



TIPO DE ESTUDIO:

Estudio de Satisfacción de personas Usuarias

TITULO DEL ESTUDIO:

Estudio de opinión y percepción del abonado del Club de Campo Villa de Madrid.

ÓRGANO PROMOTOR:

Consejo de Administración Club de Campo Villa de Madrid

OBJETIVO DEL ESTUDIO:

Conocer la opinión y percepción del club por parte de los abonados del Club de Campo Villa de Madrid

UNIVERSO:

Abonados del Club de Campo Villa de Madrid: 31.141

TAMAÑO MUESTRAL:

1.518 cuestionarios válidos

ERROR DE MUESTREO:

Para un intervalo de confianza del 95% y con una heterogeneidad del 50%, el margen de error máximo es del 2.5 %

PROCEDIMIENTO DE MUESTREO:

No probabilístico de conveniencia

MÉTODO DE RECOGIDA:

Cuestionario electrónico distribuido de forma on line a las personas que figuraban como abonadas a la fecha de toma de datos.

METODOLOGÍA:

Cuantitativa y descriptiva

TEMAS ANALIZADOS:

Entre otras cuestiones se analizaron las siguientes:

- Perfil del cliente
- Hábitos deportivos
- Percepción del club
- Valoración del personal
- Información y uso de las tecnologías de la comunicación
- Índice de recomendación y satisfacción
- Valoración y satisfacción con la hostelería del club

FECHAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN:

Del 26 de octubre al 26 de diciembre

REALIZADO POR:

Empresa adjudicataria e importe:

Consultora Valgo, 3500 euros