



**Satisfacción de los usuarios de la estrategia juegos interactivos del Inder Medellín**

Dandenis Montes Guarín

Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte

Asesor

Andrés Leonardo Colorado

Universidad de Antioquia

Instituto Universitario de Educación Física y Deporte

Licenciatura en Educación Física

Medellín, Antioquia, Colombia

2018

## Tabla de contenido

<b>Resumen</b>	<b>3</b>
<b>Abstract</b>	<b>3</b>
<b>Introducción</b>	<b>4</b>
<b>Marco teórico</b>	<b>5</b>
<b>Metodología</b>	<b>8</b>
Diseño metodológico	8
Población y muestra	8
Instrumento	8
<b>Resultados</b>	<b>10</b>
<b>Resultados de cuestionario</b>	<b>14</b>
<b>Discusión</b>	<b>16</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>18</b>
<b>Proyección</b>	<b>19</b>
<b>Referencias</b>	<b>20</b>

## **Resumen**

Este estudio tuvo como objetivo identificar el nivel de satisfacción de los usuarios de la estrategia juegos interactivos del Inder Medellín en los puntos fijos de servicio. Para la recolección de datos se usó como instrumento la encuesta, en la que se abordaron las dimensiones del formador, instalaciones y materiales, actividades e imagen de la organización, utilizando para ello el instrumento propuesto por Nuviala Nuviala, Tamayo Fajardo, Iranzo Llopis y Falcón Miguel (2008). Se evaluó la fiabilidad de los datos usando el Alpha de Cronbach. Los resultados encontrados visibilizaron aspectos muy valorados por los usuarios como fueron la imagen de la organización, el personal y las instalaciones.

*Palabras clave:* Satisfacción, organización deportiva, juegos interactivos.

## **Abstract**

The purpose of this study was to identify the level of satisfaction of the users of the Inder Medellín interactive games strategy at the fixed service points. For data collection, the survey was used as an instrument, in which dimensions of the trainer, facilities and materials, activities and image of the organization were addressed, using the instrument proposed by Nuviala Nuviala, Tamayo Fajardo, Iranzo Llopis and Falcón Miguel (2008). The reliability of the data was evaluated using Cronbach's Alpha. The results revealed aspects that were highly valued by users, such as the image of the organization, staff and facilities.

*Keywords:* Satisfaction, sports organization, interactive games

## **Introducción**

La tecnología avanza de manera desmedida y con ella se generan cambios que interfieren en los estilos de vida de todas las personas. En estos cambios también influye la manera en la que niños, jóvenes e incluso los adultos de hoy, utilizan diferentes medios para la recreación, el ocio y también el deporte, entre los cuales se incluyen los elementos interactivos.

Basados en estas nuevas alternativas desde el Inder Medellín se genera una estrategia denominada juegos interactivos, que tiene como objetivo “fomentar el uso adecuado de la tecnología y el aprovechamiento del tiempo libre en adolescentes y jóvenes de la ciudad de Medellín” (Inder, 2017). La propuesta nace en 2011, tras la presentación de un proyecto en el que se argumenta según (Gallego, 2013) la necesidad de innovar en los procesos lúdicos y recreativos de la ciudad de Medellín, en los que se efectúe la utilización de nuevos implementos electrónicos que lleven la recreación de la ciudad a estar a la vanguardia de la era tecnológica del mundo y brindar accesibilidad a personas de escasos recursos a estos productos novedosos.

La recreación es una estructura fundamental en nuestros procesos de reconstrucción ciudadana, en la búsqueda antecedentes de investigación se encuentra que (Elisalde y Gomez, 2010) plantean las propuestas recreativas como actividades placenteras con potencial educativo. Esto permite relacionar esta oferta institucional como un agente que aporta a la estructura de los planes educativos, fomentando la construcción social mediante procesos recreativos apoyados en las nuevas tendencias tecnológicas.

En esta etapa del siglo XXI se puede evidenciar un impacto cada vez más profundo de la tecnología en la cotidianidad de toda la población, los niños y jóvenes buscan la alternativa de poseer o hacer uso de las nuevas tendencias electrónicas. La llegada de los juegos interactivos ha generado diferentes puntos de vista sobre sus factores positivos y negativos, pero por encima de ello han despertado un gran interés en los niños y jóvenes a nivel mundial. Ahora bien, sin lugar a duda se evidencia que la faceta de actividades interactivas que más impacto genera son los videojuegos, esto se sustenta en algunas investigaciones como la realizada en España en la que se concluye que este tipo de juegos constituyen el 54% del consumo del ocio audiovisual e interactivo en ese país durante el año 2007 (aDeSe, 2008).

Precisamente las salas de juegos interactivos Inder, centran su desarrollo en el uso de videojuegos, entregándoles un enfoque lúdico, recreativo y educativo, en el cual se guía a los usuarios sobre el uso responsable de la tecnología, esto a su vez requiere de una orientación preventiva para los usuarios de esta acción, en el que se establecen parámetros para el buen uso de estos implementos

tecnológicos y se potencian tipos de videojuegos y actividades que sean contribuyentes en el desarrollo de capacidades cognitivas y motoras.

Otra característica importante e influyente en el desarrollo y sostenimiento de la estrategia de juegos interactivos es, como se había mencionado anteriormente, brindar la posibilidad a niños y jóvenes, de acceder a las nuevas tendencias tecnológicas empleadas a nivel mundial como implementos de ocio y recreación, en la que se

encuentran diferentes tipos de consolas de videojuegos y algunos juegos de mesa, donde se facilite la posibilidad de interactuar con estos elementos y se tenga un servicio bien estructurado y de calidad por parte de la institución. Cabe resaltar que la mejor manera de evaluar si estos procesos están cumpliendo con los objetivos que se plantearon, es conociendo la satisfacción que tienen los usuarios, ya que estos indicaran su percepción, debilidades y fortalezas que hayan en la estrategia.

El desarrollo de esta propuesta nace tras la necesidad de “democratizar las propuestas recreativas y propiciar un cambio de paradigma hacia la recreación para la ciudad de Medellín, con ideas innovadoras y creativas que permitan la inclusión de todos los sectores con las nuevas tecnologías” (Gallego, 2013).

Por lo anterior, surge la necesidad de identificar si mediante esta estrategia direccionada por el Inder Medellín, se están consolidando los objetivos que con ella se plantearon. Es importante conocer el perfil sociodemográfico de los usuarios activos en las salas de juegos interactivos Inder, puesto que esto permitirá identificar a que poblaciones está impactando la estrategia y si es necesario plantear intervenciones en otras zonas del municipio.

Es importante identificar estos aspectos, con el objetivo de implementar estrategias que permitan mejorar la acción, tanto en la adecuación e implementación de los puntos, como en la capacidad de ofertar a los usuarios. Se puede resaltar que, mediante el análisis de los resultados otorgados por esta investigación, se identificaron las fortalezas y debilidades del programa, lo que permitirá intervenir en estos aspectos trabajando en la evolución de la propuesta juegos interactivos Inder.

### **Marco teórico**

Frente a la conceptualización y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, se ha realizado un amplio análisis desde la investigación, para este trabajo, se realizó un rastreo de algunos referentes que puedan dar luces sobre el tema.

En el ámbito internacional se encuentra que Teresa Lynch de Central Queen Sland University y Nick Szorenyi en University of the South Pacific (2003), indagaron sobre el significado que la gente asigna a las tecnologías de la información (TI) en las organizaciones educativas de la capital de la Isla de Fiji; mediante la realización de encuestas identificaron problemas culturales, de infraestructura y oportunidades de acceso por altos costos a las TI.

Posteriormente en España Villadangos y Labrador (2009), realizaron un estudio en el que analizaron el uso y abuso de las nuevas tecnologías (NT) en los menores; utilizaron una muestra en la que lograron identificar la facilidad de acceso a las NT y como principal hallazgo encuentran que el uso de los videojuegos se encuentra en el cuarto lugar en cuanto a las tendencias de las NT, por debajo de la televisión, el internet y el teléfono móvil.

Más tarde siguiendo el lineamiento de la accesibilidad de las personas a las nuevas TIC, se encontró que en Uruguay, Dodel (2010), analiza la evolución de acceso al PC e internet en los hogares urbanos Uruguayos entre 2001 y 2009, durante el artículo aborda cuestiones relativas al efecto de inequidades económicas al ingreso o uso de las TIC.

Ya en estudios más recientes se encontró que Choliz y Marco en (2017), realizaron una investigación en la que se analizó el control de la impulsividad y la prevención de adicción a los juegos; en esta remarcan apoyados en (Tejeiro y Bersabé, 2002) que el juego en exceso constituyen una actividad que puede convertirse en problemática. En el hallazgo de la caracterización sociodemográfica que se realiza a la población identifican que factores como el sexo y la edad no son influyentes en cuanto a temas de adicción en los videojuegos y que esta problemática va más arraigada a la falta de control en el uso de estas tendencias.

Ahora bien, entrando al ámbito nacional, se ubicaron artículos que hacen referencia en cuanto a caracterización de poblaciones y su accesibilidad, forma de uso y apoyo en las nuevas tendencias tecnológicas.

Bermúdez en (2006), realiza una caracterización del acceso y percepción de las TIC en una facultad de salud de la universidad Surcolombiana, en esta investigación se analizó la posibilidad de acceder internet y a otras tendencias tecnológicas como celulares y correo electrónico, esto se evaluó con diferentes herramientas en las que se utilizaron encuestas y caracterizaciones del perfil sociodemográfico. En el estudio también se pueden encontrar algunas hipótesis planteadas por autores, referentes al uso de las TIC de acuerdo al perfil socioeconómico.

Otro trabajo importante fue el realizado por Puerta Cortes y Carbonell (2013), en el cual, identificaron las características sociodemográficas y relacionaron con las aplicaciones más utilizadas en Internet, para tratar de entender el grado de uso del internet y sus aplicaciones, en una muestra seleccionada de estudiantes universitarios.

Unos años más tarde, (Avendaño, Cortes y Guerrero, 2015), desarrollaron un estudio con el fin de identificar los factores de desempeño en estudiantes de primaria con experiencia de desplazamiento forzado, asociados a su posibilidad de acceso a tecnologías de información y comunicación. Se analizaron los resultados de los reportes de

observación de conducta escolar, así como las características sociodemográficas y la opinión que tienen los padres de familia sobre el papel de las TIC en los procesos de aprendizaje de sus hijos.

Paralelamente se desarrolló una búsqueda bibliográfica que permitiera ilustrar acerca de la satisfacción del usuario y su importancia en el mantenimiento y desarrollo de programas relacionados con la recreación y las nuevas tecnologías.

La satisfacción es un constructo crítico que permite conocer o evaluar la percepción de un usuario sobre un servicio. El concepto de satisfacción ha sido abordado desde diferentes perspectivas y desarrollado por múltiples autores en campos laborales diferentes.

El tema de la satisfacción del cliente remarca importancia desde los años setenta donde llagaron a publicarse más de 500 estudios en este área de investigación (Hunt, 1982). Esta tendencia ha continuado y un estudio de Peterson y Wilson (1992) estima en más de 15.000 las investigaciones sobre satisfacción o insatisfacción del consumidor.

Más adelante Rey Martin, C. (2000) afirma que la satisfacción del usuario supone una valoración subjetiva del éxito alcanzado por el sistema de información, y puede servir como elemento sustitutivo de medidas más objetivas de eficacia que, a menudo, no están disponibles. Se puede considerar que la satisfacción es un indicador blando, con un marcado componente subjetivo, porque está enfocado más hacia las percepciones y actitudes que hacia criterios concretos y objetivos

Con el avance en las investigaciones de satisfacción del cliente, el concepto va teniendo ciertas modificaciones en el pasar de los años, autores como Moliner, B.; Berenguer, G. y Gil, I. (2001) opinan al respecto, que mientras en los años sesenta el interés de los investigadores era fundamentalmente determinar cuáles eran las variables que intervienen en el proceso de la formación de la satisfacción, en los años ochenta se va más lejos analizándose también las consecuencias del procesamiento de la satisfacción.

En cuanto al ámbito deportivo se encuentra que Nuviala, A., Tamayo, F., Iranzo, J., Falcón, D. en España (2008), crearon y validaron un instrumento para medir el nivel de satisfacción del usuario de organizaciones que prestan servicios deportivos en este país. En el instrumento se evalúan principalmente las escalas de percepción del servicio recibido desde cuatro dimensiones: técnicos deportivos, recursos materiales, actividades e imagen de la organización.

Con esta argumentación teórica, se puede establecer la importancia de conocer las características sociodemográficas y el nivel de satisfacción de los usuarios de la estrategia de juegos interactivos del Inder Medellín.

## **Metodología**

### **Diseño metodológico**

La presente investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo. Teniendo en cuenta que este enfoque representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos numéricos. (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

La investigación posee además, un diseño no experimental, de corte transversal ya que según Hernández en 2010, la recolección de los datos se estipula en un tiempo determinado, teniendo como propósito describir unas variables y analizar su incidencia en un momento dado.

El alcance de la investigación es descriptivo, ya que como lo plantea Hernández (2010), en este tipo de estudio se busca especificar las propiedades, características y los perfiles de un grupo, utilizando un instrumento para describirlo, el cual en este caso sería la encuesta.

### **Población y muestra**

La población a estudiar serán los usuarios de la estrategia juegos interactivos, del área de recreación de Inder Medellín. Para aplicar el instrumento la persona debe ser mayor de catorce años.

En la presente investigación, de acuerdo con Hernández (2010), se usó una selección de la muestra de clase no probabilística, a conveniencia, ya que, la selección de los usuarios no dependerá de la probabilidad, si no de causas relacionadas con unas características dadas por unas variables y de la proximidad y accesibilidad de los sujetos para el investigador.

### **Instrumento**

El instrumento que se utilizó fue la encuesta propuesta y validada por Nuviala, Tamayo, Iranzo y Falcón (2008), en el artículo “Creación, diseño, validación y puesta en práctica de un instrumento de medición de la satisfacción de usuarios de organizaciones que prestan servicios deportivos” el cual usa uno de los coeficientes más comunes para calcular la fiabilidad el Alpha de Cronbach que se orienta hacia la consistencia interna de una prueba y refleja el grado en que convocarían las preguntas que constituyen la escala. (Nuviala, Tamayo, Iranzo y Falcón 2008)



**Satisfacción del usuario de la estrategia juegos interactivos**  
**Marque con una X de acuerdo a la respuesta**

<b>Genero</b>	Masculino_____	Femenino_____								
<b>Edad</b>	Menor de 18 años__	Entre 18 y 25__	Mayor de 25 años__							
<b>Comuna</b>	1__	2__	3__	4__	5__	6__	7__	8__		
	9__	10__	11__	12__	13__	14__	15__	16__	50__	60__
	70__	80__	90__							
<b>Estrato</b>	1__	2__	3__	4__	5__	6__				
<b>Nivel escolaridad</b>	Prim__	Sec__	Tec__	Tecg__	Un__	Otro__				
<b>Estado civil</b>	Soltero__	Casado__	Unión L__	Divorciado__	Viudo__	Otro__				
<b>Ocupación</b>	Estudiante__	Empleado__	Desempleado__	Otro__						

**DIMENSIONES DE LA PERCEPCIÓN**

<b>FORMADOR</b>	MUY EN DESCUERDO 1	EN DESCUERDO 2	DE ACUERDO 3	MUY DE ACUERDO 4	TOTALMENTE DE ACUERDO 5
Es responsable el formador en los horarios de atención del punto.	1	2	3	4	5
Considera usted que el formador es amable con los usuarios.	1	2	3	4	5
Le gusta las actividades que realiza el formador mientras estas en las salas de juegos interactivos	1	2	3	4	5
Esta dispuesto el formador a resolver dudas y dificultades que se presentan mientras hace uso de los equipos.	1	2	3	4	5
Si usted tuviera que darle una calificación global al formador , siendo uno (1) lo más bajo y cinco (5) lo más alto, que le pondría	1	2	3	4	5
<b>INSTALACIONES Y MATERIALES</b>					
Considera usted que el espacio es el adecuado para el desarrollo de las actividades.	1	2	3	4	5
Como califica el estado de las consolas siendo uno (1) lo más bajo y cinco (5) lo más alto.	1	2	3	4	5
Son adecuados los televisores para el desarrollo de estas actividades	1	2	3	4	5
Los oferta de videojuegos es amplia y actualizada	1	2	3	4	5
Cuentan con buena implementación las salas, haciendo referencia a las sillas, mesas, cojines etc.	1	2	3	4	5
Si usted tuviera que darle una calificación global a las instalaciones de las salas de juegos interactivos, cual le daría siendo uno (1) lo más bajo y cinco (5) lo más alto.	1	2	3	4	5

<b>ACTIVIDADES</b>					
El tiempo de espera para poder hacer uso de los equipos de las salas es adecuado	1	2	3	4	5
Considera pertinente el tiempo de uso permitido en las consolas	1	2	3	4	5
Dispone de otro tipo de actividades lúdicas en las salas, mientras espera una consola.	1	2	3	4	5
Se implementan dinámicas que incentiven al buen uso de estos equipos	1	2	3	4	5
Aparte del préstamo del espacio y las consolas, se realizan diferentes actividades en estas salas de juegos interactivos.	1	2	3	4	5
Si usted tuviera que darle una calificación global a toda la estrategia, cual sería considerando que uno (1) es la calificación más baja y cinco (5) lo más alto.	1	2	3	4	5
<b>IMAGEN DE LA ORGANIZACIÓN</b>					
La información sobre el espacio y las actividades ofertadas por el instituto es adecuada.	1	2	3	4	5
La oferta es incluyente y le ha sido fácil involucrarse a ella.	1	2	3	4	5
El personal de servicio se encuentra disponible cuando se necesita.	1	2	3	4	5
El trato del personal de la instalación es agradable.	1	2	3	4	5
Si usted tuviera que darle una calificación global al INDER, cual le daría siendo uno (1) lo más bajo y cinco (5) lo más alto.	1	2	3	4	5

## **Resultados**

Luego de realizar la tabulación y la consolidación de los datos recolectados, se presenta el siguiente análisis en el ámbito del perfil social:

Los usuarios incorporados a la estrategia juegos interactivos, según los resultados arrojados por la encuesta, en la distribución de género el 85,4% son masculino (Tabla 1), teniendo este gran prevaencia en el uso de estas salas; en cuanto al rango de edad el mayor porcentaje lo obtuvieron las personas menores de 18 años con un 78,6%, seguidos de los usuarios que se encuentran en un rango de edad entre 18 y 25 años con el 16,0% e identificando que solo el 5,4% de población atendida en esta estrategia es mayor de 25 años (Tabla 2).

<b>Tabla 1 .Genero de los usuarios</b>		
Genero	Frecuencia	%
Masculino	64	85,4
Femenino	11	14,6
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

<b>Tabla 2. Rango de edad</b>		
Edad	Frecuencia	%
< 18	59	78,6
18-25	12	16,0
>25	4	5,4
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

Referente a las comunas se identifica el porcentaje más alto de encuestados son de la comuna 13 con el 24,0%, seguido por la comuna 8 con el 12,0% y la comuna 7 con el 10,6%; se ha logrado impactar otras comunas tales como comuna 4, comuna 5, comuna 6, comuna 9, comuna 11, comuna 12 y comuna 60, con porcentajes más bajos (Tabla 3); respecto al estrato socioeconómico de los usuarios de los puntos fijos de la estrategia juegos interactivos, se evidenció que el estrato al que más se impacta es al 2 con 52,2%, seguido del estrato 1 con un 26,6%, luego el estrato 3 se encontró valorado con un 14,6%, y el estrato 4 y 5 logran sumar un 6,9% (Tabla 4).

<b>Tabla 3. Comuna en la que vive</b>		
Comuna	Frecuencia	%
Comuna 4	6	8,4
Comuna 5	5	6,6
Comuna 6	7	9,3
Comuna 7	8	10,6
Comuna 8	9	12,0
Comuna 9	5	6,6

Comuna 11	5	6,6
Comuna 12	5	6,6
Comuna 13	18	24,0
Comuna 60	7	9,3
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

<b>Tabla 4. Estrato socioeconómico</b>		
Estrato	Frecuencia	%
1	20	26,6
2	39	52,2
3	11	14,6
4	4	5,3
5	1	1,3
6	0	0,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

Respecto al nivel de escolaridad el resultado más valorado es el de secundaria con 80,0%, siendo algo totalmente lógico ya que el mayor porcentaje de usuarios encuestados participes de esta estrategia es menor de 18 años, un 16% en el nivel de escolaridad se encuentra distribuidos de mayor a menor en tecnólogo, técnico y universitario, y el 4% restante hace referencia a las personas que calificaron en nivel primaria, comprendiendo que son personas que no terminaron su formación académica, puesto que la encuesta estaba dirigida a usuarios mayores de 14 años (Tabla 5); se identifica también que en relación al estado civil de los usuarios encuestados, el 70,6% de los usuarios son solteros, un 28,0% manifiesta estar en algún tipo de relación y solo el 1,4% de los usuarios son casados, cabe resaltar que las opciones de unión libre, divorciado o viudo no fueron valoradas por los usuarios a los que se le aplico la encuesta (Tabla 6); Respecto a la ocupación de los usuarios de la estrategia juegos interactivos, lamás valorada fue la de estudiantes con un 74,6%, siendo la respuesta con más prevalencia, el 12,0% de los usuarios manifiestan ser empleados, seguidos de un 8,0% que manifiesta estar desempleado en el momento y un 5,4% de usuarios que indican tener otra ocupación diferente (Tabla 7)

<b>Tabla 5 Nivel escolar</b>		
Nivel	Frecuencia	%
Primaria	3	4,0
Secundaria	60	80,0
Técnico	4	5,3

Tecnólogo	6	8,0
Universitario	2	2,7
Otro	0	0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

<b>Tabla 6. Estado Civil</b>		
Estado civil	Frecuencia	%
Soltero	53	70,6
Casado	1	1,4
Unión L	0	0,0
Divorciado	0	0,0
Viudo	0	0,0
Otro	21	28,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

<b>Tabla 7. Ocupación</b>		
Ocupación	Frecuencia	%
Estudiante	56	74,6
Empleado	9	12,0
Desempleado	6	8,0
Otro	4	5,4
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

De la totalidad de las encuestas se aplicó el 54,7% en el punto de juegos interactivos de estadio, siendo este el punto con más afluencia de personas que cumplían los criterios de inclusión para la aplicación del instrumento, seguido del punto de atención nuevo occidente con el 22,7%, luego sol de oriente con un 12,0% y por último Florencia con un 10,6% (Tabla 8). Se destaca que en este ítem interfiere directamente el tiempo que estuvo el encuestador en el punto y la actividad que estuviera realizando el formador, ya que en algunos de los casos se encontraba algún grupo específico como por ejemplo en estadio y nuevo occidente, lo cual permitió mayor ejecución en la realización de las encuestas.

<b>Tabla 8. Punto de atención</b>		
Punto	Frecuencia	%
N occidente	17	22,7
Florencia	8	10,6

Sol de Oriente	9	12,0
Estadio	41	54,7
Total	75	100,0

### Resultados de cuestionario

En la evaluación de la satisfacción de los usuarios de la estrategia juegos Interactivos del Inder Medellín, se inicia el análisis de los resultados en la dimensión de los formadores, encontrando una calificación alta con un promedio de 4,65 en las respuestas evaluadas de 1 a 5 (Tabla 9). Se evidencia que el ítem con mayor promedio de puntuación es el de la disposición del formador a resolver dudas y dificultades que presentan los usuarios mientras hacen uso de los equipos con 4,8 y, el aspecto con menor valor es el de las actividades extras que realiza el formador mientras se está en las salas de juegos interactivos con una calificación promedio de 4,56 siendo esta calificación igualmente positiva. En el análisis de la fiabilidad de la dimensión se encuentra un alpha de cronbach de 0,646.

Dimensión del formador						
<b>Tabla 9.</b> Estadísticos descriptivos						
E. Descriptivo	N	V. mínimo	V. máximo	$\bar{X}$	S	$\alpha$
D. Formador	75	3	5	4,65	0,579	0,646
N. Valido	75					

Legenda: N-Numero de muestra; V.minimo-Valor Minimo, V.maximo-Valor Maximo;  $\bar{X}$ -Media aritmetica o promedio; S-Desviación estandar,  $\alpha$ -Alpha de cronbach

Nota: Adaptación de dimensiones de la percepción (Nuviola et al, 2008, pp. 11). Elaboración propia en Excel

Respecto a la satisfacción que tienen los usuarios en cuanto la dimensión de las instalaciones y materiales, se encuentra que la mayoría de los usuarios tienen una muy buena percepción, ya que, el ítem que evalúa lo adecuado de implementos como los televisores para el desarrollo de estas actividades presenta el promedio más alto con 4,87, seguido del buen estado de las consolas el cual tuvo un resultado promedio de 4,85, teniendo dos valores muy altos en cuanto a esta dimensión; en el ítem que evalúa si la oferta de videojuegos es amplia y actualizada se encuentra una calificación promedio más baja con un 4,36, calificación que aunque sigue siendo positiva, muestra que hay una diferencia entre algunos usuarios que creen que la oferta de videojuegos es amplia y

actualizada y otros que consideran que se hace necesario intervenir en este parámetro para diversificar y traer nuevas alternativas de videojuego. El resultado que arroja el alfade cronbach es de 0,673 dando una buena valoración de fiabilidad a las respuestas obtenidas en este parámetro. (Tabla 10).

Dimensión de instalaciones y materiales						
<b>Tabla 10. Estadísticos descriptivos</b>						
E. Descriptivo	N	V. mínimo	V. máximo	$\bar{X}$	S	a
D. Ins. y mater.	75	3	5	4,47	0,504	0,673
N. Valido	75					

Leyenda: N-Numero de muestra; V.minimo-Valor Minimo, V.maximo-Valor Maximo;  $\bar{X}$ -Media aritmetica o promedio; S-Desviación estandar, a-Alpha de cronbach

Nota: Adaptación de dimensiones de la percepción (Nuviala et al, 2008, pp. 11). Elaboración propia en Excel

Continuando con la dimensión de las actividades, se identifica que en este apartado es el que tiene un promedio de respuesta más bajo con un valor de 4,49; se identifica que los usuarios valoran las diferentes actividades que se pueden realizar en las salas de juegos interactivos, aparte del préstamo de consolas y materiales con un promedio de respuesta del 4,77 siendo esta una valoración muy significativa, al mismo tiempo se evidencia que con unos puntajes menos valorados pero positivos, los usuarios muestran un cierto descontento con el tiempo de espera para poder hacer uso de los equipos de las salas con una calificación promedio 4,21, seguido de la pertinencia del tiempo de uso permitido en las consolas con una calificación promedio de 4,24. Siendo estos dos ítems los que poseen una calificación promedio más baja. En el análisis realizado con el alfade cronbach, esta dimensión obtiene una valoración del 0,695 indicando una buena fiabilidad de las respuestas.

<b>Tabla 11. Estadísticos descriptivos</b>						
E. Descriptivo	N	V. mínimo	V. máximo	$\bar{X}$	S	a
D. Actividades	75	2	5	4,49	0.667	0,695
N. Valido	75					

Leyenda: N-Numero de muestra; V.minimo-Valor Minimo, V.maximo-Valor Maximo;  $\bar{X}$ -Media aritmetica o promedio; S-Desviación estandar, a-Alpha de cronbach

Nota: Adaptación de dimensiones de la percepción (Nuviala et al, 2008, pp. 11).  
Elaboración propia en Excel

Finalizando con el análisis de las dimensiones evaluadas en la encuesta, se encuentra la imagen de la organización, la cual tuvo el porcentaje de respuesta promedio más alto con un 4,74, en esta dimensión el ítem mejor calificado es la calificación global al Inder Medellín, con una respuesta promedio de 4,85, indicando una percepción muy positiva de una mayoría de los usuarios con respecto a esta institución; en esta dimensión la valoración más baja tiene un promedio de 4,65, siendo esta calificación muy positiva, dicha valoración la tienen los ítems en el que se pregunta sobre la adecuada información sobre el espacio y las actividades ofertadas por el instituto y la disponibilidad del personal del servicio del Inder externo a la estrategia. Verificando la fiabilidad de las respuestas de esta dimensión, el alpha de cronbach arroja un valor del 0,552 indicando que hay una fiabilidad aceptable en cuanto a la calidad de respuestas obtenidas en esta dimensión.

Dimensión imagen de la institución						
<b>Tabla 12.</b> Estadísticos descriptivos						
E. Descriptivo	N	V. minimo	V.maximo	$\bar{X}$	S	a
D. Formador	75	3	5	4,74	0,460	0,552
N. Valido	75					

Leyenda: N-Numero de muestra; V.minimo-Valor Minimo, V.maximo-Valor Maximo;  $\bar{X}$ -Media aritmetica o promedio; S-Desviación estandar, a-Alpha de cronbach

Nota: Adaptación de dimensiones de la percepción (Nuviala et al, 2008, pp. 11). Elaboración propia en Excel

## Discusión

Al obtener los resultados de las encuestas en la que se evalúa la satisfacción de los usuarios de la estrategia juegos interactivos del Inder Medellín, se hace necesario revisar la valoración que se les dio a estos parámetros, comparándolos con algunas investigaciones similares, lo que permite evidenciar los factores más fuertes y los procesos en los que se debe intervenir para mejorar la calidad del servicio.

Empezando con la dimensión de los formadores se encuentra que los usuarios valoran la disposición que tiene el formador a resolver dudas y dificultades que se presentan mientras hace uso de los quipos de la sala. Al revisar otras investigaciones, como las realizada por (Nuviala y Cols, 2008; Tamayo y Nuviala, 2012; Colorado y Molina, 2017)



se constata que generalmente la valoración al formador es la dimensión mejor calificada, a diferencia esta investigación esta dimensión queda en segundo lugar, siendo superado por la imagen de la institución, resultado totalmente comprensible debido a la fuerza que tiene el instituto de recreación y deportes de Medellín y lo significativo que es este para sus habitantes, ya que, el Inder está calificado como la segunda mejor entidad de la ciudad, siendo solo superada por el Metro de Medellín según la encuesta realizada por la alcaldía de Medellín, en la encuesta de percepción a la ciudadanía Medellín como vamos, 2017.

Pasando a la dimensión de instalaciones y materiales, se identifica que este ítem es el menor valorado de los cuatro, coincidiendo con la investigación realizada por Tamayo y Nuviales, 2012, donde también las instalaciones y los espacios fueron la menor valorada, diferenciado que la calificación de los usuarios de las salas de juegos interactivos también tiene un valor muy positivo.

En cuanto a la dimensión de las actividades continua con el lineamiento de valores muy positivos en la percepción de la estrategia, se encuentra que el ítem mejor valorado fue el dieciséis, en el cual los usuarios consideran que las actividades realizadas en las salas contribuyen al desarrollo personal y social. Se identifica que algunos de los promedios de respuesta en esta dimensión se encuentran valorados con promedios de respuesta bajos, en comparación a los demás ítems, como en el caso de la pregunta doce que indaga sobre la pertinencia del tiempo de espera para poder hacer uso de los equipos de las salas. Aunque los ítems de la dimensión de actividades, son diferentes a los de Tamayo, Nuviala, Irazano y Falcón, 2008, la valoración general de dimensión es muy similar. Lo mismo sucede con la investigación realizada en la cantera de Héroes de Envigado, por (Colorado y Molina, 2017), donde el promedio de la dimensión de actividades es muy próximo al arrojado en esta investigación de la estrategia juegos interactivos.

En el análisis de la imagen de la organización, última dimensión evaluada, se encontró que los resultados obtenidos son valorados de una forma muy positiva, siendo esta la dimensión mejor valorada de las cuatro evaluadas. Se destaca que la pregunta con mayor promedio de respuesta es la calificación global al Inder Medellín, siendo un ítem muy importante que destaca la labor que viene realizando el instituto. Este parámetro muestra diferencias en cuanto a la valoración de la dimensión con otras investigaciones, caso tal en la investigación realizada por (Nuviala y Cols, 2008; Nuviala y Cols, 2012) en donde los resultados de los ítems son menores, también sucede lo contrario en la investigación de (Colorado y Molina, 2017), donde esta dimensión es la menor valorada, siendo un factor muy positivo para el Inder de Medellín tener una muy buena imagen ante los usuarios de sus servicios.

## Conclusiones

La estrategia de juegos interactivos del Inder Medellín, viene realizando un buen proceso acorde a los resultados de satisfacción que manifiestan los usuarios encuestados. En general la valoración es muy positiva, llevando un orden de satisfacción de mayor a menor empezando con la buena imagen de la organización, seguido de los formadores, las actividades y por ultimo las instalaciones y materiales.

Se destaca la disponibilidad y amabilidad de atención por parte de los formadores; al mismo tiempo se identifica que el formador debe incentivar a los usuarios a realizar otras actividades mientras estos se encuentran en las salas. Referente a los espacios, se hace evidente el agrado de los usuarios en cuanto a las tecnologías de las que disponen estas salas, haciendo referencia a las consolas, los televisores y el lugar como tal. Se debe realizar un análisis más profundo en cuanto a la oferta de videojuegos, basados en la diversidad de población que se atiende, referente al género y edad, lo que influye en la diferencia de gustos en la práctica de estas actividades, esto se ve manifestado en las encuestas donde para muchos usuarios la oferta de videojuegos es amplia y actualizada, pero un buen porcentaje considera que hace falta otras alternativas de videojuegos.

En cuanto a las actividades, se valora que la sala cuenta con diferentes elementos para realizar otras actividades lúdicas mientras no están en las consolas. Se genera un contraste en cuanto a la relación tiempo de espera y tiempo de uso, puesto que algunos de los usuarios encuestados manifiestan que en ocasiones el tiempo de espera para hacer uso de los equipos es muy amplio, comparado con el tiempo de uso que pueden hacer de estos; en estos ítems influye la demanda que tiene el punto de atención, la cual varía acorde a el horario en el que se está haciendo uso del servicio.

De la imagen de la organización, se resalta la buena percepción que tienen los usuarios de esta institución, resaltando la facilidad de participación en la oferta, la disponibilidad y amabilidad del personal de servicio y la información que la estrategia brinda. Es muy importante resaltar que el buen desempeño de la estrategia, contribuye a la buena percepción y valoración que le dan los usuarios al Inder Medellín, motivo por el cual se encuentra evaluada como una de las organizaciones más queridas por los ciudadanos.

## Proyección

Basados en la gran estructura que tiene la estrategia de juegos interactivos del Inder Medellín, es pertinente potenciar el proceso para que sea este el pionero a nivel local, departamental y nacional, de una alternativa recreo-deportiva, que en otros países del mundo como Alemania y Estados Unidos ya se encuentra en desarrollo.

Es importante pensar que el potencial que tiene la estrategia está en capacidad, no solo de ser una propuesta recreativa, si no de empezar a incursionar jóvenes de nuestra ciudad en esta tendencia creciente a nivel mundial de deportes electrónicos. Para esto se debe pensar en abrir un espacio en las salas interactivas, en la que no solo se facilite el espacio, sino que además se estructure un proceso, en el que al igual que en cualquier modalidad deportiva se haga una selección de los usuarios con mayor desempeño, y se desarrolle un planteamiento metodológico de entrenamiento y competencia.

Este proyecto abriría las puertas a la creación de Clubes y Ligas deportivas enfocadas a los deportes electrónicos, con las que se cambiaría la percepción que se tiene de los videojuegos, catalogándolas como actividades nocivas y adictivas, llevándolas a un plano de uso responsable de los aparatos electrónicos, complementados de rutinas de entrenamiento que fortalezcan las capacidades cognitivas y físicas, acá cabe resaltar las declaraciones de Alfonso 'Mithy' Aguirre, 2017, jugador profesional de League of Legends en las que indica que para ser un jugador profesional de juegos electrónicos se hace necesario “estar en un buen estado físico, comer bien y realizar prácticas deportivas.”

El Comité Olímpico Internacional está considerando catalogar a los eSports como “actividad deportiva” abriendo camino para lograr su participación en los olímpicos Paris 2024. Thomas Bach, presidente del Comité Olímpico Internacional declara que los videojuegos "son una industria con mucho éxito, pero todavía no está realmente organizada". Con esto se deja abierta la puerta, sobre la posibilidad de convertir los juegos electrónicos en una modalidad deportiva, lo que incentiva a realizar procesos, para estar a la vanguardia de las disciplinas deportivas del siglo XXI. Aparte de esto, se puede analizar la propuesta desde una perspectiva de desarrollo, considerando que en la actualidad, esta industria mueve millones de dólares y que gracias a su impacto cada vez más personas, compañías e incluso entidades deportivas del mundo se interesen en invertir en estas propuestas, buscando tener su propio equipo de jugadores que estén en capacidad de competir a nivel mundial.

## Referencias

### *Bibliografía*

- Colorado, A. & Cardozo, E. (2017) *La Satisfacción de los Clientes del Proyecto Cantera de Héroes del Envigado F.C. Revista Búsqueda Nro 18, 36-47*
- Diana Ximena Puerta Cortés, X. C. (2013). *Uso problemático de Internet en una muestra de estudiantes universitarios. Bogota, Colombia.*
- Dodel, M. (2010). *Acceso a las TIC en hogares del Uruguay urbano: logros y desafíos para la asentar los pisos. Montevideo, Uruguay.*
- Etxeberria, Felix; (2008). *VIDEOJUEGOS, CONSUMO Y EDUCACIÓN. Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, Noviembre, 11-28. <http://www.redalyc.org/html/2010/201017343002>*
- Gallego, S. C. (2013). *Sistematización de juegos interactivos. Medellín.*
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*
- HUNT, H.K. (1982). "A 10 based on expectations but normatively a 3.6371", en Day, R.L. y Hunt, H.K. (eds.), *Proceedings of the 7th Annual Conference on Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, University of Tennessee, Knoxville, octubre, pgs. 130-131*
- Medellin, I. (2017). *Inder.gov.co. Obtenido de [www.inder.gov.co](http://www.inder.gov.co)*
- MOLINER, B.; BERENGUER, G. y GIL, I. (2001). "La importancia de la performance y las expectativas en la formación de la satisfacción del consumidor", *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa, Vol. 7, nº 3, pgs. 155- 172*
- Narvaes, L. E. (2006). *CARACTERIZACIÓN DEL ACCESO Y PERCEPCIÓN DE LAS TIC. Neiva, Huila, Colombia.*
- Nuviala, A., Tamayo, F., Iranzo, J., Falcón, D. en España (2008) " Creación, diseño, validación y puesta en práctica de un instrumento de medición de la satisfacción de usuarios de organizaciones que prestan servicios deportivos"
- Rey Martin, C. (2000) " LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO: UN CONCEPTO EN ALZA"

*Silvia M Villadangos, F. J. (2009). Menores y nuevas tecnologías ¿Uso o abuso? Obtenido de Anuario de psicología clinica y de salud (APCS): [http://institucional.us.es/apcs/doc/APCS\\_5\\_esp\\_75-83.pdf](http://institucional.us.es/apcs/doc/APCS_5_esp_75-83.pdf)*

*Teresa Lynch, N. S. (2003). El significado que la gente asigna a las tecnologías de la información (TI).*