,34%	15	0,31%
65-69	1	0,08%	3	0,15%	1	0,06%	2	0,08%	3	0,13%	5	0,10%
<b>Total</b>	<b>1.258</b>		<b>1.998</b>		<b>1.540</b>		<b>2.409</b>		<b>2.387</b>		<b>4.796</b>	

En relación a la edad no se observan grandes diferencias en el transcurso de las ediciones sin embargo, hay un valor destacado en el crecimiento del porcentaje de participantes en edades comprendidas entre 20 a 29 años. Crece de un 6,04% a 8,76 % en el año 2015 y hasta un 15,39% en el año 2016 y sobre todo provocado por un incremento de los más jóvenes, el rango de 20 a 24. Cabría profundizar en este dato y observar si esto podría significar una tendencia del mercado de comenzar cada vez más jóvenes a practicar la media distancia o a practicar el deporte de triatlón.

Podemos también apreciar diferencias relevantes en relación a la edad según la distancia de participación. El **porcentaje es superior en distancia Half** lo que parece tener lógica, comenzar por participar en distancia media y con la madurez participar en la distancia full.

1. En la distancia Full el 25,24% de los triatletas tiene entre 20-34 años y el 68,49% entre 35 y 49.
2. En la distancia Half la de edad de los participantes es algo menor siendo el 31,2% entre 20 y 34 años mientras que el 62,88% tienen entre 34 y 49 años.
3. En ambas distancias la edad superior a los 50 años es tan solo de alrededor de un 6%.

En relación a la categoría observamos que tan solo el 2,27% pertenece a la categoría élite por lo que no consideramos relevante segmentar en base a esta variable sin embargo, habría que considerar de manera muy diferenciada la satisfacción de estos triatletas con Triathlon Vitoria-Gasteiz así como sus principales motivaciones para participar en la prueba. Son un grupo de triatletas que no buscan los mismos beneficios que el triatleta popular.

CATEGORÍA		
AGE GROUP	4770	97,73%
ELITE	111	2,27%
TOTAL	4881	

A continuación valoraremos otros datos de clasificación de los triatletas que nos ayudan a conocer mejor el perfil de los clientes.

SECCIÓN I- DATOS DE CLASIFICACIÓN						
OCUPACIÓN ACTUAL	EDICIÓN			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Trabajo por cuenta propia	19,8%	19,3%	13,0%	15,6%	18,7%	17,2%
2 Trabajo por cuenta ajena	72,6%	74,7%	80,5%	77,2%	75,7%	76,4%
3 No trabajo, estoy en paro	0,9%	2,2%	1,1%	1,4%	1,9%	1,6%
4 Estoy jubilado		0,8%		0,3%	0,5%	0,4%
5 Soy estudiante	0,9%	1,1%	2,3%	2,2%	0,8%	1,5%
6 Me ocupo de las tareas del hogar			0,4%	0,3%		0,1%
7 Otras situaciones	5,7%	1,9%	2,7%	3,1%	2,4%	2,7%

En cuanto a la **ocupación de los triatletas**, podemos observar que el 93,6% de los triatletas está en activo laboralmente y que es un porcentaje de 6,4% el que tiene otro tipo de situaciones. Un porcentaje superior al menos a la media estatal. Parecido porcentaje también en cuanto a la relación que los trabajadores tienen con la empresa ya que en España ( datos de 2014) el 21% de la población activa cotizada a la seguridad social en régimen de autónomos ( o por cuenta propia)

Artículo El Confidencial on line

“Los autónomos se ‘comen’ a los asalariados: el 21% trabaja ya por cuenta propia. Noticias de Economía”

[http://www.elconfidencial.com/economia/2014-10-24/los-autonomos-se-comen-a-los-asalariados-el-21-trabaja-ya-por-cuenta-propia\\_408011/](http://www.elconfidencial.com/economia/2014-10-24/los-autonomos-se-comen-a-los-asalariados-el-21-trabaja-ya-por-cuenta-propia_408011/)

NIVEL DE ESTUDIOS FINALIZADO	EDICIÓN			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Sin estudios		0,3%			0,3%	0,1%
2 Estudios de primaria	2,8%	1,4%	1,5%	1,9%	1,3%	1,6%
3 Estudios de secundaria	3,8%	4,9%	5,4%	5,6%	4,3%	4,9%
4 Bachillerato / FP	22,6%	28,3%	29,5%	31,1%	24,9%	27,9%
5 Grado universitario / Diplomatura	22,6%	26,7%	23,4%	23,1%	26,7%	24,9%
6 Master universitario / Licenciatura	34,9%	33,0%	37,9%	33,3%	36,6%	35,0%
7 Postgrado / Doctorado / Estudios de 3r ciclo	13,2%	5,4%	2,3%	5,0%	5,9%	5,4%

No hay grandes diferencias en relación al nivel de estudios por edición o por distancia. **El dato más destacado es que más del 65% de los encuestados ha finalizado estudios universitarios** y el 28 % ha realizado estudios de Bachillerato y FP.

Comparativamente con el nivel de estudios en España en el año 2014 observamos que el nivel estudios de los triatletas encuestados es superior a la media estatal

	Inferior a 2ª etapa de E. Secundaria	2ª etapa E. Secundaria	E. Superior
25 - 64 años	43,4	21,9	34,7

INE. Población de 25-64 años por grupo de edad, comunidad autónoma, sexo, nivel de formación y año.

[http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259925481659&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param3=1259924822888](http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481659&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param3=1259924822888)



NIVEL DE INGRESOS	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Sin ingresos		1,6%	0,8%	1,4%	0,8%	1,1%
2 Hasta 12.000 euros	1,9%	4,1%	6,1%	5,6%	3,5%	4,5%
3 De 12.001 a 20.000 euros	12,3%	12,3%	16,1%	12,2%	15,0%	13,6%
4 De 20.001 a 28.000 euros	17,9%	22,3%	14,6%	22,8%	15,2%	18,9%
5 De 28.001 a 36.000 euros	10,4%	16,1%	19,2%	15,8%	16,8%	16,3%
6 Más de 36.000 euros	31,1%	22,6%	19,5%	21,7%	23,8%	22,8%
7 Prefiero no contestar	26,4%	21,0%	23,8%	20,6%	24,9%	22,8%

En relación al nivel de ingresos bruto anual, un 22,8% de los encuestados tiene un salario superior a los 36.000 € anuales y un casi un 40% tiene un salario superior a los 28.000€.

## OBJETIVO 2: Medición de la satisfacción del triatleta en diferentes ítems.

Cuadro: Análisis Bivariable. Satisfacción de los triatletas por Edición y Distancia.

SATISFACCIÓN MEDIA DEL 1 AL 5	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
<b>Aspectos previos a la prueba</b>						
<b>Facilidad para realizar la inscripción a través de la web</b>	4,28	4,40	4,33	4,39	4,32	4,36
Desviación típ.	0,78	0,69	0,68	0,66	0,73	0,70
<b>Claridad en la información de los circuitos en la web</b>	4,41	4,36	4,16	4,32	4,28	4,30
Desviación típ.	0,53	0,65	0,63	0,62	0,64	0,63
<b>Claridad de las indicaciones sobre reglamentación en la web</b>	4,20	4,22	4,06	4,20	4,12	4,16
Desviación típ.	0,75	0,69	0,64	0,65	0,72	0,69
<b>Claridad de las indicaciones sobre la logística de la prueba, el control de material, los servicios, etc.</b>	4,23	4,22	3,94	4,13	4,12	4,12
Desviación típ.	0,77	0,70	0,70	0,74	0,70	0,72
<b>Claridad de la información de la guía del triatleta</b>	4,26	4,35	4,02	4,24	4,20	4,22
Desviación típ.	0,68	0,68	0,67	0,69	0,70	0,69
<b>Aspectos asociados al desarrollo de la prueba</b>						
<b>Atención por parte del personal de organización en la entrega de dorsales</b>	4,37	4,55	.	4,54	4,47	4,51
Desviación típ.	0,72	0,58	.	0,57	0,67	0,62
<b>Atención por parte del personal de organización en la T1 (en Landa)</b>	4,33	4,47	.	4,45	4,43	4,44
Desviación típ.	0,63	0,70	.	0,64	0,73	0,69
<b>Atención por parte del personal de organización en la T2.1 (recogida de bicicletas)</b>	4,49	4,66	.	4,61	4,64	4,62
Desviación típ.	0,56	0,59	.	0,59	0,58	0,59
<b>Atención por parte del personal de organización en la T2.2 (carpa de bolsas)</b>	4,37	4,60	.	4,53	4,56	4,55
Desviación típ.	0,64	0,59	.	0,60	0,62	0,61
<b>Atención por parte del personal de organización en zona de meta</b>	4,27	4,45	.	4,46	4,36	4,41
Desviación típ.	0,79	0,76	.	0,73	0,80	0,77
<b>Claridad de la información ofrecida en la reunión técnica</b>	4,00	4,02	.	4,07	3,95	4,01
Desviación típ.	0,85	0,84	.	0,81	0,87	0,84
<b>Calidad de los servicios logísticos – servicio de autobuses a las transiciones</b>	4,16	4,28	.	4,27	4,25	4,26
Desviación típ.	0,79	0,80	.	0,79	0,81	0,80
<b>Calidad y situación de los avituallamientos de ciclismo</b>	4,05	4,30	.	4,24	4,25	4,24
Desviación típ.	0,75	0,76	.	0,79	0,73	
<b>Calidad y situación de los avituallamientos de la carrera a pie</b>	4,30	4,42	.	4,39	4,39	4,39
Desviación típ.	1,11	1,18	.	1,12	1,21	1,16
<b>Profesionalidad y seriedad de los jueces en circuito</b>	3,55	3,64	.	3,69	3,54	3,62
Desviación típ.	1,11	1,18	.	1,12	1,21	1,16
<b>Amabilidad o trato por parte de los jueces</b>	3,65	3,70	.	3,75	3,63	3,69
Desviación típ.	1,01	1,04	.	1,04	1,02	1,03
<b>Profesionalidad y seriedad del personal de organización en general</b>	4,44	4,52	.	4,54	4,46	4,50
Desviación típ.	0,55	0,64	.	0,59	0,65	0,62
<b>Amabilidad o trato por parte de la organización en general</b>	4,51	4,59	.	4,60	4,55	4,58
Desviación típ.	0,56	0,58	.	0,59	0,57	0,58

<b>Control del drafting</b>	2,83	3,18	.	3,30	2,89	3,10
Desviación típ.	1,30	1,27	.	1,22	1,33	1,29
<b>Organización de las salidas de natación</b>	3,91	3,60	.	3,94	3,38	3,67
Desviación típ.	1,02	1,23	.	1,02	1,29	1,19
<b>Señalización del circuito de ciclismo</b>	4,26	4,31	.	4,33	4,27	4,30
Desviación típ.	0,68	0,69	.	0,72	0,65	0,69
<b>Señalización de la carrera a pie</b>	4,39	4,40	.	4,42	4,37	4,40
Desviación típ.	0,61	0,67	.	0,64	0,67	0,65
<b>Aspectos generales de la prueba</b>						
<b>Relación calidad-precio</b>	4,18	4,16	.	4,38	3,93	4,16
Desviación típ.	0,78	0,84	.	0,71	0,88	0,83
<b>Ambiente de la prueba</b>	4,77	4,84	.	4,84	4,82	4,83
Desviación típ.	0,46	0,40	.	0,39	0,44	0,41
<b>Servicios para los acompañantes</b>	3,90	4,03	.	4,04	3,96	4,00
Desviación típ.	0,77	0,79	.	0,77	0,80	0,78
<b>Oferta Turística de la ciudad de Vitoria</b>	4,08	4,05	.	4,11	4,01	4,06
Desviación típ.	0,76	0,79	.	0,77	0,79	0,78
<b>Oferta Hotelera de la ciudad de Vitoria</b>	3,86	3,78	.	3,80	3,79	3,79
Desviación típ.	0,95	0,91	.	0,95	0,89	0,92
<b>Satisfacción global de la prueba</b>						
Satisfacción global con el TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ	4,41	4,62	4,15	4,49	4,36	4,43
Desviación típ.	0,73	0,58	0,63	0,64	0,66	0,65
<b>Leyenda</b>		Valores por debajo de 3. Áreas de mejora		Valores cercanos a 4 que requieren revisión por parte de la empresa.		Valores por encima de 4 y destacadamente positivos

Mediante esta tabla podemos tener una aproximación a la satisfacción de los triatletas con la prueba Triathlon Vitoria-Gasteiz.

**En primer lugar podemos observar que la satisfacción global por parte de los participantes es de 4,43 sobre 5.** Una valoración alta calificada entre muy buena a excelente.

Con el fin de facilitar la respuesta a los encuestados la información se realizó en diferentes bloques. Veamos por bloque qué matices podemos encontrar sobre la satisfacción:

#### **Sobre los aspectos previos a la prueba:**

En general, podemos apreciar que la satisfacción con esta información **es superior a 4**, lo que podemos calificarla como muy buena, sin embargo, se detectan algunas áreas de mejora.

**Por edición** podemos observar que los participantes de 2015 están en general más satisfechos con la información que la organización provee previa a la celebración de la prueba. Un dato positivo ya que en relación a los participantes a la edición 2014 ha mejorado en este sentido. Al mismo tiempo podemos destacar que los futuros participantes de 2016 que aún no conocen la prueba, valoran peor la información encontrada en la web. Principalmente es significativo el dato sobre la "Claridad de las indicaciones sobre la logística" que es el dato peor valorado de todo este bloque tanto en el total de los triatletas como los triatletas 2016 que lo valoran por debajo de 4.

**Por distancia**, no hay datos destacados salvo que los triatletas Half evalúan todos los ítems con inferior puntuación que los triatletas Full.

**Sobre los aspectos relacionados con el desarrollo de la prueba** se organizó la información en función al itinerario que el triatleta completa una vez llega a la ciudad de Vitoria-Gasteiz y hasta su

finalización. Obviamente este bloque se anuló del cuestionario de los triatletas 2016 ya que no conocen todavía la prueba.

**Por edición volvemos a encontrarnos** con el dato positivo de que en conjunto los triatletas 2015 valoran en general todos los ítems mejor por lo que se puede deducir una mejora en los servicios de un año para otro considerando que ambos están por encima de la valoración 4 o muy buena.

**Destaca positivamente la atención o trato por parte de las personas** en las 4 áreas o sectores (carpa de entrega de dorsales, T1, T2.1, T2.2 y meta) alcanzando en el año 2015 una media de 4,55 un dato muy positivo. Siendo la T2.1 la atención mejor valorada y la peor la zona de meta.

Destaca negativamente el dato sobre “Claridad de la reunión técnica” ya que roza el valor de 4.

**Un dato negativo destacado es el “control del drafting”** que si bien es mejor valorado por los participantes de 2015 es el ítem peor valorado del todo el bloque de satisfacción y no hay distinción ni por edición ni por distancia. Este ítem está relacionado con la aplicación del reglamento de la prueba que es competencia principal de los jueces y que coincide que la valoración de la profesionalidad y trato por parte de estos son los ítems peor valorados de todo el bloque.

Otro ítem destacado por estar por debajo de 4 es la organización de las salidas de natación.

**En el bloque de preguntas generales sobre la prueba** Los ítems calidad-precio, ambiente de la prueba, servicios para los acompañantes y servicios turísticos el dato más destacado y mejor valorado de todos el cuestionario es el **“ambiente de la prueba” con un 4,83 rozando la excelencia.**

**Negativamente** podemos observar que la “relación calidad-precio” para los participantes de Half es inferior que para los de la distancia Full ( en proporción el precio de las inscripción es de un precio más elevado para los del Half) y es un ítem a considerar en el caso de una valoración en la política de precios. También se observa un margen de mejora en la oferta hotelera y los servicios para los acompañantes.

**Con el fin de profundizar** en el análisis de estos resultados y poder buscar otras relaciones entre las variables, consideramos importante realizar dos **análisis multivariantes** que puedan darnos respuesta, principalmente a, **cuáles son los elementos o factores que influyen más en la satisfacción global.** Para ello en primer lugar realizaremos un **Análisis Factorial de los Componentes Principales** para reducir los 27 ítems recogidos en el bloque satisfacción y poder después realizar una **regresión múltiple** y comparar los resultados obtenidos con aquellos ítems que más influyen en la satisfacción global.

**En el documento anexo excel hemos recogido el Análisis Factorial de los componentes principales.**

El análisis de los componentes principales está especialmente indicado en el caso de que deseemos resumir la información inicial contenida en unas determinadas variables a través de un número más reducido de factores con la mínima pérdida de información posible. Es decir, se trata de encontrar aquellos conceptos genéricos (factores o dimensiones) que el individuo percibe y valora de forma similar.

En el cuadro de la varianza total explicada, el análisis nos proporciona 27 factoriales de importancia decreciente.

Observamos que, entre **9 y 11 factores explican en conjunto entre el 71,16% y 76,62 % de la varianza** considerando el 70% una buena restitución de la información por lo que procederemos a realizar los análisis para 9, 10 y 11 factores y revisar qué opción nos parece más acertada.

Se han descartado soluciones con menos factores porque la cantidad de información restituida es inferior al 70%.

Podemos observar también que la comunalidad de las variables es alta y que el porcentaje de cada variable resumido en el análisis es elevada y casi en su totalidad superior a el 60%.

Al realizar las diferentes matrices de componentes ( comenzamos por 9 factores) aplicamos la rotación de factores mediante el método “Varimax”, con el objeto de maximizar que la correlación de cada variable sea máxima con el factor a considerar y mínima con el resto de factores.

Una vez realizado la matriz rotada para las 3 opciones optamos por considerar que la opción de **9 FACTORES** la que mejor recoge la información. Por 3 razones principalmente:

1. El modelo explica un mínimo de 70% de la información que consideramos aceptable.
2. La interpretación de los 9 factores es coherente y homogénea.
3. Las soluciones de 10 y 11 factores presentan desagregaciones de factores y con algunos factores con una sola variable por lo que lo desestimamos.

A partir de los resultados para 9 factores podemos ver qué variables presentan una correlación elevada con cada factor:

Matriz de componentes rotados(a)		9 FACTORES								
FACTORES		1	2	3	4	5	6	7	8	9
P8b_R9	Atención por parte del personal de organización en la T2.2 (carpa de bolsas)	0,85	0,06	0,08	0,10	0,15	0,07	0,11	0,14	0,05
P8b_R8	Atención por parte del personal de organización en la T2.1 (recogida de bicicletas)	0,81	0,09	0,06	0,01	0,12	0,13	0,19	-0,02	0,14
P8b_R7	Atención por parte del personal de organización en la T1 (en Landa)	0,79	0,14	0,12	0,06	0,13	0,04	0,11	0,14	0,10
P8b_R6	Atención por parte del personal de organización en la entrega de dorsales	0,66	0,10	0,13	0,09	0,19	0,08	0,08	0,22	0,14
P8b_R10	Atención por parte del personal de organización en zona de meta	0,62	0,11	0,23	0,23	0,04	0,26	-0,05	0,20	-0,10
P8b_R15	Profesionalidad y seriedad de los jueces en circuito	0,13	0,87	0,14	0,10	0,06	0,10	0,10	0,12	0,02
P8b_R19	Control del drafting	0,03	0,83	0,10	0,05	0,08	0,09	0,01	0,07	0,10
P8b_R16	Amabilidad o trato por parte de los jueces	0,23	0,82	0,05	0,07	0,07	0,09	0,07	0,10	0,04
P8a_R4	Claridad de las indicaciones sobre la logística de la prueba, el control de material, los servicios, etc.	0,13	0,08	0,74	0,18	0,32	0,09	0,04	0,22	-0,08
P8a_R5	Claridad de la información de la guía del triatleta	0,11	0,09	0,72	0,16	0,32	0,15	0,11	0,19	-0,03
P8b_R11	Claridad de la información ofrecida en la reunión técnica	0,22	0,20	0,58	0,04	-0,02	0,17	0,10	-0,02	0,27
P8b_R12	Calidad de los servicios logísticos – servicio de autobuses a las transiciones	0,29	0,08	0,47	0,14	-0,01	-0,01	0,40	-0,05	0,35
P8c_R27	Oferta Hotelera de la ciudad de Vitoria	0,07	0,09	0,10	0,83	0,05	0,11	0,08	-0,03	0,05
P8c_R26	Oferta Turística de la ciudad de Vitoria	0,08	0,10	0,07	0,83	0,09	0,08	0,13	0,05	0,09
P8c_R25	Servicios para los acompañantes	0,16	0,02	0,16	0,63	0,09	0,05	0,10	0,21	0,20
P8a_R1	Facilidad para realizar la inscripción a través de la web	0,26	0,11	-0,01	0,07	0,77	0,00	0,07	0,09	0,24
P8a_R2	Claridad en la información de los circuitos en	0,19	0,03	0,31	0,11	0,76	0,14	0,09	0,08	-0,03

la web										
P8a_R3 Claridad de las indicaciones sobre reglamentación en la web	0,13	0,16	0,43	0,08	0,66	0,18	0,07	0,16	0,02	
P8b_R22 Señalización de la carrera a pie	0,17	0,04	0,11	0,10	0,17	0,71	0,27	0,18	-0,01	
P8b_R21 Señalización del circuito de ciclismo	0,25	0,09	0,17	0,16	0,16	0,71	0,23	0,15	0,01	
P8b_R20 Organización de las salidas de natación	0,04	0,21	0,09	0,05	-0,02	0,69	-0,01	-0,03	0,27	
P8b_R14 Calidad y situación de los avituallamientos de la carrera a pie	0,14	0,04	0,07	0,10	0,13	0,20	0,81	0,15	0,10	
P8b_R13 Calidad y situación de los avituallamientos de ciclismo	0,17	0,12	0,14	0,19	0,05	0,16	0,80	0,09	-0,03	
P8b_R17 Profesionalidad y seriedad del personal de organización en general	0,24	0,22	0,20	0,06	0,13	0,16	0,18	0,75	0,09	
P8b_R18 Amabilidad o trato por parte de la organización en general	0,34	0,17	0,12	0,12	0,20	0,09	0,10	0,73	0,18	
P8c_R23 Relación calidad-precio	0,13	0,13	0,03	0,19	0,18	0,14	0,01	0,05	0,76	
P8c_R24 Ambiente de la prueba	0,13	0,01	0,07	0,14	0,00	0,11	0,08	0,41	0,59	

#### A partir de las correlaciones de las variables detectamos 9 factores:

**FACTOR 1:** las variables más correlacionadas son las referentes al trato recibido directamente por parte del personal por lo tanto definimos este factor como **TRATO DEL PERSONAL**.

**FACTOR 2:** en este caso, las variables más correlacionadas son las que valoran la el cumplimiento del reglamento y el control de la carrera por lo tanto definimos este factor como **REGLAMENTO Y CONTROL DE LA PRUEBA**.

**FACTOR 3:** la correlación más elevada corresponden a las dos primeras variables, y por tanto podríamos decir que este es el factor que está relacionado con la información logística de la prueba y por lo tanto lo definimos como tal **INFO - LOGISTICA**

**FACTOR 4:** en este caso, los atributos hacen referencia a aspectos ajenos a la prueba deportiva son servicios relacionados con el turismo y con servicios para los acompañantes. denominamos a este factor. **SERVICIOS TURISTICOS**

**FACTOR 5:** su interpretación estaría más vinculada a la información que ofrece la Web. Denominaremos **INFO WEB**

**FACTOR 6:** tiene una clara vinculación con los aspectos técnicos de los circuitos en los 3 sectores: natación, ciclismo y carrera a pie. Denominaremos **CIRCUITOS**

**FACTOR 7:** Claramente están relacionados con la calidad de los servicios de avituallamientos y denominamos **AVITUALLAMIENTOS**

**FACTOR 8:** Claramente están relacionados con la profesionalidad y trato por parte de la organización como entidad podríamos englobarlo como **CALIDAD ORGANIZACIÓN Y TRATO DE LA ENTIDAD**.

**FACTOR 9:** El factor 9 engloba dos variables que no están muy relacionadas entre sí y cuya variable relación precio tienen una comunalidad superior al ambiente de la prueba por lo que parece estar más relacionada con la relación calidad precio de la prueba. Sin embargo el ítem valorado como Ambiente de la prueba ha tenido un índice de satisfacción alto en la ponderación de las frecuencias por lo que denominaremos a este factor **PRECIO Y AMBIENTE** aunque nos parezca a priori que no están muy relacionados parecen ser dos ítems a tener en cuenta.

Estas son las 9 dimensiones que podríamos establecer, y que son las que existen en la mente de los individuos a la hora de definir su satisfacción. Son las grandes áreas en las que se dividiría el servicio al cliente. El hecho de haber resumido en 9 las 27 variables iniciales sobre la satisfacción nos reduce la información y evita un posible problema de multicolinealidad en el Análisis de Regresión lineal múltiple.

A través de la **Regresión Lineal Múltiple** podemos detectar las relaciones que existen entre la variable dependiente “Satisfacción global” y el resto de variables consideradas independiente.

Hemos optado por considerar como variables independientes los 9 factores determinados en el Análisis Factorial.

Analizaremos los diferentes **indicadores de la regresión del resumen del modelo**:

1. El coeficiente de determinación Rcuadrado y la significación del modelo en su conjunto
2. La significación de los coeficientes de las variables independientes,
3. El signo de cada coeficiente.

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
9	,693(i)	0,481	0,471	0,451

El resumen del modelo de regresión nos indica que el **coeficiente de determinación** tiene un valor de 0,481 medido por Rcuadrado. Es decir **el modelo explica en un 48,1% la satisfacción global** a través de los factores. No tiene un valor explicativo alto pero lo consideraremos válido para determinar cuáles son los factores más determinantes en la satisfacción global.

Coeficientes(a)						
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Error típ.	Beta	t	
		<b>9 FACTORES</b>	(Constante)	4,575	0,021	
	FFAC8 CALIDAD ORGANIZACION Y TRATO DE LA ENTIDAD	0,227	0,021	0,366	10,934	0,000
	FFAC1 TRATO DEL PERSONAL	0,199	0,021	0,321	9,584	0,000
	FFAC9 PRECIO Y AMBIENTE	0,180	0,021	0,290	8,649	0,000
	FFAC2 REGLAMENTO Y CONTROL DE LA PRUEBA	0,158	0,021	0,255	7,602	0,000
	FFAC6 CIRCUITOS	0,113	0,021	0,182	5,432	0,000
	FFAC4 SERVICIOS TURISTICOS	0,088	0,021	0,142	4,239	0,000
	FFAC5 INFO WEB	0,086	0,021	0,139	4,146	0,000
	FFAC3 INFO - LOGISTICA	0,075	0,021	0,120	3,590	0,000
	FFAC7 AVITUALLAMIENTOS	0,055	0,021	0,089	2,659	0,008

Observamos que para todas las variables la prueba de significación (sig- p-valor) es inferior a 0,05 por lo que todas son significativas.

Los coeficientes de las variables ( Beta) son positivos por lo que el incremento de la valoración de cada uno de estos factores incrementa la satisfacción global en conjunto.

En la tabla de coeficientes podemos observar según el valor del coeficiente Beta aquellos factores que influyen en mayor medida la satisfacción global.

Realizamos **una comparativa** entre la media resultante de las variables que componen cada uno de los FACTORES ( media del factor) y la importancia que tienen los factores en la Satisfacción global.

<b>Coeficientes(a)</b>	Beta	(orden decreciente)	MEDIA DEL FACTOR
FFAC8 CALIDAD ORGANIZACION Y TRATO DE LA ENTIDAD	0,366		4,54
FFAC1 TRATO DEL PERSONAL	0,321		4,51
FFAC9 PRECIO Y AMBIENTE	0,290		4,49
FFAC2 REGLAMENTO Y CONTROL DE LA PRUEBA	<b>0,255</b>		<b>3,47</b>
FFAC6 CIRCUITOS	0,182		4,12
FFAC4 SERVICIOS TURISTICOS	<b>0,142</b>		<b>3,95</b>
FFAC5 INFO WEB	0,139		4,27
FFAC3 INFO - LOGISTICA	0,120		4,15
FFAC7 AVITUALLAMIENTOS	0,089		4,32

En esta comparativa podemos observar un **aspecto muy positivo para la organización de Triathlon Vitoria-Gasteiz** ya que el factor que más contribuye a la satisfacción global es el Factor Calidad de la organización y Trato de la entidad y es asimismo el mejor valorado en la encuesta.

El segundo factor que más contribuye es el Trato del personal por el que Triathlon Vitoria-Gasteiz obtiene un 4,51. El tercero es el factor relacionado con el precio y el ambiente que obtiene un 4,49

Es en el cuarto factor, Reglamento y control de la prueba en el que la organización obtiene un **valor inferior a 3,5**, aspecto en el que la organización debiera realizar un mayor esfuerzo para poder mejorar la satisfacción global de los triatletas ya que su coeficiente beta es bastante elevado contribuyendo a la satisfacción de los triatletas.

El valor beta del factor avituallamientos tiene un valor muy bajo por lo que podemos decir que es el valor que menos aporta a la satisfacción global de los triatletas.

**OBJETIVO 3: Conocer la motivación del cliente para la elección de esta prueba**

Con el objetivo de conocer la motivación del cliente para la elección de la prueba hemos realizado dos preguntas en nuestro cuestionario:

1. P3¿Qué es lo que más valora cuando va a participar en un triatlón de distancia Half o Full- Señale la primera y segunda razón.
2. P6¿Por qué motivos ha participado en el Triathlon Vitoria-Gasteiz - Por favor, seleccione un máximo de 3 respuestas.

Por un lado queremos conocer **qué es lo que más valora el triatleta** a la hora de escoger una prueba de distancia Half o Full para su reto deportivo personal y de otro lado y una vez avanzado el cuestionario hemos solicitado la motivación para elegir concretamente una prueba como Triathlon Vitoria-Gasteiz.

El resultado lo valoraremos a través de **3 tablas de contingencia** para cada una de las preguntas y la cruzaremos nuevamente con las variables año de participación y distancia.

En el primer cuadro podemos observar que ítems son los más valorados a la hora de escoger una prueba. El resultado parte de una tabla de contingencia considerando que los individuos podían indicar dos razones como primera y segunda razón. **Las razones son por este orden:**

1. El ambiente de la prueba
2. El trazado de sus circuitos
3. La fecha en la que se disputa.

QUÉ VALORA MÁS EN TRIATHLONES HALF/FULL	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
8 El ambiente de la prueba	36,8%	45,8%	41,8%	40,3%	45,7%	43,1%
1 El trazado de sus circuitos	31,1%	31,1%	29,5%	26,9%	34,0%	30,5%
13 La fecha en la que se disputa	33,0%	26,7%	21,8%	31,7%	20,3%	25,9%
7 La belleza de los circuitos	18,9%	18,3%	19,5%	19,2%	18,4%	18,8%
4 La seguridad en los circuitos	6,6%	13,6%	22,6%	13,3%	18,2%	15,8%
9 El prestigio de la prueba	11,3%	16,1%	11,9%	13,9%	13,9%	13,9%
14 La cercanía a mi casa	9,4%	12,8%	13,0%	11,7%	13,1%	12,4%
12 La localidad de la prueba y las posibilidades de hacer turismo	17,9%	9,5%	10,7%	12,2%	10,2%	11,2%
2 El que no se permita el drafting	9,4%	9,8%	4,6%	8,6%	7,2%	7,9%
3 El que se controle mucho el drafting	12,3%	5,7%	5,4%	6,9%	6,1%	6,5%
5 La calidad de sus avituallamientos	1,9%	4,9%	7,3%	6,7%	4,0%	5,3%
6 Que haya un número alto de puntos de avituallamiento en el circuito	0,9%	2,2%	3,8%	2,5%	2,7%	2,6%
15 Otros aspectos	3,8%	1,4%	2,7%	1,9%	2,4%	2,2%
11 La facilidad para alojarse	3,8%	0,5%	3,1%	2,2%	1,6%	1,9%
10 La marca de la prueba (Ironman, Challenge, etc.)	2,8%	1,4%	1,1%	1,7%	1,3%	1,5%
Aspectos valorados media.				Aspectos MÁS valorados		

En los siguientes cuadros hemos valorado la respuesta tanto de los triatletas que ya conocen la prueba (participantes de los años 2014 y 2015) como los que todavía no han participado en la misma y que pueden tener una aproximación más cercana perceptivamente a las **expectativas o motivos que les ha llevado elegir** una prueba que no han experimentado.

Tabla de contingencia por edición y distancia de los participantes 2014 y 2015. Posibilidad de indicar 3 razones.

<b>SECCIÓN B- PARTICIPACIÓN EN TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ</b>					
MOTIVOS HA PARTICIPADO EN TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	FULL	HALF	
6,00 Por la buena organización	50,9%	53,7%	54,3%	51,8%	53,1%
5,00 Por el ambiente en la prueba	55,7%	51,0%	47,8%	56,6%	52,0%
3,00 Por la cercanía a mi casa	22,6%	31,9%	24,5%	35,5%	29,8%
4,00 Por el precio	36,8%	25,3%	42,9%	11,8%	27,9%
2,00 Por la belleza de sus circuitos	29,2%	25,3%	24,5%	28,1%	26,2%
1,00 Por el trazado de sus circuitos	24,5%	25,9%	22,4%	28,9%	25,6%
8,00 Porque me venía bien la fecha	31,1%	21,8%	28,2%	19,3%	23,9%
11,00 Por el trato al participante	16,0%	21,5%	20,8%	19,7%	20,3%
7,00 Porque participaban los compañeros de equipo	12,3%	16,6%	9,4%	22,4%	15,6%
10,00 Por el prestigio que tiene la prueba	10,4%	13,4%	13,1%	12,3%	12,7%
9,00 Porque es una prueba asequible para mi nivel	3,8%	3,5%	2,9%	4,4%	3,6%
12,00 Por otros motivos	0,9%	0,8%	1,2%	0,4%	0,8%
Aspectos menos relevantes a la hora de inscribirse a un triatlón.	Aspectos MÁS valorados por los triatletas a la hora de inscribirse a un triatlón				

<b>SECCIÓN C- PARTICIPACIÓN FUTURA EN TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ</b>					
MOTIVOS PARTICIPARÁ EN TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ	EDICIÓN		DISTANCIA		TOTAL
	2.016	FULL	HALF		
5,00 Por el ambiente en la prueba	61,3%	53,9%	67,1%	61,3%	61,3%
6,00 Por la buena organización	42,1%	45,2%	39,7%	42,1%	42,1%
7,00 Porque participaban los compañeros de equipo	32,2%	27,0%	36,3%	32,2%	32,2%
1,00 Por el trazado de sus circuitos	25,7%	23,5%	27,4%	25,7%	25,7%
2,00 Por la belleza de sus circuitos	24,9%	26,1%	24,0%	24,9%	24,9%
3,00 Por la cercanía a mi casa	23,0%	16,5%	28,1%	23,0%	23,0%
4,00 Por el precio	21,5%	40,9%	6,2%	21,5%	21,5%
10,00 Por el prestigio que tiene la prueba	21,5%	18,3%	24,0%	21,5%	21,5%
8,00 Porque me venía bien la fecha	18,0%	27,8%	10,3%	18,0%	18,0%
11,00 Por el trato al participante	14,9%	13,9%	15,8%	14,9%	14,9%
9,00 Porque es una prueba asequible para mi nivel	3,4%	1,7%	4,8%	3,4%	3,4%
12,00 Por otros motivos	2,3%	3,5%	1,4%	2,3%	2,3%
Aspectos que se valoran entre un 15 a 20% a la hora de inscribirse a un triatlón.	Aspectos MÁS valorados por los triatletas a la hora de inscribirse a un triatlón. Superior al 25%				

En conclusión, considerando los resultados obtenidos, podemos considerar que los triatletas principalmente escogen las pruebas de triatlón por tres motivos: el **ambiente, la fecha y los circuitos**.

Cuando lo contrastamos con los motivos que llevan a los triatletas a inscribirse en Triathlon Vitoria-Gasteiz, entonces podemos observar que principalmente están escogiendo esta prueba por **el ambiente de la prueba, por su buena organización, cercanía, precio y por el trazado de sus circuitos**.

Podemos destacar que los triatletas que participarán en 2016 escogen **principalmente la prueba por el ambiente** que han podido conocer de primera mano ( como espectador) o a través de los canales de comunicación y en menor medida por la organización que si bien no la han podido experimentar sí han podido escuchar sobre la percepción de otros participantes.

**OBJETIVO 4: Conocer el posicionamiento del triatlón frente a sus competidores europeos.**

Con el fin de conocer la percepción de la prueba Triathlon Vitoria-Gasteiz con el resto de sus competidores hemos formulado varias preguntas en el cuestionario:

1. P10. Cuál es su prueba favorita y la razón por la cual lo es.
2. P11. Una matriz de asociación para conocer los principales atributos de las 2 marcas principales de triatlón franquiciadoras como son la marca Ironman y Challenge frente a los triatlones independientes.
3. P12. Por su conocimiento en la participación en otros triatlones, ¿hasta qué punto está de acuerdo con esta afirmaciones.?

4. **P10a ¿De todas las pruebas en las que ha participado en su vida cuál es su favorita?**

N	Válidos	469
	NO RESPONDEN	121

PRUEBA FAVORITA	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
97 TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ	30,2%	49,6%	5,4%	29,4%	32,6%	<b>31,1%</b>
999 NO RESPONDE	13,2%	13,1%	23,0%	14,7%	18,4%	<b>16,6%</b>
103 ZARAUTZ	5,7%	7,1%	5,0%	4,7%	7,5%	<b>6,1%</b>
56 IM LANZAROTE	4,7%	2,7%	4,6%	5,6%	1,9%	<b>3,7%</b>
50 IM BARCELONA	2,8%	2,5%	3,8%	5,0%	1,1%	<b>3,0%</b>
24 CHALLENGE ROTH	5,7%	1,9%	1,5%	3,6%	1,1%	<b>2,3%</b>
34 ELCHE	0,9%	1,9%	2,3%	1,9%	1,9%	<b>1,9%</b>
91 SAN SEBASTIAN	2,8%	0,8%	2,7%	0,6%	2,9%	<b>1,8%</b>

**ASOCIACIÓN MARCA/ ATRIBUTO**

Las preguntas P10a y P10b son dos preguntas abiertas que posteriormente y manualmente se han tenido que codificar para poder analizar sus frecuencias.

*Recogido en el documento results-survey\_completa y codificada.xlsx.*

*En la hoja P10a y P10b codificadas.*

De todos los individuos que han respondido a esta pregunta abierta ( 469 casos) las pruebas señaladas en el cuadro superior han sido las más mencionadas según la codificación realizada manualmente.

También se ha recogido la categoría de “No responde” porque obtiene un valor muy elevado.

De entre todas las respuestas nos quedaremos con las 5 primeras pruebas entre las que destacan 2 pruebas pertenecientes a la CAPV, 2 pruebas Ironman que se celebran en España y 1 prueba Europea perteneciente a la marca Challenge, concretamente la “madre” de las pruebas Challenge europeas, la veterana prueba de Roth en Alemania.

A continuación tomando estas 5 pruebas de referencia para los triatletas participantes en la encuesta, valoraremos las razones por las cuáles **las consideran estas sus pruebas favoritas**.

### Tabla de ASOCIACIÓN TRIATLÓN / RAZÓN

	CHALLENGE ROTH	IM BARCELONA	IM LANZAROTE	TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ	ZARAUTZ	Margen activo
AMBIENTE	7	4	3	72	22	108
CERCAÑÍA	0	2	0	15	3	20
CIRCUITOS - TRAZADO	1	2	2	17	3	25
CIRCUITOS- BELLEZA	0	1	5	6	4	16
CIRCUITOS-DUREZA	0	0	2	0	4	6
COMO MÍA - EMOCIONAL	0	0	0	7	0	7
DEBUT	2	6	4	39	1	52
FECHA	0	0	0	0	0	0
LIMITE DE PARTICIPACION	0	0	0	0	0	0
NO DRAFTING	0	0	1	0	2	3
ORGANIZACIÓN	2	3	3	40	4	52
POR PODER ENTRAR CON HIJOS EN META	0	0	0	0	0	0
POR TODO	2	0	3	8	1	14
PRECIO	2	1	0	2	0	5
PRESTIGIO	0	0	3	0	1	4
SALIDAS NATACIÓN	0	0	0	0	0	0
SATISFACCION PERSONAL	0	0	0	5	0	5
SINGULARIDAD	0	0	0	0	0	0
TRATO	0	0	0	8	0	8
Margen activo	16	19	26	219	45	325

#### Podemos resumir esta información de la siguiente manera:

- Principalmente **Challenge Roth es la favorita por su ambiente**.
- **IM Barcelona** es la favorita de los encuestados por haber sido el **debut** en la distancia Full y tener esto un carácter emocional para el encuestado.
- **IM Lanzarote**, la prueba más veterana en el estado español, es la favorita principalmente por la **Belleza** de sus circuitos.
- **Triathlon Vitoria-Gasteiz es la favorita principalmente por su ambiente al igual que Zarautz**.

Considerando, como ya hemos visto en análisis precedentes, la relevancia que tiene el atributo "ambiente" a la hora de elegir un triatlón, **podemos considerar Challenge Roth, Triathlon Vitoria-Gasteiz y Triatlón de Zarautz muy bien posicionados en la mente de los triatletas**.

Asimismo, y con el fin de **comparar** el triatlón independiente de Triathlon Vitoria-Gasteiz con las grandes marcas franquiciadoras de pruebas de triatlón Challenge y Ironman, hemos consultado en el cuestionario a través de una **matriz de asociación** por una serie de atributos en los que queremos posicionar a los triatlones independientes frente a estas.

### COMPARACIÓN ENTRE MARCAS TRIATLÓN Y TRIATLONES INDEPENDIENTES

TIENE LA MEJOR CALIDAD ORGANIZATIVA	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
<b>1 Ironman</b>	<b>44,3%</b>	<b>35,1%</b>	<b>47,5%</b>	<b>44,7%</b>	<b>37,2%</b>	<b>40,9%</b>
2 Challenge	13,2%	6,0%	11,9%	7,8%	10,4%	9,1%
3 Triatlones independientes	15,1%	26,2%	16,9%	20,8%	21,7%	21,3%
4 Todos	23,6%	23,7%	18,8%	20,6%	23,3%	21,9%
5 Ninguno	3,8%	9,0%	5,0%	6,1%	7,5%	6,8%

TIENE LA MEJOR RELACION CALIDAD-PRECIO	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
<b>1 Ironman</b>	<b>0,9%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,8%</b>
2 Challenge	5,7%	5,4%	10,0%	7,2%	7,0%	7,1%
<b>3 Triatlones independientes</b>	<b>85,8%</b>	<b>80,4%</b>	<b>72,4%</b>	<b>81,9%</b>	<b>74,9%</b>	<b>78,3%</b>
4 Todos	1,9%	4,4%	4,2%	2,2%	5,6%	4,0%
5 Ninguno	5,7%	7,9%	11,5%	6,7%	11,0%	8,9%

TIENE MEJOR AMBIENTE EN LA PRUEBA	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
<b>1 Ironman</b>	<b>39,6%</b>	<b>28,1%</b>	<b>37,5%</b>	<b>35,6%</b>	<b>30,7%</b>	<b>33,1%</b>
2 Challenge	5,7%	4,6%	9,6%	7,5%	5,6%	6,5%
3 Triatlones independientes	19,8%	28,6%	23,8%	22,5%	28,6%	25,6%
<b>4 Todos</b>	<b>29,2%</b>	<b>30,5%</b>	<b>24,1%</b>	<b>29,4%</b>	<b>26,7%</b>	<b>28,1%</b>
5 Ninguno	5,7%	8,2%	5,0%	5,0%	8,3%	6,7%

TIENE UNOS CIRCUITOS MAS BELLOS	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Ironman	17,0%	12,3%	16,1%	15,8%	12,8%	14,3%
2 Challenge	7,5%	3,5%	5,7%	4,2%	5,6%	4,9%
3 Triatlones independientes	31,1%	37,6%	34,5%	36,7%	34,5%	35,6%
<b>4 Todos</b>	<b>38,7%</b>	<b>37,3%</b>	<b>36,4%</b>	<b>36,9%</b>	<b>37,4%</b>	<b>37,2%</b>
5 Ninguno	5,7%	9,3%	7,3%	6,4%	9,6%	8,0%

TIENE UN MEJOR TRATO AL PARTICIPANTE	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Ironman	23,6%	11,7%	23,0%	19,4%	15,5%	17,4%
2 Challenge	4,7%	4,9%	11,1%	3,9%	10,2%	7,1%
<b>3 Triatlones independientes</b>	<b>38,7%</b>	<b>49,6%</b>	<b>41,0%</b>	<b>44,4%</b>	<b>45,5%</b>	<b>45,0%</b>
4 Todos	27,4%	26,2%	19,5%	26,4%	21,7%	24,0%
5 Ninguno	5,7%	7,6%	5,4%	5,8%	7,2%	6,5%

REGALAN LOS MEJORES OBSEQUIOS	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
<b>1 Ironman</b>	<b>29,2%</b>	<b>28,3%</b>	<b>37,5%</b>	<b>35,0%</b>	<b>28,6%</b>	<b>31,7%</b>
2 Challenge	5,7%	6,0%	8,0%	5,8%	7,5%	6,7%
<b>3 Triatlones independientes</b>	<b>32,1%</b>	<b>25,6%</b>	<b>23,4%</b>	<b>24,2%</b>	<b>27,3%</b>	<b>25,7%</b>
4 Todos	18,9%	21,3%	17,2%	21,1%	17,9%	19,5%
5 Ninguno	14,2%	18,8%	13,8%	13,9%	18,7%	16,3%

Los valores más destacados en el análisis bivariable son los siguientes resultados:

- La mejor calidad organizativa la tiene la marca Ironman.
- La mejor relación calidad / precio es para los triatlones independiente
- No hay nadie destacado en cuanto al ambiente de la prueba
- Parece que todos que tienen unos circuitos bellos.
- Parece ser que el triatlón independiente es que ofrece un mejor trato al participante
- No hay una clara tendencia de cual sea la marca que ofrece mejores obsequios.

Como para la obtención de información se ha utilizado una escala de asociación que al final se resume en una tabla de frecuencias, podemos realizar un análisis factorial de correspondencias simple.

Mediante este análisis estudiaremos las relaciones entre las marcas y detectaremos qué es lo que se destaca de cada una de ellas.

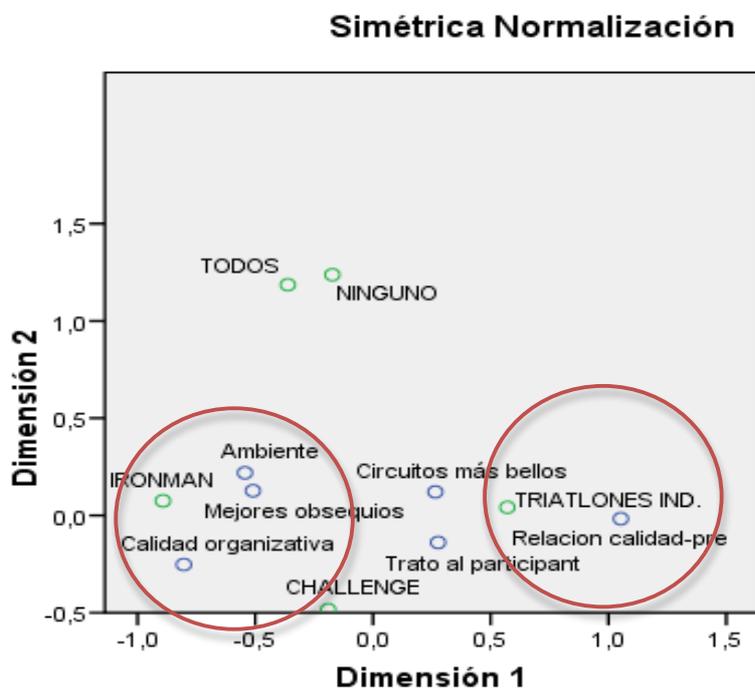
*Análisis recogido en el documento ANÁLISIS MULTIVARIABLE hoja.- Correspondencia.*

Para el análisis hemos optado por considerar los valores de TODOS y NINGUNO como puntos suplementarios o no activos del análisis, ya que consideramos más “limpio” poder realizar el análisis de las marcas y forzar el estudio a delimitar los atributos a una de estas tres.

Resumen de Análisis de correspondencias simple							
Dimensión	Valor propio	Inercia	Chi-cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Confianza para el Valor propio Desviación típica
					Explicada	Acumulada	
1	0,455	0,207			0,997	0,997	0,013
2	0,026	0,001			0,003	1,000	0,019
Total		0,208	629,247	,000(a)	1,000	1,000	

El resumen nos muestra un número **de dos dimensiones** ( hay que recordar que el número máximo de dimensiones viene determinado por el valor más alto de atributos o marcas, en este caso 3 marcas de triatlones, menos 1).

Con estas **dos dimensiones recogemos el 100 % de la información** ( sumando la inercia acumulada de ambas)



En el mapa de posicionamiento obtenemos una representación gráfica de la posición de los 11 puntos ( 5 marcas + 6 atributos )

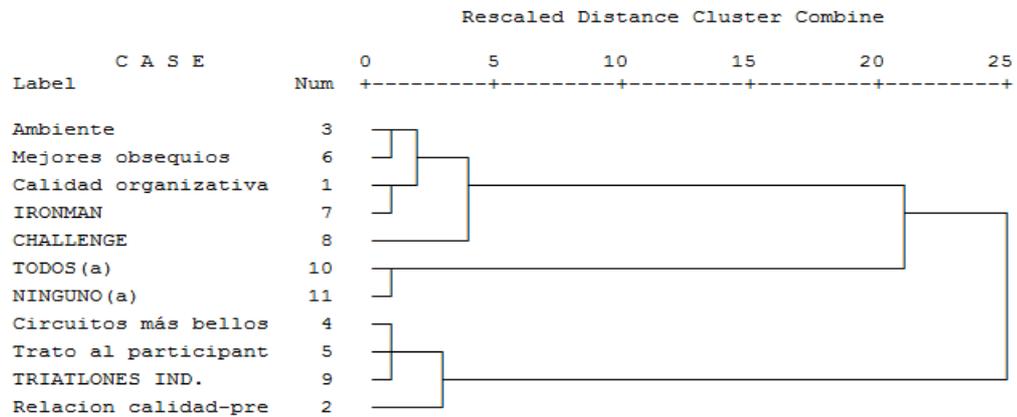
Los puntos que están más próximos significa que están altamente correlacionados y que por lo tanto los triatletas los perciben con un perfil similar:

1. Ironman está correlacionada con el ambiente, los mejores obsequios y al calidad organizativa.
2. Los triatlones independientes parece que se asocian a la relación calidad/ precio y trato al participante.
3. La marca Challenge no está altamente correlacionada con ningún atributo sin embargo, parece tener asociada los mismos atributos que Ironman pero en menor intensidad que esta.

Con el fin de obtener mayores datos que avalen esta información obtenida del mapa de posicionamiento hemos realizado un **análisis clúster jerárquico** utilizando como datos de partida las coordenadas de estos puntos en el mapa obtenido anteriormente, que nos ofrece un **dendograma** donde observamos que la asociación de los atributos **para Ironman se repiten pero en cuanto a triatlones independientes los atributos mejor asociados son el trato con el participante y los circuitos más bellos.**

\*\*\*\*\* H I E R A R C H I C A L C L U S T E R A N A L Y S I S \*\*\*\*\*

Dendrogram using Ward Method



## PERCEPCIÓN DE LA MARCA TRIATHLÓN VITORIA-GASTEIZ

En la pregunta P12, nuevamente a través de una **matriz de asociación** preguntamos en el cuestionario sobre la percepción que **tiene de Triathlon Vitoria-Gasteiz en relación con otras pruebas de triatlón**.

En concreto la pregunta está formulada de la siguiente manera:

*Por su conocimiento en la participación en otros triatlones, ¿hasta qué punto está de acuerdo con esta afirmación- [TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ es el mejor triatlón de España/ Europa/ Mundo]*

\*\*Como ya habíamos observado en la parte cualitativa, a través de las entrevistas en profundidad, la pregunta **es difícil de responder** por varios motivos ( no haber participado en muchos como para tener criterio para afirmarlo o valorarlo por muchos parámetros no pudiendo considerar a un triatlón por encima de los demás) por lo que añadimos a la matriz la valoración “no puedo valorarlo”.

TRIATHLÓN VITORIA-GASTEIZ ES EL MEJOR TRIATLON DE ESPAÑA	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Totalmente en desacuerdo	5,7%	2,5%	1,9%	2,2%	3,2%	2,7%
2 En desacuerdo	6,6%	4,9%	3,8%	5,6%	4,0%	4,8%
3 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	35,8%	27,0%	33,0%	31,9%	28,9%	30,4%
4 De acuerdo	21,7%	24,0%	15,7%	20,8%	20,6%	20,7%
5 Totalmente de acuerdo	15,1%	22,3%	7,3%	15,6%	16,3%	15,9%
6 No puedo valorarlo	15,1%	19,3%	38,3%	23,9%	27,0%	25,5%
Valores que están de acuerdo con la afirmación	Valores “no pueden valorarlo” que se suman a los valores “no está ni de acuerdo ni desacuerdo” con la afirmación					

Entre aquellos triatletas que ya han participado en Triathlon Vitoria-Gasteiz, ( 2014-2015) un 41,55% están “de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” en que sí es el mejor triatlón, siendo muy positivo el dato del crecimiento de un año a otro sobre todo en la valoración totalmente de acuerdo del año 2015.

Asimismo, no hay grandes diferencias entre las valoraciones por parte de los triatletas que han disputado la distancia Full o la Half por lo que podemos valorar que ese porcentaje es tanto para la valoración como mejor de España en cualquiera de las dos distancias.

En este caso, los triatletas del año 2016, tienen una valoración positiva pero, es destacable que no puedan tener criterio suficiente para poder emitir la valoración en un 38,3% que incluso podría sumarse a la valoración “ni de acuerdo ni desacuerdo” que sumarían ambas un total de 71,3%.

TRIATHLÓN VITORIA-GASTEIZ ES UNO DE LOS 5 MEJORES DE EUROPA	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Totalmente en desacuerdo	6,6%	3,0%	1,9%	2,8%	3,5%	3,1%
2 En desacuerdo	10,4%	3,5%	3,1%	5,0%	3,7%	4,4%
3 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	22,6%	24,3%	30,3%	27,5%	24,9%	26,2%
4 De acuerdo	23,6%	16,3%	17,2%	17,8%	17,6%	17,7%
5 Totalmente de acuerdo	9,4%	15,5%	5,0%	10,8%	11,0%	10,9%
6 No puedo valorarlo	27,4%	37,3%	42,5%	36,1%	39,3%	37,7%
Valores que están de acuerdo con la afirmación	Valores “no pueden valorarlo” que se suman a los valores “no está ni de acuerdo ni desacuerdo” con la afirmación					

Cuando recogemos la percepción de si Triathlon Vitoria-Gasteiz es uno de los 5 mejores triatlones de Europa y considerando solamente aquellos que ya han participado en Triathlon Vitoria-Gasteiz, observamos que un **32,4% de los participantes considera que Triathlon Vitoria-Gasteiz sí está dentro del ranking de los 5 mejores de Europa**. Aunque crece la percepción entre los triatletas de 2015 que está “totalmente de acuerdo” con la afirmación, también crece el nº de triatletas que no pueden valorarlo.

TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ ES UNO DE LOS 5 MEJORES DEL MUNDO	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Totalmente en desacuerdo	10,4%	5,2%	4,2%	5,8%	5,3%	5,6%
2 En desacuerdo	8,5%	7,1%	5,4%	7,5%	5,9%	6,7%
3 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	32,1%	27,8%	36,8%	32,8%	30,5%	31,6%
4 De acuerdo	6,6%	8,4%	3,4%	5,0%	7,8%	6,4%
5 Totalmente de acuerdo	4,7%	3,5%	2,7%	3,6%	3,2%	3,4%
6 No puedo valorarlo	37,7%	48,0%	47,5%	45,3%	47,3%	46,3%

En relación al ambicioso objetivo de la empresa de convertirse en uno de **los 5 mejores triatlones de Europa** recogemos entre los participantes de las ediciones 2014 y 2015 que un 11,6% considera que sí está entre los 5 mejores del mundo frente a los que están totalmente desacuerdo o en desacuerdo con la afirmación que son un 15,6%. El crecimiento entre los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo más lo que no pueden valorarlo crece hasta un 78% ante la dificultad de tener criterio para poder valorarlo.

En resumen podríamos definir esta pregunta como de difícil respuesta y resultado.

Sin embargo estos son los datos obtenidos:

El 41,55% considera que Triathlon Vitoria-Gasteiz es el mejor de **España**

El 32,4% considera que Triathlon Vitoria-Gasteiz es el mejor de **Europa**

El 11,6% considera que Triathlon Vitoria-Gasteiz es el mejor del **Mundo**

**OBJETIVO 5: Conocer el gasto del triatleta en otros bienes complementarios a la práctica del triatlón.**

Con el fin de tener una aproximación al gasto que los triatletas realizan en servicios complementarios a la practica del triatlón hemos formulado en el cuestionario las siguientes preguntas:

- P15a ¿Podría indicarnos qué cuota mensual paga por estar en su equipo de triatlón-  
 P15b ¿Podría indicarnos qué cuota mensual paga a su entrenador personal-  
 P18 ¿Acude usted a algún tipo de especialista en traumatología, fisioterapia, osteopatía, rehabilitación-  
 P19 ¿Con qué frecuencia visita a su especialista-

**SECCIÓN F- PREPARACIÓN**

CUOTA MENSUAL DEL EQUIPO	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 20 euros o menos	76,2%	72,4%	61,6%	69,5%	68,7%	69,1%
2 De 21 a 50 euros	20,2%	21,4%	31,5%	25,5%	24,2%	24,8%
3 De 51 a 100 euros	3,6%	4,9%	5,1%	3,4%	6,1%	4,8%
4 Más de 100 euros		1,3%	1,9%	1,7%	1,0%	1,3%

CUOTA MENSUAL DEL ENTRENADOR PERSONAL	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 20 euros o menos	17,1%	27,6%	14,3%	21,0%	23,1%	22,0%
2 De 21 a 50 euros	61,0%	48,8%	65,1%	60,5%	50,0%	55,5%
3 De 51 a 100 euros	22,0%	21,1%	17,5%	17,6%	23,1%	20,3%
4 Más de 100 euros		2,4%	3,2%	0,8%	3,7%	2,2%

A través de los cuadros precedentes podemos concluir que el 93,9 de los triatletas tienen un gasto mensual de cuota de equipo inferior a 50€ y aquellos que disponen de un entrenador personal un 75,8% pagan una cuota mensual de entre 20 a 100€.

En cuanto al hábito de visita a los especialistas en traumatología el 77,5% afirma que acude a algún especialista y el 56% dice acudir al menos una vez al mes.

ACUDE A ALGUN ESPECIALISTA	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Sí	78,3%	80,7%	72,8%	78,3%	76,7%	77,5%
2 No	21,7%	19,3%	27,2%	21,7%	23,3%	22,5%

FRECUENCIA DE VISITA AL ESPECIALISTA	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
2 Una vez por semana	1,2%	3,4%	2,6%	1,4%	4,2%	2,8%
3 Cada 15 días	13,3%	10,5%	12,1%	13,5%	9,4%	11,4%
4 1 vez al mes	39,8%	45,6%	45,3%	42,9%	46,3%	44,6%
5 Cada 3 meses	30,1%	31,8%	28,4%	31,6%	29,3%	30,4%
6 1 o 2 veces al año	15,7%	8,8%	11,6%	10,6%	10,8%	10,7%

**OBJETIVO 6:**
**Conocer la tasa de retorno o fidelidad de los triatletas con Triatlón Vitoria.**

Con el objetivo de conocer hasta qué punto puede estar **garantizada la fidelidad de los triatletas a la prueba** considerando que su inscripción no siempre será anual, la organización quiere realizar una comparativa entre cuál es el ratio de crecimiento de esta práctica deportiva y poder contrastarlo con la fidelidad o repetición de los triatletas a su prueba. Para ello no hemos realizado ninguna pregunta en el cuestionario ya que disponíamos de algunos datos para poder tener una aproximación y hemos extraído los datos de las bases de datos depuradas.

EDICIÓN	2.014	2.015	2.016	TIPO DE PARTICIPANTE	TOTAL
<b>Nuevo</b>	1.654	1.609	1.567	Triatleta que participa por primera vez en Triathlon Vitoria-Gasteiz	4.830
<b>Repetidor</b>	0	394	457	Triatleta que ha participado en la edición anterior. Repite	851
<b>Antiguo</b>	0	0	116	Triatleta que ha participado hace 2 años, pero que en la anterior participó	116
<b>TOTAL CORREDORES</b>	<b>1.654</b>	<b>2.003</b>	<b>2.140</b>		

EDICIÓN	2.014	2.015	2.016	CRECIMIENTO
		23,8%	28,4%	% crecimiento de repetidores sobre edición anterior
			7,0%	% crecimiento de antiguos sobre edición hace 2 años

Considerando solamente la base de datos proporcionada por la empresa después de haberla depurado y codificado podemos obtener el ratio de repetición que tienen los triatletas participantes en Triathlon Vitoria-Gasteiz .

Observamos que el ratio de repetición de un año sobre el anterior ha crecido, **del año 2015 ( 23,8%) y del 2016 (28,4%)**. Así mismo podemos ver que **un 7%** de los triatletas ha repetido su inscripción en 2016 después de haber participado en el 2014.

Este cuadro podremos cruzarlo con los datos obtenidos de las fuentes secundarias a través del crecimiento de nuevas Licencias federativas en triatlón.

Nº DE LICENCIAS FEDERATIVAS	2010	2011	2012	2013	2014	PROMEDIO
<b>Nº de licencias</b>	<b>15.946</b>	<b>18.137</b>	<b>21.079</b>	<b>24.241</b>	<b>29.149</b>	
		+2.191	+2.942	+3.162	+4.908	
<b>Crecimiento</b>		<b>13,7%</b>	<b>13,95%</b>	<b>13%</b>	<b>16,8%</b>	<b>14,36%</b>

Debemos de considerar que el Triathlon Vitoria-Gasteiz tiene un límite de participación de 2.100 triatletas para las dos distancias pero que dispone de una lista de espera para la inscripción de aproximadamente 600 triatletas. Con este dato, más podemos asegurar que se puede seguir obteniendo la valoración en satisfacción obtenida se puede asegurar el alcance de inscripciones en la prueba.

La falta de datos disponibles del año 2015 no permite comparar el crecimiento de la participación en Triathlon Vitoria-Gasteiz con el crecimiento de las licencias pero, **sin embargo ambos parámetros son positivos en crecimiento.**

Si comparamos el crecimiento del número de licencias estatal de los últimos 5 años que supone un incremento anual de **14,36%** en concreto un crecimiento absoluto de 4.908 nuevas inscripciones en el año 2014 respecto al 2013 observamos que el ratio de repetición actual en la prueba es superior que el porcentaje de crecimiento anual. Sin embargo el crecimiento anual arroja un dato de casi 5000 nuevos triatletas anuales al mercado objetivo de las pruebas de triatlón, un dato muy superior a las inscripciones que el triatlón puede acoger.

**OBJETIVO 7: Objetivos secundarios: hábitos de entrenamiento de los triatletas.**

Con este objetivo secundario podemos concluir el análisis cuantitativo. Si bien hemos formulado algunas preguntas en el cuestionario que no han sido analizadas quedan a posteriori para poder obtener resultados que la empresa puede querer disponer en el futuro.

En el caso de los hábitos de entrenamiento de los triatletas hemos formulado la siguiente pregunta con el fin de tener una aproximación a entrenar por cuenta propia solo o con entrenador personal o en un equipo.

P14 Por favor, indique cuál de las siguientes afirmaciones define mejor su pertenencia o no a un equipo, y si dispone o no de un entrenador.

**SECCIÓN F- PREPARACIÓN**

QUE AFIRMACION DEFINE MEJOR SU SITUACION	EDICION			DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	2.016	FULL	HALF	
1 Pertenecemos a un equipo de triatlón y tenemos entrenador para el equipo	27,4%	30,0%	36,0%	30,8%	32,6%	31,7%
2 Pertenecemos a un equipo de triatlón, no tenemos entrenador para el equipo, pero yo tengo un entrenador personal	32,1%	28,1%	19,5%	27,5%	23,8%	25,6%
3 Pertenecemos a un equipo de triatlón, no tenemos entrenador para el equipo y yo tampoco tengo un entrenador personal	19,8%	25,9%	27,2%	24,4%	26,5%	25,5%
4 No pertenecemos a ningún equipo de triatlón, pero sí tengo un entrenador personal	6,6%	5,4%	4,6%	5,6%	5,1%	5,3%
5 No pertenecemos a ningún equipo de triatlón y me entreno por mi cuenta	14,2%	10,6%	12,6%	11,7%	12,0%	11,9%

Una vez analizado el cuadro en referencia a los hábitos de los triatletas en relación a su pertenencia a clubes de triatlón y contrastándolo con el crecimiento del nº de clubes según las fuentes secundarias del INE podríamos afirmar que existe una tendencia de crecimiento por pertenecer a un club de triatlón y asimismo que esos clubes de triatlón tengan un entrenador para el equipo.

Cuadro de evolución de número de clubes de triatlón en España.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Triatlón	435	454	510	588	660	770	904	107,82%

**OBJETIVO 8: Objetivos secundarios: Turismo.**

Con el fin de disponer de datos objetivos que puedan ayudar a realizar el cálculo del impacto económico que el evento tiene en la ciudad se han recogido algunos datos sobre el acompañamiento y gasto del participante en su estancia en la ciudad de Vitoria-Gasteiz. Asimismo, se ha considerado poder añadir la intención de realizar turismo por la zona con el fin de valorar incluir los servicios turísticos al evento.

En el cuestionario, se dividió el bloque para preguntar en relación a la visita a la ciudad en el pasado y la visita en el futuro para aquellos participantes nuevos.

TIPO DE GRUPO DE VISITA PASADO	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	FULL	HALF	
1 Sí, en mi grupo de visita había personas que no hacían la prueba	80,2%	83,9%	84,1%	81,5%	83,0%
2 No, en mi grupo de visita todos participábamos en la prueba	12,5%	8,7%	7,3%	13,0%	9,6%
3 No, vine sólo	7,3%	7,4%	8,6%	5,6%	7,4%

TIPO DE GRUPO DE VISITA FUTURA	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.016	FULL	HALF		
1 Sí, en mi grupo de visita habrá personas que no participarán en la prueba	86,1%	88,3%	84,0%		86,1%
2 No, en mi grupo de visita todos participaremos en la prueba	8,7%	5,4%	11,8%		8,7%
3 No, iré sólo	5,2%	6,3%	4,2%		5,2%

El dato más destacado es que más de un **83% de los participantes vienen acompañados por personas que no van a realizar la prueba** (acompañantes) y podemos ver una evolución ascendente en este indicador que varía desde el **80% en el 2014 al 86% en el 2016**. Este indicador es positivo ya que denota cada vez mayor atractivo para otros visitantes a la ciudad.

COMPOSICION DEL GRUPO DE VISITA PASADO	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	FULL	HALF	
1,00 Me acompañaba mi familia	68,8%	70,5%	71,1%	68,5%	70,1%
2,00 Me acompañaban unos amigos	21,9%	30,5%	27,2%	30,2%	28,4%
3,00 Me acompañaban compañeros del equipo de triatlón que no participaban	12,5%	13,8%	10,3%	17,9%	13,5%
4,00 Me acompañaban otras personas	14,6%	11,1%	13,8%	9,3%	11,9%

COMPOSICION DEL GRUPO DE VISITA FUTURA	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.016	FULL	HALF		
1,00 Me acompañará mi familia	78,3%	87,4%	69,7%		78,3%
2,00 Me acompañarán unos amigos	21,3%	24,3%	18,5%		21,3%
3,00 Me acompañarán compañeros del equipo de triatlón que no participan	17,8%	11,7%	23,5%		17,8%
4,00 Me acompañarán otras personas	8,7%	6,3%	10,9%		8,7%

En cuanto a la composición del grupo los datos más relevantes son que más de un **70% viene acompañado por la familia** y que va creciendo con los años el nº de compañeros de equipo que aun cuando no participarán en la prueba los acompañan. Dato positivo que haya un interés por participar en esta prueba como participante ya que son triatletas con alta probabilidad de participación en años sucesivos.

En relación a la la media de personas que componían el grupo incluyendo el participante. **La evolución es al alza de 4,08 personas a 6,69**

MEDIA DE PERSONAS QUE FORMABAN EL GRUPO INCLUYENDOSE USTED	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	FULL	HALF	
¿Cuántas personas formaban su grupo de viaje, incluyéndose usted? Recuerde NO INCLUIR a las otras personas que participaban en la prueba.	3,48	4,27	4,13	4,00	4,08
MEDIA DE PERSONAS QUE FORMAN EL GRUPO INLCUYENDOSE USTED	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.016		FULL	HALF	
Incluyéndose usted, ¿cuántas personas formarán su grupo de viaje? Recuerde tener en cuenta, además de usted, a todas aquellas otras personas que NO participarán en la prueba.	6,69		5,29	7,99	6,69

#### Número de noches que pernoctaron en la ciudad de Vitoria-Gasteiz.

NUMERO DE NOCHES PERNOCTO EN PASADO	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	FULL	HALF	
0	5,2%	16,8%	13,8%	14,2%	14,0%
1	9,4%	14,4%	7,8%	21,0%	13,2%
2	24,0%	26,8%	22,0%	32,1%	26,1%
3	42,7%	31,9%	39,7%	27,2%	34,5%
4	13,5%	6,0%	11,6%	2,5%	7,9%
5	2,1%	3,7%	3,4%	3,1%	3,3%
6	1,0%	0,3%	0,9%		0,5%
7	1,0%		0,4%		0,3%
12	1,0%		0,4%		0,3%
NUMERO DE NOCHES PERNOCTO EN FUTURO	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.016		FULL	HALF	
0	9,1%		7,2%	10,9%	9,1%
1	10,4%		5,4%	15,1%	10,4%
2	31,7%		25,2%	37,8%	31,7%
3	30,9%		36,9%	25,2%	30,9%
4	8,7%		9,9%	7,6%	8,7%
5	6,1%		9,9%	2,5%	6,1%
6	1,3%		2,7%		1,3%
7	0,9%		1,8%		0,9%
8	0,9%		0,9%	0,8%	0,9%

En el año 2014 y 2015 el total el **60,6% de los participantes pernoctaba entre 2 y 3 noches** siendo los participantes de distancia Full los que más días pernoctan.

En el **año 2016** se nota una tendencia de crecimiento en el nº de noches a pernoctar en la ciudad. Destaca, por ejemplo, que casi **un 25,2% de los participantes Full ya pernocta más de 4 noches mientras que los años anteriores solo lo hacía un 12,3%**.

Dato curioso es el descenso del porcentaje de los participantes que NO pernoctaban en el 2015 y el crecimiento de nuevo este porcentaje en 2016.

Efectivamente, tal y como podemos observar en el siguiente cuadro, la media de pernoctaciones crece en el 2016 tanto en la distancia Full como Half y **también destacamos el descenso en el 2015 y crecimiento de nuevo en el 2016.**

MEDIA DE NOCHES QUE PERNOCTÓ EL GRUPO	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	FULL	HALF	
¿Cuántas noches pernoctó su grupo de viaje en Vitoria? Por favor, si se alojaron fuera de Vitoria, indique un cero.	2,76	2,08	2,48	1,92	2,25
MEDIA DE NOCHES QUE PERNOCTARÁ. INCLUYENDOSE USTED	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.016		FULL	HALF	
¿Cuántas noches pernoctará su grupo de viaje en Vitoria? Por favor, si se alojarán fuera de Vitoria, indique un cero.	2,53		2,92	2,16	2,53

Un dato necesario para poder calcular el impacto económico es el gasto que realiza el participante en su visita a la ciudad. En este sentido hemos **hallado las medias en base a tres conceptos: Alojamiento, Alimentación y Restaurantes y Otros gastos.**

MEDIA DE GASTO / DÍA POR CONCEPTOS / por grupo	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	FULL	HALF	
Alojamiento	196,85	152,62	188,06	127,55	163,27
Alimentación y restaurantes	147,50	116,96	142,23	98,42	124,31
Otros gastos	80,00	76,37	83,10	68,35	77,21
<b>SUMA</b>					<b>364,79</b>
MEDIA DE GASTO FUTURO / DÍA POR CONCEPTOS / por grupo	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.016		FULL	HALF	
Alojamiento	193,71		168,40	218,49	193,71
Alimentación y restaurantes	165,69		153,48	178,01	165,69
Otros gastos	107,50		83,64	131,92	107,50
<b>SUMA</b>					<b>466,90</b>

Con el fin de obtener un ratio personal de gasto diario dividimos el gasto total promedio con el nº de media del grupo:

GASTO PERSONAL DIARIO Acompañantes y participantes	EDICION		DISTANCIA
	2014-2015	2016	
Media de personas en el grupo /día	4,08	6,69	
Media de gasto total del grupo /día	364,79 €	466,90 €	
<b>GASTO POR PERSONA Y DÍA</b>	<b>89,4€</b>	<b>69,8€</b>	

### Intención de visita turística

Y finalmente valoramos la intención de visita turística de los participantes por la provincia de Álava y Euskadi con el objetivo principal de valorar ofrecer servicios turísticos a los visitantes y poder aumentar el nº de pernотaciones del grupo en Vitoria-Gasteiz o alrededores.

Por un lado valoramos el ratio de visita que realizaron los acompañantes en la zona y por otro la intención de visita futura.

VISITO ÁLAVA EN PASADO	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	FULL	HALF	
1 Sí	34,4%	28,5%	35,8%	21,6%	29,9%
2 No	65,6%	71,5%	64,2%	78,4%	70,1%
VISITO EUSKADI EN PASADO	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.014	2.015	FULL	HALF	
1 Sí	21,9%	18,5%	23,7%	13,0%	19,3%
2 No	78,1%	81,5%	76,3%	87,0%	80,7%

Como podemos observar en las tablas, **un 30% de los triatletas realizaron visitas turísticas** por la provincia de Álava y el ratio disminuye cuando se trata de Euskadi. Solo un **19,3% de los participantes visitó Euskadi** con motivo de la participación en Triathlon Vitoria-Gasteiz

VISITARÁ VITORIA EN FUTURA	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.016	FULL	HALF		
1 Seguro que sí	29,6%	35,1%	24,4%	29,6%	
2 Probablemente sí	40,4%	36,0%	44,5%	40,4%	
3 Probablemente no	20,9%	23,4%	18,5%	20,9%	
4 Seguro que no	9,1%	5,4%	12,6%	9,1%	
VISITARÁ EUSKADI EN FUTURO	EDICION		DISTANCIA		TOTAL
	2.016	FULL	HALF		
1 Seguro que sí	17,8%	19,8%	16,0%	17,8%	
2 Probablemente sí	27,8%	29,7%	26,1%	27,8%	
3 Probablemente no	37,8%	38,7%	37,0%	37,8%	
4 Seguro que no	16,5%	11,7%	21,0%	16,5%	

Sin embargo, observamos que el porcentaje de los que “**seguro que sí**” realizarán visitas turísticas no varía en relación a las ediciones anteriores pero, sin embargo denotamos una **intención de visita alta** tanto de la provincia de Álava como la de Euskadi. Un 40,4% para el caso de Álava sí tienen intención y un 27,8% para Euskadi. **Parece que cobra sentido el poder ofrecer servicios turísticos a los triatletas para visitar las zonas.**

## 6. PROPUESTAS Y ACCIONES A REALIZAR

Considerando los principales resultados que hemos recogido a lo largo del estudio podemos distinguir ciertas líneas de actuación con el fin de establecer vías de desarrollo y mejora del conjunto de los servicios ofrecidos por la prueba deportiva Triathlon Vitoria-Gasteiz con el fin de conseguir una posición competitiva en el mercado y las metas estratégicas que la empresa quiere alcanzar a medio y largo plazo.

Recordamos que el objetivo principal de este estudio es incorporar la investigación de marketing dentro de su plan estratégico con el fin de desarrollar acciones encaminadas al logro de sus metas a medio plazo, reforzar sus valores competitivos y mantener la satisfacción de los grupos de interés, así como su meta a largo plazo que es el ser considerado uno de los mejores triatletas de Europa.

En general, hemos constatado a través de las diversas fuentes, que el mercado de la práctica de triatlón está en pleno auge tanto en su práctica del triatlón como en la participación en pruebas deportivas, por lo que la empresa organizadora debe mantener el estándar de calidad que lleva desarrollando estos últimos años y que le han asegurado el nº de inscritos y la satisfacción de los grupos de interés implicados ( triatletas y acompañantes, instituciones, patrocinadores privados y ciudadanos de Vitoria-Gasteiz).

### • Motivaciones para la elección de una prueba deportiva.

Hemos valorado las razones por las cuáles se elige un triatlón y las hemos contrastado con los motivos que hacen escoger Triathlon Vitoria-Gasteiz y podemos afirmar que ambas intenciones convergen. Por los datos extraídos de la fase cuantitativa conocemos que el triatleta de Grupos de Edad (no élite) escoge principalmente las pruebas deportivas en función de 3 parámetros: **por el ambiente de la prueba, el trazado de sus circuitos y la fecha** en la que se disputa. Cuando contrastamos estas razones con los motivos que llevan a los triatletas a participar en Triathlon Vitoria-Gasteiz observamos que esta prueba se escoge principalmente **por el ambiente y la buena organización**. Es decir, el valor buscado por los triatletas es encontrado en el servicio.

En cuanto a los triatletas de élite, considerando que el UOE es solo de 130 triatletas y que solamente han respondido 9 de ellos quizá sería más conveniente poder valorar un estudio cualitativo que ampliara la información y la percepción de este grupo a la prueba. Al corresponder este grupo solamente un 2,9% de todo el UOE, no se ha tenido en cuenta su valoración en este estudio.

### Satisfacción del triatleta

Al mismo tiempo, observamos que en la valoración de la **satisfacción del triatleta**, el atributo mejor valorado es precisamente el ambiente de la prueba, un valor excelente de 4,83 sobre una escala de 1 a 5. En este sentido, sería interesante llevar a cabo un análisis de los elementos que generan este "buen ambiente" para poder establecer un plan de marketing con el fin de comunicarlo y realizar acciones en la ciudad que deriven en continuar con este buen hacer y en la generación de este atmósfera.

Otro de los aspectos más buscados por los triatletas es el trazado de sus circuitos. En este sentido aún no siendo uno de los principales atributos por los que se escoge Triathlon Vitoria-Gasteiz es una de las 5 razones por las cuales se escoge. Cabe destacar que el trazado de los circuitos de Vitoria podría categorizarse como una prueba de dureza media y no es un triatlón para aquellos que buscan un circuito muy exigente. Consideramos este aspecto muy personal y difícil de cualquier modificación y dispersión alta de igual manera que la fecha, que a tenor de los resultados y sus listas de espera parece ser la acertada.

Cuando valoramos en detalle la satisfacción de triatleta podemos observar que hay un alto grado de satisfacción en conjunto y ha sido interesante validar cuáles son los atributos que más contribuyen a la satisfacción global del triatleta para poder actuar en primer lugar sobre aquellos que más contribuyen a la satisfacción global pero han sido peor valorados.

**Los resultados obtenidos son muy positivos para la empresa** ya que los factores: Calidad de la organización, trato del personal, precio y ambiente no son solo los tres factores que más contribuyen a la satisfacción global del triatleta sino que, además, son los factores mejor valorados. En este sentido, la empresa deberá ser consciente de estas fortalezas para seguir mejorando y reforzando estos factores tan relacionados con la organización, las personas y la ciudad. Sería interesante poner en conocimiento estos atributos a los diferentes grupos de interés y especialmente al Ayuntamiento de la ciudad y principal patrocinador, para poder establecer acciones de comunicación y mejora en relación con el ambiente de la ciudad, considerando los valores que aportan este atributo a la marca de la ciudad. Los resultados de este estudio bien podrían ser el motivo para comunicar a los ciudadanos el sentido de orgullo de ciudad y dar a conocer estos hechos por los visitantes que cada Julio invaden las calles de Vitoria por más de cuatro días.

Asimismo, la empresa deberá de trabajar **principalmente en mejorar el cuarto factor** más relevante en la satisfacción del triatleta como es el control del reglamento de la prueba relacionado con aquellos aspectos sobre con el control del drafting y el comportamiento profesional de los jueces. Este servicio, subcontratado por la empresa a las federaciones de triatlón, debe de tener una prioridad principal para la empresa y trabajar conjuntamente con este proveedor para poder comunicar estos resultados y establecer un **plan de trabajo conjunto** para mejorar este factor.

Al mismo tiempo, sería conveniente **mejorar** el sexto factor en orden de contribución a la satisfacción global como es **el factor de los servicios turísticos** o aquellos servicios que no son propiamente de la prueba deportiva pero que contribuyen a la satisfacción. A lo que hay que sumar el hecho contrastado de la intención de los triatletas y por suma la de sus acompañantes de visitar la provincia y el resto del territorio de Euskadi. La empresa debiera de trabajar con las instituciones locales (Ayuntamiento y Diputación) y Gobierno Vasco para, en primer lugar, comunicar esta intención y poder elaborar propuestas turísticas y servicios paralelos a los acompañantes y triatletas. Todo ello contribuirá a mejorar la experiencia con la prueba y el territorio así como el aumento de pernoctaciones que, recordamos, es uno de los principales objetivos de la empresa con el fin de satisfacer a sus grupos de interés.

- **Posicionamiento de la marca triatlón.**

Una de las hipótesis de trabajo planteadas en la primeras fases de este estudio consideraba Triathlon Vitoria-Gasteiz como mejor triatlón de Europa. Una vez hemos ido avanzando en el estudio hemos observado en la parte cualitativa la dificultad de hacer esta valoración principalmente por dos cuestiones: la dispersión que presenta este mercado atomizado de pruebas deportivas de triatlón y por la falta de elementos suficientes de valoración por parte del triatleta que no conoce todas ellas. En el caso de que se quisiera profundizar en este campo sería difícil poder recoger una muestra representativa.

Sin embargo, a pesar de las dificultades, los valores recogidos en la muestra reflejan un buen liderazgo de la marca tanto en España como en Europa.

En relación con otras marcas de triatlón podemos decir que los triatlones independientes están relacionados con atributos relacionados con la relación calidad/precio y trato al participante y las empresas franquiciadas se asocian a valores del tipo mejor ambiente y mejor calidad organizativa, valores con los que se asocia Triathlon Vitoria-Gasteiz. Podríamos decir que el Triathlon Vitoria-Gasteiz está a caballo entre la asociación de los atributos de las marcas franquiciadas y de los triatlones independientes.

- **Nuevas oportunidades**

En relación a los hábitos de compra de los triatletas podemos observar por un lado que hay un crecimiento del nº de clubes de triatlón en España y al mismo tiempo una tendencia creciente por parte de los practicantes de este deporte a pertenecer a un club que tenga un entrenador para el equipo.

Así mismo, y considerando el hábito de los triatletas de acudir a algún tipo de servicio médico-fisioterapéutico establecer colaboraciones con empresas del sector con el fin de ofrecer servicios que puedan reportar un mayor valor añadido.

Por otra parte, y tal y como hemos comentado en relación a los servicios turísticos, no solo se podrían establecer sinergias con las instituciones en materia de turismo sino que la empresa también podría valorar ofrecer este servicio dentro de lo que es el propio evento a tenor de la clara intencionalidad de visitar la zona.

## CONCLUSIONES Y REFLEXIONES

A partir de todos los datos analizados se ha podido extraer una visión objetiva del actual momento en el que el evento, Triathlon Vitoria-Gasteiz, se encuentra, principalmente, en relación a la satisfacción de los participantes con el evento, así como el posicionamiento de la marca frente a otros competidores en el mercado. Asimismo también se han recogido datos sobre los hábitos de consumo de otros servicios complementarios a la práctica de este deporte.

A través de las fuentes secundarias hemos podido acercarnos al mercado para conocer no solo el crecimiento de la práctica de este deporte si no el crecimiento de la organización de pruebas de triatlón que compiten en el mercado con este evento.

En general, tanto en la percepción obtenida en la fase cualitativa como en la fase cuantitativa la percepción de la satisfacción de los participantes con el Triathlon Vitoria-Gasteiz es muy alta.( 4,53 sobre 5). Los resultados van muy en sintonía con los que la empresa conocía por otras vías de comunicación con los participantes pero, mediante este estudio, se han obtenido datos que los avalan y servirán de punto de partida para el plan estratégico de la empresa. El evento principalmente destaca por su ambiente, su calidad organizativa y el trato a los participantes.

Sin embargo, no solo se trataba de conocer la satisfacción de los triatletas en las distintas fases de contacto con la empresa si no además se quería conocer los aspectos que más contribuyen a esta satisfacción y así mismo se han contrastado con los atributos más valorados por los triatletas en relación a estas marcas. En este sentido nos hemos encontrado con la dificultad de estimar si Triathlon Vitoria-Gasteiz se considera como el mejor triatlón de Europa.

También hemos podido valorar no solo los atributos de las marcas de triatlón de referencia mundial sino que las hemos contrastado con la valoración que los triatletas realizan sobre Triathlon Vitoria-Gasteiz concluyendo que a pesar de ser un triatlón independiente tiene asociados atributos de las marcas líderes.

En relación con la posibilidad de encontrar nuevas oportunidades de negocio a través del estudio de los hábitos de consumo de los participantes se han encontrado algunas áreas en las que la empresa podría ofrecer nuevos servicios de turismo, de fisioterapia o de creación o de clubes de triatlón.

## VALORACIONES Y AGRADECIMIENTOS

Las razones por las cuáles decidí realizar el Trabajo de fin de Grado en relación a una Investigación de Mercados fueron principalmente: el poder aplicar los conocimientos que a lo largo de estos años de aprendizaje en la UOC había podido adquirir y concretamente aquellos que estaban relacionados con el área de estadística e investigación más que con el marketing. Solamente por una cuestión de curiosidad y llevar al campo de trabajo áreas más desconocidas para mi ya que, en área de marketing y comunicación tengo más experiencia desarrollada en el mundo laboral desde hace varios años. Por lo tanto para mi era todo un reto.

Escogí un tema que conocía con el fin de que todo el esfuerzo pudiera compensarlo en un resultado práctico y útil para la empresa en la que desarrollo mis tareas como Directora de Marketing y Comunicación.

En este proceso he aplicado los conocimientos teóricos adquiridos y reforzado su conocimiento al tener que materializarlo. Me he encontrado con dificultades sobre todo de tipo técnico en relación al software necesario para llevar a cabo las fases de diseño y análisis.

A nivel personal el hecho de saber que las conclusiones derivadas del estudio iban a ser consideradas para llevar a cabo planes de acción y mejora ha sido estimulante, pero también algo estresante principalmente por el factor tiempo en esta época del año.

Ha sido un proceso de desarrollo y conocimiento de las herramientas y aplicación de los conocimientos muy gratificante que no hubiera sido posible sin el apoyo y paciencia del tutor Santi Ariste que me ha ayudado y facilitado material y apoyo en todo momento.

Finalmente, quisiera también agradecer a todas aquellas personas que me han facilitado la investigación, tanto los triatletas objeto de estudio con su generosa respuesta como a los compañeros de la empresa por su ayuda y a todos aquellos que me han aportado información y herramientas para la consecución de los objetivos de este estudio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Material de la UOC:

**Pedret Yebra, Ramon; Sagnier Delgado, Laura; García García, Ivette; Morell Deltell, Alexandre (2009).**

*Investigació de mercats.* (Segona edició). Barcelona: Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya.

ISBN: 978-84-692-3331-3

**Gibergans Bàguena, Josep; Gil Estallo, Àngel J.; Rovira Escofet, Carles (2009).**

*Estadística.* (Quartaedició). Barcelona: Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya.

**Elena Abascal, Ildelfonso Grande Esteban (2011)**

*Marketing Cuantitativo.* (segunda edición) Barcelona : Universitat Oberta de Catalunya,

ISBN: 9788469285213

### Sitios web

CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES – Licencias y Clubes. [sitio web]

<http://www.csd.gob.es/csd/asociaciones/1fedagclub/03Lic>

INE. Cultura y Ocio/ Principales resultados anuales [sitio web]

<http://ine.es/dynt3/inebase/index.htm?type=pcaxis&path=/t12/a115/a01/&file=pcaxis>

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE ANDALUCÍA [sitio web]

[www.triatlonandalucia.org](http://www.triatlonandalucia.org)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE ARAGÓN [sitio web]

[www.triatlonaragon.org](http://www.triatlonaragon.org)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE ASTURIAS [sitio web]

[www.triatlonasturias.org](http://www.triatlonasturias.org)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE BALEARES [sitio web]

[www.fetrib.com](http://www.fetrib.com)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE COMUNIDAD VALENCIANA [sitio web]

[www.triatlocv.es](http://www.triatlocv.es)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE CANARIAS [sitio web]

[www.fecantri.org](http://www.fecantri.org)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE CANTABRÍA [sitio web]

[www.fetricantabria.com](http://www.fetricantabria.com)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE CASTILLA LA MANCHA [sitio web]

[www.triatlonclm.org](http://www.triatlonclm.org)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE CASTILLA LEÓN [sitio web]

[www.triatloncastillayleon.com](http://www.triatloncastillayleon.com)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE CATALUÑA [sitio web]

[www.triatlo.org](http://www.triatlo.org)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE EXTREMADURA [sitio web]

[www.triatlonextremadura.com](http://www.triatlonextremadura.com)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE GALICIA [sitio web]

[www.fegatri.org](http://www.fegatri.org)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE MADRID [sitio web]

[www.triatlonmadrid.org.es](http://www.triatlonmadrid.org.es)

FEDERACIÓN DE TRIATLON DE MURCIA [sitio web]  
[www.trimurcia.org](http://www.trimurcia.org)  
FEDERACIÓN DE TRIATLON DE NAVARRA [sitio web]  
[www.navarratriatlon.com](http://www.navarratriatlon.com)  
FEDERACIÓN DE TRIATLON DE PAÍS VASCO [sitio web]  
[www.triatloi.org](http://www.triatloi.org)  
FEDERACIÓN DE TRIATLON DE LA RIOJA [sitio web]  
[www.delegacionriojanadetriatlon.eARs](http://www.delegacionriojanadetriatlon.eARs)

**Generalitat de Catalunya. Institut d'Estadística de Catalunya**

Anuario estadístico de Catalunya. 2014.

<http://www.idescat.cat>

**INE. Población de 25-64 años por grupo de edad, comunidad autónoma, sexo, nivel de formación y año.**

[http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259925481659&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param3=1259924822888](http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481659&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param3=1259924822888)

## ARTÍCULOS EN LÍNEA

Artículo: "Andalucía es la comunidad con más licencias de triatlón,3800"

Fecha de la publicación: 29.01.2015

[http://www.mundodeportivo.com/20150128/atletismo/andalucia-es-la-comunidad-con-mas-licencias-de-triatlon-3-800\\_54425198456.html](http://www.mundodeportivo.com/20150128/atletismo/andalucia-es-la-comunidad-con-mas-licencias-de-triatlon-3-800_54425198456.html)

Artículo: "Crecimiento positivo de todos los indicadores del Triatlón en la C.V."

**Federació de Triatló de la Comunidad Valenciana.**

Fecha de la publicación: 23.12. 2015

<http://www.triatlocv.org/116-noticias-triatlon/1964-crecimiento-positivo-de-todos-los-indicadores-del-triatlon-en-la-c-v>

**El Mundo. Prensa diaria on line.**

'Ironman es una marca atractiva para los patrocinadores'

Fecha de publicación: 3.05.2015

<http://www.elmundo.es/economia/2015/05/03/55436b8bca4741391e8b4577.html>

**Revista triatlón on line.**

"La franquicia Ironman anuncia nuevas fechas y nuevas localizaciones para las pruebas de 2016"

Fecha de publicación: 14.10.2015

<http://www.triatlonweb.es/calendario/articulo/nuevas-fechas-ironman-orient-europa>

**Artículo El Confidencial on line**

"Los autónomos se 'comen' a los asalariados: el 21% trabaja ya por cuenta propia. Noticias de Economía"

Fecha de publicación: 24.10.2014

[http://www.elconfidencial.com/economia/2014-10-24/los-autonomos-se-comen-a-los-asalariados-el-21-trabaja-ya-por-cuenta-propia\\_408011/](http://www.elconfidencial.com/economia/2014-10-24/los-autonomos-se-comen-a-los-asalariados-el-21-trabaja-ya-por-cuenta-propia_408011/)



## **PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS**

**Web Especializada: Runedia.com**

Calendario de pruebas de triatlón 2016. Información de pruebas de triatlón por mes y localidad.

<http://www.runedia.com/calendario-carreras/tipus/3ath/distmin/0%20km/pais/Espa%C3%B1a/>

**Web Especializada: Planeta Triatlón.com.**

Artículo: Calendario de triatlón de larga distancia 2016

Fecha de publicación: 14 octubre 2016

<http://www.planetatriathlon.com/calendario-de-triatlon-de-larga-distancia-2016/>

## **REVISTAS EN SOPORTE PAPEL**

**Revista Triatlón**

**2 artículos**

“En busca del triatlón perfecto desde la barrera”

“Merece la pena federarse”

Fecha de publicación: Diciembre 2015.



Memoria Trabajo Fin de Grado

## ANEXOS

**Formato PDF: ( a continuación)**  
**Carpeta Comprimida: Anexos.zip**  
**Documentos en formato excel**  
**Audios. entrevistas**

Anexo1. Cuadro licencias 2004-2014.xls  
Anexo2. Audios Entrevistas.zip  
Anexo3 Contrato Cesión de base de datos.pdf  
Anexo 4a.Cuestionario\_es.pdf  
Anexo 4b.Cuestionario\_eng.pdf  
Anexo 5a.Cuerpo mail\_es.pdf  
Anexo 5b.Cuerpo mail\_es.pdf  
Anexo 6.Estadísticas rápidas pdf  
Anexo 7. Todos 2014\_2015\_2016\_completo.xlsx  
Anexo 8.results-survey\_completa y codificada.xlsx  
Anexo 9. tablas de contingencia\_edición\_distancia  
Anexo10. Análisis multivariable.xlsx



## Sección A: TRIATHLON EN GENERAL

**A1. ¿Cuántos años lleva practicando triatlón?**

Desde este año (2015)

Desde el año pasado (2014)

Desde hace 2 años (2013)

Desde hace 3 años (2012)

Desde hace 4 años (2011)

Desde hace 5 años o más (2010 o antes)

**A2. ¿Podría indicarnos cuántos triatlones realiza en un año de cada una de las siguientes distancias?**

Distancia Sprint

Distancia Olímpica

Distancia Doble Olímpica

Distancia Half

Distancia Full









	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
Claridad de la información ofrecida en la reunión técnica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad de los servicios logísticos – servicio de autobuses a las transiciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad y situación de los avituallamientos de ciclismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad y situación de los avituallamientos de la carrera a pie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Profesionalidad y seriedad de los jueces en circuito.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amabilidad o trato por parte de los jueces	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Profesionalidad y seriedad del personal de organización en general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amabilidad o trato por parte de la organización en general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Control del drafting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organización de las salidas de natación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalización del circuito de ciclismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalización de la carrera a pie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**D3. A continuación, señale en una escala de 1 (Nada satisfecho) a 5 (Muy satisfecho) su satisfacción en relación a los siguientes aspectos generales del TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ:**

	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
Relación calidad-precio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambiente de la prueba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicios para los acompañantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oferta Turística de la ciudad de Vitoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oferta Hotelera de la ciudad de Vitoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**D4. ¿Cuál es su satisfacción global con el TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ?**

	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
Satisfacción global con el TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>





**F2. ¿Podría indicarnos qué cuota mensual paga por estar en su equipo de triatlón?**

20 euros o menos

De 21 a 50 euros

De 51 a 100 euros

Más de 100 euros

**F3. ¿Podría indicarnos qué cuota mensual paga a su entrenador personal?**

20 euros o menos

De 21 a 50 euros

De 51 a 100 euros

Más de 100 euros

**F4. ¿Acude usted a algún tipo de especialista en traumatología, fisioterapia, osteopatía, rehabilitación?**

Sí

No

**F5. ¿Con qué frecuencia visita a su especialista?**

Dos o más veces por semana

Una vez por semana

Cada 15 días

1 vez al mes

Cada 3 meses

1 o 2 veces al año



## Sección G: VISITA PASADA A VITORIA

**G1. A continuación le haremos algunas preguntas sobre su estancia en Vitoria-Gasteiz.**

**En su participación en años anteriores, ¿vino usted acompañado por personas que no participasen en el TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ?**

Sí, en mi grupo de visita había personas que no hacían la prueba

No, en mi grupo de visita todos participábamos en la prueba

No, vine sólo

**G2. ¿Qué personas formaban su grupo de viaje? Por favor, recuerde NO INCLUIR a las personas que participaban en la prueba.**

Me acompañaba mi familia

Me acompañaban unos amigos

Me acompañaban compañeros del equipo de triatlón que no participaban

Me acompañaban otras personas

**G3. ¿Cuántas personas formaban su grupo de viaje, incluyéndose usted? Recuerde NO INCLUIR a las otras personas que participaban en la prueba.**

**G4. ¿Cuántas noches pernoctó su grupo de viaje en Vitoria? Por favor, si se alojaron fuera de Vitoria, indique un cero.**

**G5. ¿Qué tipo de alojamiento utilizó para su estancia en Vitoria-Gasteiz?**

Hotel

Pensión

Alojamiento a través de Internet (por ejemplo, AirBnB)

Casa rural

Camping

Autocaravana

Casa de familiares o amigos

Otro tipo de alojamiento



**G6. Vamos a hablar ahora del gasto del grupo de viaje formado por usted y por las personas que no participaban en la prueba.**

**¿Aproximadamente, qué gasto al día dedicaron todo el grupo en su conjunto a cada una de los siguientes apartados?**

Alojamiento

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Alimentación y restaurantes

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Otros gastos

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**G7. Durante su última participación en el TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ, ¿llegó a visitar o a hacer turismo por la provincia de Álava?**

Sí

No

**G8. Y durante su última participación en el TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ, ¿llegó a visitar o a hacer turismo por otras zonas de Euskadi?**

Sí

No

## **Sección H: VISITA FUTURA A VITORIA**

**H1. A continuación le haremos algunas preguntas sobre su estancia en Vitoria-Gasteiz.**

**En su próxima participación, ¿vendrá usted acompañado por personas que no participarán en el TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ?**

Sí, en mi grupo de visita habrá personas que no participarán en la prueba

No, en mi grupo de visita todos participaremos en la prueba

No, iré sólo

**H2. ¿Qué personas formarán su grupo de viaje? Por favor, recuerde NO INCLUIR a las personas que participarán en la prueba.**

Me acompañaba mi familia

Me acompañaban unos amigos

Me acompañaban compañeros del equipo de triatlón que no participaban



Me acompañaban otras personas

**H3. Incluyéndose usted, ¿cuántas personas formarán su grupo de viaje? Recuerde tener en cuenta, además de usted, a todas aquellas otras personas que NO participarán en la prueba.**

**H4. ¿Cuántas noches pernoctará su grupo de viaje en Vitoria? Por favor, si se alojarán fuera de Vitoria, indique un cero.**

**H5. ¿Qué tipo de alojamiento tiene previsto utilizar para su estancia en Vitoria-Gasteiz?**

Hotel

Pensión

Alojamiento a través de Internet (por ejemplo, AirBnB)

Casa rural

Camping

Autocaravana

Casa de familiares o amigos

Otro tipo de alojamiento

**H6. Vamos a hablar ahora del presupuesto del grupo de viaje formado por usted y por las personas que no participarán en la prueba.**

**¿Aproximadamente, qué gasto al día tienen previsto dedicar todo el grupo en su conjunto a cada una de los siguientes apartados?**

Alojamiento

Alimentación y restaurantes

Otros gastos

**H7. Durante su próxima participación en el TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ, ¿tienen previsto visitar o a hacer turismo por la provincia de Álava?**

Seguro que sí

Probablemente sí

Probablemente no

Seguro que no



**H8. Y durante su próxima participación en el TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ, ¿tiene previsto visitar o a hacer turismo por otras zonas de Euskadi?**

Seguro que sí

Probablemente sí

Probablemente no

Seguro que no

## Sección I: DATOS DE CLASIFICACION

**I1. ¿Cuál es su ocupación actual?**

Trabajo por cuenta propia

Trabajo por cuenta ajena

No trabajo, estoy en paro

Estoy jubilado

Soy estudiante

Me ocupo de las tareas del hogar

Otras situaciones

**I2. ¿Cuál es su nivel de estudios finalizado?**

Sin estudios

Estudios de primaria

Estudios de secundaria

Bachillerato / FP

Grado universitario / Diplomatura

Master universitario / Licenciatura

Postgrado / Doctorado / Estudios de 3r ciclo



**I3. ¿Cuál es su nivel personal de ingresos brutos anuales?**

Sin ingresos

Hasta 12.000 euros

De 12.001 a 20.000 euros

De 20.001 a 28.000 euros

De 28.001 a 36.000 euros

Más de 36.000 euros

Prefiero no contestar



## Section A: TRIATHLON EN GENERAL

**A1. How long have you been practising triathlon?**

This is my first year (2015)

Since the last year (2014)

2 years ago (since 2013)

3 years ago (since 2012)

4 years ago (since 2011)

5 or more years ago (since 2010 or before)

**A2. ¿Could you please indicate the number of triathlons you race in each distance in one year?**

Sprint distance

Olympic distance

ITU Long distance

Half distance

Full distance









	Strongly dissatisfied	Quite dissatisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Quite satisfied	Strongly satisfied
Quality of logistical services – bus service to transitions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quality and placement of refreshment stations in the cycling race	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quality and placement of refreshment stations in the running race	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Professionalism and reliability of circuit judges	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kindness or treatment of circuit judges	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Professionalism and reliability of the organisational staff in general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kindness or treatment of the organisational staff in general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drafting supervision	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organization of swimming starts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cycling race signposting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Running race signposting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**D3. Please rate on a scale of 1 (strongly dissatisfied) to 5 (strongly satisfied) the following general elements of the TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ:**

	Strongly dissatisfied	Quite dissatisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Quite satisfied	Strongly satisfied
Price-quality ratio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Race atmosphere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Services for accompanying individuals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tourism in the town of Vitoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hotels in the town of Vitoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**D4. Please, indicate your overall satisfaction with TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ:**

	Strongly dissatisfied	Quite dissatisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Quite satisfied	Strongly satisfied
Overall satisfaction with TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>





**F2. Could you indicate your monthly spending for belonging to your triathlon team?**

20 euros or less

From 21 to 50 euros

From 51 to 100 euros

More than 100 euros

**F3. Could you indicate your monthly spending for your personal trainer?**

20 euros or less

From 21 to 50 euros

From 51 to 100 euros

More than 100 euros

**F4. Do you normally visit specialists such as traumatologist, physiotherapist, osteopath...?**

Yes

No

**F5. How often do you visit your specialist?**

Twice or more times a week

Once a week

Once every two weeks

Once a month

Once every three months

Once or twice a year

## **Section G: VISITA PASADA A VITORIA**

**G1. Let's talk about your stay in Vitoria-Gasteiz.**

**In your previous participation, did you come with people who did not take part in the TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ?**

Yes, in my group there were people who did not take part in the race

No, everyone in my group were participants

No, I came alone



**G2. Who was in your group? Please, EXCLUDE those who also took part.**

My family came with me

My friends came with me

Some triathlon mates who did not take part came with me

Other people came with me

**G3. Including yourself, how many people were in your travel group?  
Remember to include yourself and only those people that were NOT  
participating in the race.**

**G4. How many nights did you stay in Vitoria? If you stayed outside  
Vitoria, please indicate a zero.**

**G5. Which kind of accommodation did you stay in while in  
Vitoria-Gasteiz?**

Hotel

Hostel

Accommodation through Internet (such as AirBnB)

Rural accommodation

Camping

Motor home

Friends or relative's house

Other kind of accommodation

**G6. Now let's talk about the spending of your travel group, only  
considering you and those people who did not take part in the race.**

**Approximately, how much was the total daily spending in each of the  
following aspects?**

Accommodation

Food and restaurants

Other expenses



**G7. In your last participation in the TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ, did you visit the province of Alava?**

Yes

No

**G8. And in your last participation in the TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ, did you visit other regions of Euskadi?**

Yes

No

## **Section H: VISITA FUTURA A VITORIA**

**H1. Let's talk about your stay in Vitoria-Gasteiz.**

**In your next participation, will you come with people who will not take part in the TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ?**

Yes, in my group will be people who will not take part in the race

No, everyone in my group will be participants

No, I will come alone

**H2. Which people will make up your group? Please, remember EXCLUDE those companions who will also be taking part in the event.**

My family will come with me

My friends will come with me

Some triathlon mates who will not participate will come with me

Other people will come with me

**H3. Including yourself, how many people will be in your travel group? Remember to include yourself and only those people who will NOT participate in the race.**

**H4. How many nights will you stay in Vitoria? If you will stay outside Vitoria, please indicate a zero.**



**H5. Which kind of accommodation will you stay in while in Vitoria-Gasteiz?**

- Hotel
- Hostel
- Accommodation through Internet (such as AirBnB)
- Rural accommodation
- Camping
- Motor home
- Friends or relative's house
- Other kind of accommodation

**H6. Now let's talk about the spending of your travel group, only considering you and those people that will not participate in the race.**

**Approximately, how much will you spend daily in each of the following aspects?**

Accommodation	<input type="text"/>
Food and restaurants	<input type="text"/>
Other expenses	<input type="text"/>

**H7. In your next participation in the TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ, are you planning to visit the province of Alava?**

- Definitely yes
- Probably yes
- Probably not
- Definitely not

**H8. And in your last participation in the TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ, are you planning to visit other regions of Euskadi?**

- Definitely yes
- Probably yes
- Probably not
- Definitely not



## Section I: DATOS DE CLASIFICACION

### I1. Which is your current working situation?

- Self-employed
- Employed
- Unemployed
- Retired
- Student
- Homemaker
- Other

### I2. Which are your finished studies?

- Without qualifications
- Primary education
- Secondary education
- Further Education Qualification / Apprenticeship
- Graduate degree
- Master degree
- PhD

### I3. Which is your gross annual income?

- Without income
- Up to 12.000 euros
- From 12.001 to 20.000 euros
- From 20.001 to 28.000 euros
- From 28.001 to 36.000 euros
- More than 36.000 euros
- I prefer not answer



## Pasión por hacer las cosas cada día mejor.

Estimado/a [redacted]

En primer lugar, quisiéramos darte las gracias por participar en el Triathlon Vitoria-Gasteiz.

Ya estamos trabajando para que la edición 2016 sea para ti una experiencia inolvidable y poder ofrecerte mejores servicios.

Es para nosotros importante conocer tú opinión sobre diferentes aspectos para seguir mejorando.

Este cuestionario on-line te llevará como máximo 10 minutos.

Todas las respuestas que nos facilites serán anónimas y se utilizarán para fines estrictamente estadísticos, pudiéndose publicar los resultados globales.

Para acceder a nuestro cuestionario on-line, haz clic en el siguiente enlace y sigue las instrucciones en pantalla:

[redacted]

Le agradecemos enormemente el tiempo que va a dedicar a responder este cuestionario de satisfacción.

**Triathlon Vitoria-Gasteiz**



**triathlon**  
**Vitoria-Gasteiz**  
FULL & HALF • 10 JULY 2016

## The Passion to improve every day.

Dear [redacted]

Firstly we would like to thank you for participating in Triathlon Vitoria-Gasteiz.

We are already working to make the 2016 edition an unforgettable experience for you and to be able to offer you better services.

To this end, it is important for us to know your opinion about different aspects, so that we can continue to improve.

This online survey will take you 10 minutes at the most.

All the answers you provide will be anonymous and will strictly be used only for statistical purposes, with possible publication of the global results.

To access the online survey, click on the link below and follow the instructions:

[redacted link]

We gratefully thank you in advance for answering the survey.

**Triathlon Vitoria-Gasteiz**



**triathlon**  
Vitoria-Gasteiz

# ESTUDIO DE SATISFACCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE TRIATHLON VITORIA-GASTEIZ

**Autora: Itziar Galdos Valdecantos**

**Tutor: Santi Ariste Castaño**

**Grau en Màrqueting i Investigació de Mercats**

**Universitat Oberta de Catalunya**

**1er Semestre 2015/2016**