



La calidad percibida de los usuarios del Departamento de Deportes de la Universidad de Antioquia en el año

2018 Diseño y Validación de un Instrumento

THOMAS ARANGO LÓPEZ & CARLOS MARIO GARCÍA

Estudiantes

MG. JOSUE ÁLVAREZ

Asesor

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE EDUCACIÓN FÍSICA

LICENCIATURA EN EDUCACIÓN FÍSICA – ENFASIS ADMINISTRATIVO

MEDELLÍN

2018/2

Dedicatoria

La concepción de este trabajo está dedicada en primer lugar a Dios por acompañarme con sabiduría y salud en cada paso que doy para hacer realidad mis proyectos y objetivos, está dedicado enteramente a mis padres Alba Nora López y William Arango por el apoyo y confianza que me brindaron durante toda la carrera profesional, igualmente a todos los profesores y personas con su capacidad y compromiso que influyeron positivamente en mi formación como licenciado de educación física en la Universidad de Antioquia.

Thomas Andersson Arango López

Dedicatoria

El Presente trabajo está dedicado en primera instancia a Dios ya que gracias a el he podido concluir de la mejor manera mi carrera universitaria. A todo mi núcleo familiar y en especial a mi señora madre María Lirian González, porque ella siempre estuvo presente apoyándome y esforzándose para hacer de mí una mejor persona siendo mi fuente de motivación e inspiración. De igual manera a todos los profesores que contribuyeron a mi formación académica aportándome su tiempo y conocimiento para que esto hoy en día fuera posible.

Carlos Mario García González

Agradecimientos

Extendemos nuestros más sinceros agradecimientos, a todas las personas que intervinieron e influyeron en este proyecto de investigación, especialmente a el profesor Josué Álvarez Hernández por brindarnos su conocimiento, paciencia y tan destacable actitud para asesorarnos en este trabajo, igualmente le agradecemos a la profesora Ángela Múnera Dúran por su constante presencia y su gran experiencia en beneficio de la investigación.

Le damos un reconocimiento de gratitud a todos los usuarios, quienes acudieron voluntariamente al diligenciamiento del cuestionario para evaluar los servicios y a los expertos académicos que nos brindaron sus conocimientos y experiencia para aportar a este proyecto investigativo. Agradecemos a todo el equipo administrativo del Departamento de Deportes de la Universidad de Antioquia en cabeza del Jefe de deportes Juan Gabriel García, la cooperadora Neibis Tarraz, el cooperador Mario Galvis, coordinador de Prosa John Enrique García y la coordinadora Karen Ramírez, por brindarnos la confianza, autonomía y el respaldo para lograr validar el instrumento de medición como resultado de todo un año de trabajo constante.

Thomas Arango & Carlos Mario García.

Tabla de contenido

1 Planteamiento del problema	9
2 Antecedentes	13
3 Justificación	16
4 Objetivo general	18
5 Objetivos específicos	18
6 Marco teórico	18
6.1 Usuario	18
6.2 Calidad	19
6.3 Satisfacción.	20
6.4 Servicio	20
6.5 Servicios Deportivos	21
6.6 Instrumento De Medición De Satisfacción	21
7 Metodología	23

	5
Pro y contras de los instrumentos según las necesidades del proyecto	25
8 Resultados	27
Dimensión de Actividad.	30
Dimensión de Talento Humano.	31
Dimensión de Infraestructura y Material.	32
Dimensión de Comunicación.	33
9 Discusión	34
10 Conclusiones	36
11 Recomendaciones	37
12 Referencias	38
12 Anexos	41

Lista de Tablas

Tabla 1 Recolección de instrumentos	14
Tabla 2 TM-SatisDep3- Piloto.....	25
Tabla 3 TM-SatisDep3- Piloto.....	25
Tabla 4 TM-SatisDep 2, Prueba Piloto.....	25
Tabla 5 Instrumentos más acordes con las características propias y funcionales	25
Tabla 6 Resultados TM-SatisDep2	28
Tabla 7 Resultados TM-SatisDep3	28
Tabla 8 Estadísticos TM-SatisDep3, Actividad.....	30
Tabla 9 Estadísticos TM-SatisDe2p, Actividad.....	30
Tabla 10 Estadísticos TM-SatisDe2p, Talento Humano	31
Tabla 11 Estadísticos TM-SatisDep2, Talento Humano	31
Tabla 12 Estadísticos TM-SatisDep3, Infraestructura y Material	32
Tabla 13 Estadísticos TM-SatisDep2, Infraestructura y Material	32
Tabla 14 Estadísticos TM-SatisDep3, Comunicación	33
Tabla 15 Estadísticos TM-SatisDep2, Comunicación.....	33
Tabla 16 TM-SatisDep3, Resultados	34
Tabla 17 TM-SatisDep2, Resultados.....	34
Tabla 18 EPOD-Resultados	35

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Sociodemográfico, Servicio	29
Ilustración 2 Sociodemografico genero	29

Anexos

Anexo A. Carta a expertos	41
Anexo B. Consentimiento informado	42
Anexo C. Habeas data	43
Anexo D. Información sociodemográfica del instrumento de medición del nivel de satisfacción en los servicios deportivos del Departamento de Deportes UdeA (T.M SatisDep)	44
Anexo E. Instrumento de Medición del nivel de satisfacción en los servicios deportivos del Departamento de Deportes UdeA (T.M SatisDep).....	45

Validación de un instrumento para medir la calidad percibida de los usuarios del Departamento de Deportes de la Universidad de Antioquia

¿Cuál es la calidad percibida de los usuarios de los servicios del Departamento de Deportes de la Universidad de Antioquia?

Resumen: Esta investigación de enfoque cuantitativo tiene como finalidad, validar un instrumento que permita medir la percepción de calidad del servicio según el nivel de satisfacción que tengan los usuarios de algunos programas, eventos y servicios del Departamento de Deportes de la Universidad de Antioquia. A través del software SPSS el instrumento obtuvo resultados con alta consistencia interna en sus dimensiones de calidad, generando confiabilidad en sus características y funcionalidad específica en el contexto universitario, aportando a la mejora continua de la organización deportiva y la gestión administrativa en su misión de Bienestar Universitario.

Abstract: The purpose of this work is to validate an instrument that allows measuring the perception of service quality according to the level of satisfaction that users of some programs, events and services of the Department of Sports of the University of Antioquia, since the application of an instrument that recognizes in its dimensions of quality, its own and functional characteristics for the continuous improvement of the sports organization and administrative management in its mission of University Welfare.

Palabras clave: Percepción, satisfacción del usuario, Servicios deportivos, instrumento de evaluación.

KeyWords: Perception, User satisfaction, Sports services, Measurement Tool.

Introducción

1 Planteamiento del problema

Según el Consejo Nacional de Educación Superior (CESU) y en cumplimiento con el artículo 117 de la ley 30 de 1992, Cada institución de educación superior dentro de su estructura organizacional debe contar con una Dirección de Bienestar Universitario el cual debe apuntar al desarrollo humano, al mejoramiento de la calidad de vida de cada uno de los miembros de la comunidad universitaria (docentes, estudiantes, empleados y jubilados), entender el grupo institucional como un todo y por lo tanto, de la educación superior. Bienestar Universitario debe definir estrategias para fomentar la participación y la inclusión, la oferta de este debe ser amplia, diversa y atractiva para obtener el mayor número posible de oportunidades y alternativas para toda la comunidad universitaria.

Por las directrices anteriores el Consejo Superior Universitario de la Universidad de Antioquia acuerda expedir el sistema de bienestar universitario donde expresa que se deben generar las condiciones institucionales ético-pedagógicas que faciliten la convivencia y la tolerancia entre los miembros de la comunidad, trascendiendo los ámbitos académico y laboral.

La Universidad de Antioquia como institución pública de educación superior, según los parámetros de Bienestar Universitario, busca ese acompañamiento a los estudiantes, docentes y empleados en su quehacer académico y laboral, ofreciendo programas y servicios desde los diferentes departamentos de su sistema de Bienestar como; Desarrollo Humano, Promoción de la salud y prevención de la enfermedad y el departamento de Deportes. (Sistema Bienestar Universitario, 2000).

El Departamento de Deportes, apoya la gestión de Bienestar Universitario, con la promoción y prevención de la salud, diseñando y ejecutando programas como; actividades deportivas, formativas y recreativas con el fin de contribuir y mejorar la salud física y psíquica de la comunidad universitaria.

Dentro del organigrama que estructura el Departamento de Bienestar Deportivo o Jefatura de Deportes de la Universidad de Antioquia, se encuentra; Prosa y actividad física para la salud, deporte recreativo, deporte representativo, deporte formativo y deporte en tu región que conforman la ramificación administrativa que está a cargo de los programas y servicios que se le ofrecen a la comunidad universitaria.

El Departamento de Deportes al tener a cargo escenarios deportivos, la organización de eventos y la gestión de recursos para ejecutar las actividades, programas y eventos. Necesita de una metodología que le permita evaluar y medir la calidad de toda su oferta desde la óptica o percepción de satisfacción de la comunidad universitaria. El servicio ofertado a la comunidad universitaria, no es más que; “el trabajo, actividad o beneficio que le produce satisfacción a un consumidor” (Duque, 2005).

Actualmente el deporte es un pilar fundamental para Bienestar de la Universidad de Antioquia ya que le proporciona a toda la comunidad universitaria espacios de prácticas deportivas, recreación, esparcimiento y aprovechamiento del tiempo libre. En este contexto y debido a la importancia de evaluar los procesos y los objetivos propuestos en cada servicio, da origen a ese interés y necesidad por conocer el nivel de satisfacción que presentan los usuarios de un evento o proyecto deportivo, siendo parte de la búsqueda constante de la calidad y mejora de las organizaciones y gestores deportivos. “La satisfacción del consumidor no es un elemento unitario que se pueda separar de la gestión y marketing de la empresa” (Luna A et alter. 1998).

La importancia de evaluar los servicios deportivos en el contexto universitario, donde se vincula su práctica a el bienestar y no al costo/beneficio de la comunidad universitaria, toma una gran relevancia para el Departamento de Deportes al medir la calidad sus procesos como encargado oficial de ofrecer los espacios para la utilización del tiempo libre a través de la actividad física y el deporte, además de fomentar el disfrute y la sana convivencia. Pero no solo basta con que se preste un servicio, sino que también sea un servicio de calidad y que genere una satisfacción y adherencia en los usuarios.

El interés actual de las organizaciones deportivas se basa fundamentalmente en el concepto de excelencia o mejoramiento de los servicios y que a través de este se logre la fidelización de los usuarios, además que se seduzcan más personas para que hagan uso del recurso y así aumentar la población intervenida, es allí donde radica la importancia de saber la satisfacción que tienen las personas frente a los servicios que se les presta y de esta manera le permita desarrollar estrategias o procesos de mejora en la calidad.

La dificultad que presenta la ausencia de instrumentos validados y confiables para la evaluación de aquellos servicios prestados desde cada una de sus áreas de impacto como organización deportiva. Motiva a esta investigación a la búsqueda de la especificidad en la creación y validación de un instrumento validado y confiable que permita su debida aplicación.

Esta investigación entonces, nace bajo la necesidad conocer la calidad percibida que tienen los usuarios de los diferentes servicios del Departamento de Deportes de la Universidad de Antioquia, ya que actualmente solo se encontró la implementación que hubo de diferentes cuestionarios de evaluación para verificar y analizar procesos en el mejoramiento continuo según un sistema de gestión de calidad, además de lo anterior, no cuentan con un instrumento que les permita medir o evaluar la calidad de cada uno de los servicios y les dé la posibilidad de analizar aspectos fundamentales dentro de sus propias dimensiones a la hora de prestar un servicio, conociendo sus debilidades y fortalezas.

La percepción de los usuarios, trata de una comparación que hace el sujeto entre los estímulos que recibe y toda la clasificación, ordenamiento y un sistema de categorías que ya tiene construido experiencialmente, que terminan conformando los referentes perceptuales por los cuales el sujeto identifica y transforma las nuevas experiencias y las hace comprensibles dentro de la realidad colectiva (Martín 2000). Es decir, esas nuevas experiencias sensoriales dependen de una estructura conceptual que el sujeto tiene muy probablemente dictado por su contexto cultural y de ahí ya puede reconocer y comprender dentro de un paradigma todos los eventos que se le presentan.

Teniendo en cuenta que la percepción construye el paradigma de la realidad colectiva y desde ese sistema de creencias básicas, se comprende que es de suma importancia dicha opinión para la investigación, y así orientarse hacia el fenómeno de la satisfacción de los sujetos que participan del servicio.

La medición de la satisfacción en los usuarios que participan de los servicios deportivos es importante para conocer la calidad percibida sobre los procesos efectuados en cada servicio. Por ello se realizó una búsqueda de instrumentos confiables que midieran la satisfacción en contextos universitarios, pero encontrar estudios en este medio y de esta naturaleza, reflejó la falta de un método de medición para conocer realmente la calidad percibida en los servicios universitarios.

La escala de medición que es considerada como madre y funciona como cimiento para el resto de las escalas es él; SERVQUAL (Service quality) elaborada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985). Ilustró a muchos instrumentos actualmente sobre los pasos a seguir para la medición de la satisfacción, brindandoles una referencia y bases para diseñar y aplicar las escalas de medición en sus respectivos contextos o medios, tales como; Calabuig, Quintanilla y Mundina (2008) con el NEPTUNO creado especialmente para servicios náuticos, el diseño de Kim y Kim (1995) QUESC para centros deportivos Coreanos o incluso la misma escala de medición de Nuviala, Tamayo, IRanzo y Falcón (2008) que diseñaron el EPOD para medir la percepción de las organizaciones deportivas y sus servicios prestados en España, que luego se derivaría en el EPOD2 de Nuviala, Grao-Cruces, Tamayo-Fajardo, Nuviala, Álvarez y Fernández-Martínez (2013) midiendo la calidad, valor y satisfacción de los usuarios de los servicios deportivos públicos y privados.

La satisfacción del usuario, según Bigné y Andreau, (2004) en su investigación *los antecedentes teóricos conceptuales desde un enfoque cognitivo-afectivo* encuentran que las emociones se presentan como variables altamente influyentes en el resultado de la valoración que le da él consumidor o usuario a el servicio, en su juicio evaluativo post-consumo. Además, es claro que la satisfacción está sujeta a cambios, según diferentes situaciones, mientras que la calidad es la que perdura y genera certeza; “la satisfacción tomada como una evaluación sujeta a cambios en cada transacción según la opinión del usuario del servicio que le modifica su lealtad a diferencia de la calidad percibida que es una evaluación más estable en el tiempo”. Morales y Hernández, (2004). Es entonces la calidad percibida lo que genera el compromiso y la preocupación por medir la satisfacción post-consumo de los usuarios de los servicios brindados.

La pregunta de cómo lograr la calidad en estos servicios deportivos, partiendo de que el concepto de calidad se trata de un componente comportamental del producto, que entre mejor esté planeado y ejecutado, mejor será la satisfacción; la calidad se define desde el punto de vista

comportamental que contiene un producto con sus diversas características, que resultan en una satisfacción y desde el punto de vista de la ausencia de deficiencias que evita que el producto cree una insatisfacción, definiendo la calidad como una simple adecuación al uso. Juran, (2008).

Una característica elemental de la calidad es traducir las necesidades inmediatas y futuras de los usuarios en fenómenos medibles para generar la satisfacción de los usuarios beneficiados por el producto; la calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, haciendo que un producto se diseñe y fabrique para brindar la satisfacción en relación con el costo según lo expresa (Deming, 1989).

La calidad es tomada, como la crítica y percepción del cliente frente a un producto o servicio, depende de unas características adecuadas para el uso y exigencias del usuario cumpliendo los requerimientos que genera una satisfacción. Dichas necesidades, requerimientos y características del servicio, conlleva a que el Departamento como organización deportiva traduzca las críticas y opiniones de los usuarios de manera correcta, eficaz y medible, para conocer sus debilidades y fortalezas en los servicios ofertados, por ello es preciso planteamos la pregunta, **¿Cuál es la calidad percibida de los usuarios de los servicios del Departamento de Deportes de la Universidad de Antioquia?**

2 Antecedentes

Haciendo un rastreo de instrumentos dentro de un contexto de servicios deportivos que permitieran medir la calidad percibida desde la satisfacción del usuario, se hallaron varias escalas de medición que fueron diseñadas para este ámbito deportivo, sin embargo, la aplicación en el contexto universitario solo se encontró un instrumento utilizado por el mismo Departamento de Deportes de acuerdo al sistema de gestión de calidad implementado por la Dirección de Bienestar Universitario pero con la carencia de validación y soporte teórico a pesar que contaba con las dimensiones; Desempeño del profesor, La calidad de los servicios, la satisfacción del servicio, los materiales y las instalaciones.

Este instrumento sólo se aplicó 3 años desde el 2010 y estaba diseñado para evaluar todos los servicios de la Dirección de Bienestar Universitario sin ninguna especificidad en sus distintos Departamentos.

Continuando con la búsqueda de trabajos investigativos en el ámbito local, se hallaron estudios por Montes, D (2018) “Satisfacción de los usuarios de la estrategia juegos interactivos del Inder Medellín” y el de Alarcón, M (2018) “la satisfacción de los estudiantes de la facultad de Ingeniería en el eje de Actividades atléticas, lúdicas y formación deportiva en la Universidad de Antioquia durante el semestre 2017-2” realizados por estudiantes del Instituto de Educación Física de la Universidad de Antioquia, donde medían el nivel de satisfacción de los usuarios de algunas estrategias del INDER Medellín y en la Facultad de Ingeniería de la UdeA respectivamente, implementados en el contexto de servicios deportivos. Estas investigaciones cuantitativas de tipo descriptivo a pesar de que utilizaron la guía metodológica de Nuviala, Tamayo, Iranzo y Falcón (2008). No cuentan con un muestreo considerablemente importante para utilizarlos como instrumento confiable y válido para aplicar en el Departamento.

Cuadro de Recolección de Instrumentos De Medición Aplicados Al Ámbito Deportivo.

tabla 1. Recolección de instrumentos

Tabla 1 Recolección de instrumentos

<i>Instrumento</i>	<i>Autores y Año</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Ítems</i>	<i>Ámbito</i>	<i>Link Búsqueda</i>
SERVQUAL	Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988)	Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía	22	Servicios Generales	https://es.scribd.com/document/101939783/2-Items-Modelo-Servqual
SERVPERF	Cronin y Taylor (1992)	Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía	22	Calidad de Servicio	
CECASDEP	Galves y Morales (2011)	Instalación deportiva, Espacio de actividad, vestuarios, programa, profesor-monitor	49	Servicios Deportivos	http://www.redalyc.org/pdf/1630/163036903003.pdf http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-43812015000200002

EPOD	Nuviala, Tamayo, Iranzo y Falcón (2008)	técnicos deportivos, recursos materiales, actividades e imagen de la organización.	29	Servicios Deportivos	http://www.redalyc.org/pdf/3457/345732284016.pdf
EPOD 2	Nuviala, Grao-cruces, Tamayo, Alvares, Fernández (2013)	Entrenador, Instalaciones, Material, Actividades, comunicación, Personal, Satisfacción, Relación precio/Costo	25	Servicios Deportivos	http://cdeporte.rediris.es/revista/revista51/artdiseno388.pdf
QSPORT-10	Rial, Real, Varela y Rial (2010)	Personal e Instalaciones	14	Centros Deportivos Privados	https://www.cafvd.com/REVISTA/01804.pdf http://www.redalyc.org/html/710/71012449005/
NEPTUNO-1	Luna Arocas, Mundina y Gómez (1998)				
QGOLF 9	Serrano-Gomez, Rial, García y Gambau (2013)	Persona, Organización y Gestión, Instalaciones y Campo	25	Clubes de Golf	https://ddd.uab.cat/pub/revpsidep/revpsidep_a2013v22n1/revpsidep_a2013v22n1p111.pdf
EVENQUAL	Calabuig, Mundina y Crespo (2010)	Los Tangibles, Personal, Servicios Complementarios y Accesibilidad	22	Espectadores eventos Deportivos	http://www.transformations.knf.vu.lt/38/ge38.pdf
I.C.P.A.F	Hernández Mendo (2001)	Profesor, Instalaciones, Actividades, Personal e Información	52	Actividad Física	http://atarazanas.sci.uma.es/docs/tesisuma/16614604.pdf

<i>Modelo QUESC</i>					
<i>Construcción y</i>	Cañón (2015)	Talento Humano,	41	Servicios universitarios	NO Disponible En la WEB
<i>Validación Instrumento</i>		Infraestructura, Actividades, Comunicación, Seguridad			

3 Justificación

A disposición de este artículo 117 de la ley 30 de 1992, la universidad de Antioquia, como institución de educación superior pública, atiende el acuerdo 03 del 1995 donde se señala la relevancia de la comunicación de aquellos integrantes que la constituyen, para tener en cuenta las diversas opiniones de los participantes del plantel;

Las Instituciones de Educación Superior deben propiciar programas y actividades orientados a mantener y mejorar la comunicación efectiva entre personas o dependencias; igualmente deben establecer canales de expresión y crítica a través de los cuales los integrantes de la comunidad puedan manifestar sus opiniones e inquietudes, sugerencias e iniciativas. (Ley 30, 1992).

Es en aquellos canales de expresión para la comunidad universitaria, donde las dependencias, unidades académicas y departamentos, deben de mejorar si se quiere orientar a una comunicación efectiva con los participantes de programas y actividades. Por su parte, Bienestar de la Universidad de Antioquia busca acompañar a los estudiantes, docentes y empleados en su proceso laboral o académico, con el fin de generar calidad de vida, formación integral y sentido de comunidad, a través de los diferentes programas y servicios que se plantean desde los departamentos de deportes,

desarrollo humano, promoción de salud y prevención de la enfermedad. Con la participación activa de cada una de las unidades académicas a través de las coordinaciones de Bienestar ubicadas en las sedes de Medellín y regiones. (Sistema Bienestar Universitario, 2000).

Según las políticas de nacionales de Bienestar Universitario acogidas mediante el acuerdo 5 de (2003) del consejo nacional de rectores de ASCUN, se evalúa el Bienestar Universitario como un eje transversal a toda la vida universitaria. Construyendo indicadores y realizando diagnósticos como unidad que administra programas y acciones, valorando la calidad de los procesos de gestión, analizando la cobertura y la inversión, requiriendo evaluar la calidad del recurso humano dedicado a la realización de los programas y estudiar el impacto de las acciones sobre el bienestar de las personas pertenecientes a la comunidad universitaria.

La evaluación tomada como parte fundamental del proceso administrativo, es elemental para enriquecer y mejorar próximas intervenciones además de optimizar el proceso como tal. Conocer la percepción de los actores involucrados en los diferentes eventos y programas para luego utilizarlas como un feedback que permita un control de la calidad, es necesario emplear, por medio de una metodología o un instrumento que permita identificar la satisfacción en una escala y posteriormente comprender estadísticamente los resultados obtenidos.

Respecto a la medición de la calidad percibida que se busca con este instrumento, se evaluará los servicios desde diferentes dimensiones tangibles e intangibles: Comunicación, infraestructura y materiales, talento humano y la actividad, como las 4 dimensiones principales para obtener un servicio verídico y acertado sobre los procesos efectuados.

La importancia del deporte en el ámbito universitario radica en que es parte activa de los procesos de formación integral, así mismo, el deporte es un medio que pretende una forma de participación universitaria en todos los medios, así como la permanencia y mejora académica.

La gran limitación a la hora de tener indicadores que aborden lo intangible de las personas como la evaluación de su percepción, hace imprescindible tener un instrumento validado que relacione variables y dé a conocer los resultados cuantitativamente para poder analizar e implementar la toma de decisiones en pro a la mejora continua y un gran aporte a la gestión deportiva de la organización.

4 Objetivo general

- Validar un instrumento que permita medir la calidad percibida de los servicios del Departamento de Deportes de la universidad de Antioquia en el año 2018.

5 Objetivos específicos

- Diseñar un instrumento para medir la calidad percibida de los usuarios frente a los servicios que se prestan en el Departamento de Deporte.
- Validar un instrumento que mida la calidad percibida de los usuarios de los servicios del Departamento de Deportes.
- Crear una guía metodológica para la aplicación del instrumento según sean los requerimientos.

6 Marco teórico

6.1 Usuario

Tomando al usuario como el eje del cual gira la calidad percibida, es necesario definirlo conceptualmente y se encuentra la teoría de, Hernández (2011), que define al usuario como “la persona o grupo de personas que tiene una necesidad de información y que utiliza o utilizará recursos o

servicios de información para cubrirla” donde plantea la necesidad y la solución a ella como el requisito para que una persona se transforme en usuaria según el tipo de información.

Dueñas (2003), conceptualiza al usuario desde una óptica más humanista y lo define como “un ser inacabado e inacabable, imperfecto pero perfectible, que integra en una unidad viviente todas sus dimensiones humanas: biológicas, psicológicas, sociales, espirituales y que a través de estos implica la satisfacción de una necesidad experimentada” integrando la complejidad de un ser incompleto, difícil de medir, pero medible en cuanto a sus necesidades según sus dimensiones humanas. Extrapolando el concepto de usuario al ámbito deportivo, se puede entender como aquella persona que hace uso de un servicio deportivo o recreativo para suplir una necesidad, un deseo o un interés y que éste a su vez le generará satisfacción según su expectativas, percepciones y juicios.

6.2 Calidad

La calidad como objetivo a medir desde la percepción del usuario, (Vargas & Aldana de Vega, 2014), la consideran como “la búsqueda continua de la perfección, en el cual su principal objetivo es el hombre a partir del cual se crea productos y servicios, con el fin de satisfacer sus deseos, expectativas y necesidades”. Este concepto de Calidad tomado como la satisfacción de las expectativas aquellos usuarios o consumidores frente a un producto o servicio, es también el grado en que se atienden o no las expectativas y supone incluir factores subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio. Es una definición basada en la percepción de los clientes y en la satisfacción de las expectativas, esto es importante para conocer qué necesitan los usuarios y los consumidores para saber qué es lo que se les va a ofrecer o que se debe mejorar.

Siguiendo con esta corriente de entender la calidad, se encuentra la definición de Yáñez (2008), quien toma la calidad como el mero grado de cumplimiento, según unas características y requisitos ya establecidos. Es importante entonces conocer lo que ya se ha establecido, como una vara de medida que sirve para determinar el grado de cumplimiento y el nivel de calidad de un producto o servicio.

6.3 Satisfacción.

La satisfacción del cliente según Zeithaml, Bitner, de Lara Choy, Herschel, y Becerril (2002), “es la evaluación que realiza un cliente en relación con el cumplimiento de expectativas propias sobre un producto o servicio adquirido”. Se entiende la satisfacción como la relación que existe entre la realidad del servicio o producto obtenido con la expectativa que tiene al principio un usuario.

Pero será que se puede tomar la satisfacción como el simple cumplimiento entre lo adquirido y lo esperado o puede haber otros factores que compongan la satisfacción. Westbrook, (1983), agrega un componente nuevo a la definición como lo es la respuesta emocional del individuo y su proceso evaluativo-cognitivo donde ya empieza a comparar sus deseos y las necesidades, obteniendo las percepciones sobre un objeto, acción o condición.

La satisfacción como elemento propio del usuario a la hora de criticar u opinar sobre un producto o servicio es donde toma relevancia a la hora de evaluar “Complacer un deseo que tiene un usuario desde las expectativas de acudir a la prestación de un servicio y es allí donde la satisfacción adquiere un significado de complacencia o no desde las expectativas del interesado” (Hernández 2011).

Teniendo en cuenta estos conceptos, podemos decir que la satisfacción está orientada a la manera subjetiva de cómo percibe el usuario un servicio, donde se cumplen con ciertas exigencias, se cumple un deseo para sentirse a gusto. Es por ello que para las organizaciones deportivas se vuelve relevante la satisfacción, en la medida en que una experiencia sea agradable y cumpla con las expectativas del cliente, garantiza la lealtad y permanencia de este hacia el servicio recibido o al menos aumenta la posibilidad de que esto sea así, mientras que una experiencia negativa ocasiona una reacción en el cliente en que se reduce el nivel de lealtad con la organización deportivo.

6.4 Servicio

El servicio como producto a evaluar en una organización deportiva según (Fisher y Navarro 1994), “Es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas”, orientando la definición desde una mirada comercializadora costo/beneficio, algo que para el contexto universitario no aplica. Pero con una conceptualización más general, para (Colunga, 1995). “Es el trabajo realizado para otras personas”, dejando todavía la definición con poca relación a nuestro contexto de aplicación.

La conceptualización más acorde para un servicio universitario puede ser la planteada por (Kotler, 1997), “Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”. Un servicio es entonces entendido como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción o no a un consumidor, y que llevado al campo de la actividad física se puede entender como ese conjunto de actividades, eventos y programas que se ofrecen desde una organización deportiva dirigidos a las personas, clientes o usuarios.

6.5 Servicios Deportivos

A nivel universitario el concepto más adecuado para definir un servicio deportivo es el de García-Sanchis, Gil-Saura, y Berenguer-Contró (2015), “Se puede distinguir entre la existencia de infraestructuras para que el estudiante practique deporte; el desarrollo de cursos de formación; el apoyo a las actividades deportivas del alumnado mediante ayudas y reconocimiento, y la promoción del deporte mediante la organización de competiciones”. Proponiendo una amplia oferta deportiva como aquellos servicios prestados por una organización deportiva, y que en realidad aplica para el contexto universitario, reconociendo una estructura donde resaltan las dimensiones de un servicio deportivo como tal.

6.6 Instrumento De Medición De Satisfacción

Cada instrumento de medición de satisfacción para ser confiable y válido debe estar soportado en sustentos teóricos, mediante los cuales se va a hacer la elección de cada una de sus dimensiones y a su vez la descripción de la misma por medio de los ítems, los cuales deben tener una homogeneidad y deben ser lo suficientemente claros para poder saber con certeza lo que se pretende evaluar acerca del servicio que se presta, al lograr una correlación entre ítems y dimensiones obtendremos la percepción que tiene el usuario de la calidad de servicio de una forma más veraz y así podremos obtener los elementos para ser medida.

La medición de la satisfacción ha sido una constante que se ha venido implementando en diferentes contextos para dar cuenta de la calidad de los servicios según la percepción de los usuarios utilizando diferentes escalas, la mayoría de estos instrumentos están basados en el modelo SERVQUAL (Service Quality) realizada por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988, el cual está compuesto por 5 dimensiones: Seguridad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y tangibles, las cuales están desarrolladas en 22 ítems respectivamente. Partiendo de este modelo han surgido varias propuestas de medición de satisfacción realizando modificaciones en sus dimensiones y en la estructura de sus ítems, la aplicabilidad de estos instrumentos ha variado en muchos contextos: Médico, empresarial, deportivo, entre otros.

El Contexto en el cual se aplicará este instrumento es en servicios deportivos universitarios y actividad física, de acuerdo al diagnóstico que se hizo del contexto, indagaciones y experiencia propia, conocimos las necesidades que tiene el departamento de deportes de la Universidad de Antioquia, por ello se diseñó una herramienta con 4 dimensiones: Infraestructura y material, actividad, talento humano y comunicación.

Actividad: Cada vez son más las personas que emplean su tiempo libre en alguna práctica deportiva, es allí donde radica la importancia de que las organizaciones deportivas tengan una amplia, moderna y llamativa oferta de actividades para sus usuarios. Dentro de los lineamientos de bienestar universitario está el brindar espacios recreo-deportivos a toda la comunidad universitaria con el objetivo de que aprovechen el tiempo libre y así fomentar el goce y el disfrute, por ello se justifica la inclusión de esta dimensión en el instrumento. Gálvez (2011) a partir de Dorado (2006) afirma que “la globalización y apertura de mercados combinado con las nuevas tendencias de

actividades deportivas, los hábitos de vida saludable generan un espacio de crecimiento para las empresas privadas del deporte que son más competitivas y con prosperidad económica”. Entendiendo el departamento de deportes de la Universidad de Antioquia como una organización deportiva que no busca competitividad, pero si el prestar servicios recreo-deportivos de calidad, podemos decir que las actividades ofrecidas es una de las razones más fuertes por las cuales los usuarios acuden a un servicio y es de suma importancia el conocer de primera mano si al usuario le es satisfactoria la actividad y si además le está generando un cumplimiento de expectativa.

Infraestructura y Materiales: Cuando hablamos de elementos tangibles Como en el SERVQUAL, las instalaciones deportivas entran en este grupo, ya que son todos aquellos espacios acondicionados y equipados para la práctica deportiva o recreativa, su dimensionamiento se realiza con base en especificaciones deportivas reglamentarias de cada disciplina. Es de suma importancia para una institución contar con una infraestructura deportiva adecuada ya que es el primer impacto visual o impresión que va a tener el usuario y desde allí será el determinante para tener una percepción positiva o negativa del servicio que se le está prestando. Pero no solo es importante el espacio donde se va a desarrollar la práctica deportiva sino también zonas aledañas o complementarias al escenario deportivo, tales como gradas, camerinos y baños, que también engloba este concepto de infraestructura deportiva.

Por su parte el material lo podemos definir como esos utensilios o elementos que le van a posibilitar al usuario el desarrollar una actividad deportiva o recreativa, estos elementos deben cumplir con unos requerimientos particulares para cada disciplina o actividad deportiva, en esto radica la importancia de brindarle a los usuarios un material adecuado y en buen estado para que realicen sus prácticas con facilidad y de manera segura para así generar en él un estado de comodidad.

En ese orden de ideas para una institución u organización deportiva es supremamente importante la percepción del usuario relacionada con la apariencia y condición de las instalaciones físicas y material deportivo, son aspectos que el usuario percibe de la

organización. Cuestiones tales como limpieza, conservación, cantidad y modernidad son evaluadas en esta dimensión con el objetivo de conocer el concepto del usuario y con base a eso ejercer acciones de mejora.

Comunicación: Brindarle información acerca de las ofertas deportivas y recreativas es el primer acercamiento o contacto que tiene una organización deportiva con sus usuarios, es por eso que la cartelera de ofertas debe ser actualizada y de fácil acceso para ellos, es decir, se le debe facilitar medios por los cuales el usuario pueda acceder a esta información. También es de suma importancia buscar diferentes canales de comunicación donde el usuario tenga la posibilidad de manifestar inquietudes, inconformidades o sugerencias frente al servicio antes, durante y después del evento deportivo y que además cada una de acotaciones estas sean resueltas y tomadas en cuenta. De acuerdo a esto es necesario saber el concepto que tienen los usuarios frente a estos parámetros para así avanzar en mejoras referentes a la gestión y difusión del evento deportivo y además en la atención y comunicación con el usuario.

Talento Humano: La dimensión de talento humano está direccionada a aquella persona o personas quienes ejecutan u orientan la actividad o el evento, es decir, la persona a cargo. Para esta investigación se hace necesario implementar esta dimensión dada la naturaleza de los servicios que ofrece el departamento de deportes de la Universidad de Antioquia, es decir, todos los torneos, festivales y eventos tienen intervención directa de personas con el usuario.

En la herramienta de medición SERVQUAL Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), lo denominan en la categoría de intangibles, donde asocia el talento humano con el concepto de responsabilidad y empatía, pero para este instrumento quisimos ir más allá, se decidió profundizar más en esta dimensión formulando ítems que nos brinden información acerca de la percepción que tiene el usuario frente al conocimiento que tiene el orientador, manejo del tema, presentación personal, entre otros. Es importante saber cuál es el concepto que tienen los usuarios frente a las capacidades y desempeño de las personas que orientan la actividad, dado que son ellos quienes al fin y al cabo tiene la relación más directa y cercana al momento de la ejecución.

7 Metodología

Enfoque: La investigación que se llevó a cabo será de tipo cuantitativa ya que durante su proceso se evidencian métodos estadísticos, numéricos y aplicación de escalas de medición (Hernández, Sampieri y Mendoza, 2008), la recolección de los datos se hará a través de encuestas aplicadas a los usuarios, por lo cual podemos decir que el estudio será no experimental, es decir, no habrá modificación intencional en las variables por parte del investigador, será una participación objetiva. El alcance es descriptivo, ya que, a través de este se hará la descripción de un fenómeno por medio del análisis de variables establecidas.

Población y muestra: La muestra para esta investigación es tomada de los participantes de algunos servicios y eventos ofertados por el Departamento de Deportes en el año 2018 y se define como una técnica de muestreo no probabilístico por los criterios de selección que tuvieron los investigadores para aplicar los instrumentos, en su proceso de validación se utilizó el tipo de muestreo por conveniencia o intencional al estudio en sus diferentes fases, ya que era sumamente importante abarcar el menor tiempo posible de aplicación, reducir costos y al mismo tiempo obtener una muestra representativa de unos grupos no seleccionados al azar.

Instrumento:

La validación del instrumento se hizo a través de una consulta a expertos académicos, los cuales por medio de su experiencia y conocimiento en el tema nos dieron acotaciones sobre la pertinencia y aplicabilidad del instrumento. En este proceso participaron 5 expertos a los cuales se les envió el instrumento en un formato de evaluación donde podían hacerle un peritaje a cada ítem de acuerdo con la redacción y congruencia con la dimensión que se quiere medir, este formato estaba compuesto por una escala de valoración asignada a cada ítem, además contaba con la opción de acompañar la estación con una observación si así se requería. Después de haber recopilado todas las respuestas de los expertos académicos se suprimieron 3 ítems y se implementó 1 con la ayuda de un procedimiento estadístico para discriminar los ítems que no aplicaran, además de las correcciones en redacción y coherencias en algunas preguntas. La validación a través de expertos es de suma importancia en el proceso de aplicación de un instrumento en un contexto, ya que funciona como primer filtro metodológico y además le abre la posibilidad de tener una mirada externa de personas formadas académicamente y con experiencia específica en el campo.

Posterior a la validación, se continuó con la aplicación de una prueba piloto, la cual se hizo con personas que participaron en algún evento deportivo ofertado por el departamento de Deportes en el año 2018, para ello se creó un formulario con la encuesta, la cual fue de difusión electrónica (Correo electrónico), y por la cual se obtuvieron 40 respuestas de usuarios, 20 en Deporte Recreativo (TM-SatisDep2) y 20 en servicios de actividad física (TM-SatisDep3). De acuerdo a los valores arrojados por la prueba piloto se hizo el estudio de fiabilidad estadística, a través del alfa de cronbach, media y correlaciones, con esto se concluyó que la consistencia interna que tenía el instrumento era buena o suficiente y que a través de este se podía evaluar lo que se pretendía. a continuación, veremos los valores de estadística de fiabilidad obtenidos en la prueba piloto. (Izquierda actividad física, derecha recreativa).

Tabla 2 TM-SatisDep3- Piloto

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,932	24

Tabla 3 TM-SatisDep3- Piloto

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,936	25

Procesamiento de datos: La técnica de producción y recolección de datos será la encuesta para los participantes de los distintos servicios del

Departamento de Deportes. Esta metodología permite la obtención de un g ^{Tabla 4 TM-SatisDep 2, Prueba Piloto} una amplitud de

cuestionamientos demarcados en el estudio y con la virtud de generalizar y facilitar la cuantificación y comparación de los resultados. (Dalle,

Boniolo, Sautu, & Elbert, 2005).

Posteriormente se pasa a la fase de recolección y análisis estadístico de la información, en bases de datos de Excel y utilizando el software SPSS para la obtención de gráficos y el estudio estadístico de cada variable o ítem, este análisis se hizo de manera general y por cada una de las dimensiones.

Pro y contras de los instrumentos según las necesidades del proyecto

Tabla 5 Instrumentos más acordes con las características propias y funcionales

<i>INSTRUMENTO</i>	<i>PRO</i>	<i>CONTRA</i>
SERVQUAL Y SERVPERF	<p>Ambos Instrumentos son muy parecidos la única variante es un solo ítem, pero sus dimensiones son iguales. Las dimensiones se asemejan mucho a las que necesitamos para nuestro proyecto, la cantidad de ítems es buena, y lo más importante es que la mayoría de otros instrumentos de medición en el ámbito se basaron en estos dos como punto de partida.</p>	<p>Los ítems contenidos en la dimensión de fiabilidad y empatía se desfasan mucho de la necesidad interrogativa que queremos para nuestro instrumento.</p>
CECASDEP	<p>La cantidad de dimensiones es buena (5), algunas dimensiones contienen ítems que se acomodan a la necesidad nuestra, como por ejemplo la dimensión de Espacios Deportivos.</p>	<p>La mayoría de ítems contenidos en las dimensiones no cumplen con la necesidad que nosotros tenemos para nuestro instrumento y no sería apropiado hacerle una modificación.</p>
EPOD	<p>Las dimensiones se acomodan a las necesidades de lo que se pretende ya que son 4.</p>	<p>La mayoría de los ítems contenidos en las dimensiones no preguntan lo que nosotros pretendemos con nuestro instrumento. Solo la dimensión de Instalación y material se podría acomodar.</p>
EPOD 2	<p>Algunas dimensiones de este instrumento se pueden adecuar y la cantidad de ítems en general es adecuada.</p>	<p>Cuenta con muchas dimensiones y muchas no se aplicarían en el contexto donde vamos a desarrollar nuestro instrumento, además de sus ítems no nos brindarán información útil.</p>
QSPORT-10	<p>La cantidad de ítems totales puede ser buena</p>	<p>Los cuestionamientos que hacen en los ítems son muy globales y no logran desglosar la información que se pretende, además que solo cuenta con 2 dimensiones</p>
QGOLF 9	<p>La cantidad de dimensiones y la conceptualización o nombramiento de las mismas se asemejan mucho a lo que se pretende.</p>	<p>Los ítems al igual que el instrumento anterior son muy globales en su construcción, no permiten recopilar la información que se pretende, y la dimensión de personal no se ajusta a las necesidades ya que es orientado a los administrativos del club de golf.</p>

<i>EVENQUAL</i>	La cantidad de ítems es adecuada (22)	Este instrumento ya que fue aplicado a espectadores de un evento deportivo, la mayoría de los ítems no serían aplicables a el instrumento que nosotros pretendemos trabajar.
<i>I.C.P.A.F</i>	La cantidad de dimensiones es buena para lo que se pretende.	Al ser un instrumento aplicado a el concepto que tienen los usuarios frente al desarrollo de un programa de actividad física, la mayoría de los ítems no aplicarían al contexto donde se va a desarrollar el proyecto, debido a que en las dimensiones de profesor y actividades no serían utilizadas y están fuera de contexto. La cantidad de ítems es muy numerosa.
<i>Construcción y Validación Instrumento</i>	Las dimensiones se acomodan a lo que se busca con el instrumento, además, desde su conceptualización o nombramiento sería ideal. En 4 de las 5 dimensiones la cantidad de ítems es apropiada.	El instrumento en general cuenta con una cantidad de ítems significativa que a la hora de ser aplicado puede tornarse engorroso para quien llena la encuesta y no se obtendrían los resultados con la objetividad que se pretende. La dimensión de infraestructura contiene muchos ítems, se podrían reacomodar, obviar o modificar algunos para hacer el instrumento en general con menos ítems.

Como la búsqueda realizada de los instrumentos de medición para la percepción de la satisfacción no coincidió específicamente con los requerimientos que necesita la organización deportiva en sus dimensiones e ítems, se decide elaborar un nuevo instrumento con base en varios instrumentos que tienen similitudes con nuestra necesidad evaluativa.

8 Resultados

La aplicación del instrumento se hizo en dos etapas y con dos modificaciones al instrumento primario, TM-SatisDep 2 y TM-SatisDep 3 respectivamente, por lo cual las personas que llenaron la encuesta pertenecen a dos contextos de aplicación diferente. obtuvimos 104 respuestas en deporte recreativo y 101 de eventos para una muestra total de 205 personas que participaron en algún servicio ofertado por el Departamento de Deportes, cumpliendo así con el requerimiento de al menos 4 respuestas por ítem que plantean algunos autores para que el instrumento

tenga un alto nivel de confiabilidad. De acuerdo a la información sociodemográfica que se solicitó en el formulario, podemos decir que el único requisito que se requería al momento de llenar la encuesta era que hubiera participado de algún evento deportivo en el año 2018, por lo cual el criterio de exclusión del instrumento es casi nulo y va dirigido a una población específica de la Universidad de Antioquia.

A continuación, veremos los valores estadísticos de fiabilidad que arrojó cada uno de los instrumentos en sus dimensiones: Actividad, talento humano, comunicación, infraestructura y materiales.

Tabla 6 Resultados TM-SatisDep2

Área Recreativa		
Dimensión	Alfa de Cronbach	N de elementos
Actividad	0,698	4
Talento humano	0,888	6
Infraestructura y materiales	0,842	8
Comunicación	0,915	7

Tabla 7 Resultados TM-SatisDep3

Eventos deportivos		
Dimensión	Alfa de Cronbach	N de elementos
Actividad	0,684	4
Talento humano	0,858	6
Infraestructura y materiales	0,761	7
Comunicación	0,859	7

En las anteriores tablas vemos que los valores del alfa están en su mayoría por encima de 0.70 en todas las dimensiones, a excepción de la dimensión de Actividad que tiene una tendencia de valores baja, menor a 0.70, pero que de igual manera tiene una consistencia interna aceptable.

A su vez, en las tablas observamos la cantidad total de ítems con que cuenta cada dimensión según el área de aplicación.

La participación en los programas y servicios por porcentaje según la aplicación de los eventos y torneos en el área recreativa, al igual que la participación por genero respectivamente

Ilustración 1 Sociodemográfico, Servicio

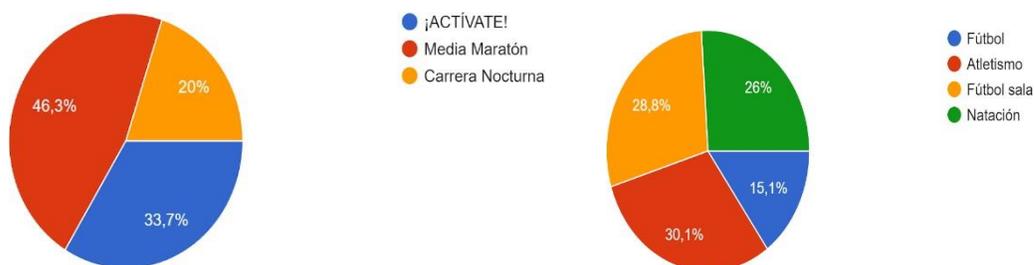
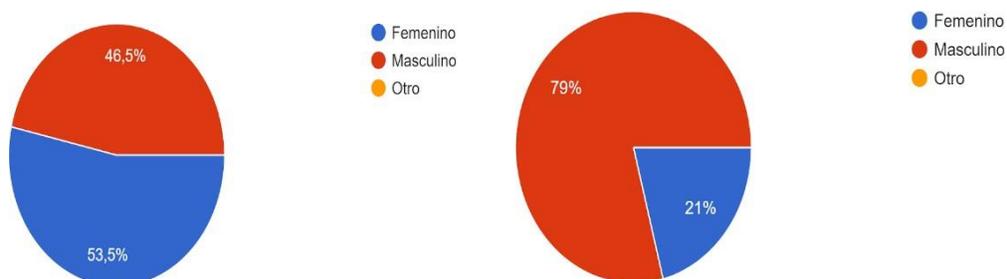


Ilustración 2 Sociodemográfico genero



En las siguientes tablas evidenciamos los comportamientos que tuvo la media en cada uno de los ítems que conforman la dimensión, al igual que los valores de desviación y N que representa la muestra o cantidad de respuestas de la encuesta.

Dimensión de Actividad.*Tabla 8 Estadísticos TM-SatisDep3, Actividad*

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
1. El horario en el cual se lleva a cabo la actividad es adecuado.	4,26	,945	101
2. La duración del (evento) es adecuada.	4,34	,711	101
3. La actividad es amena.	4,45	,655	101
4. La actividad cumple con sus expectativas.	4,43	,653	101

Tabla 9 Estadísticos TM-SatisDe2p, Actividad.

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
1. El horario en el cual se lleva a cabo la actividad es adecuado.	3,96	,994	104
2. La duración del (torneo) es adecuada.	3,40	1,203	104
3. La actividad es amena.	4,42	,678	104
4. La actividad cumple con sus expectativas.	4,24	,853	104

Podemos observar que el comportamiento de la media en ambas tablas es alto, estando por encima de 4 en su mayoría, dando una buena calificación por parte de los usuarios a los servicios de acuerdo a la dimensión de actividad. En el ítem 2 de la tabla de recreativo (Derecha), observamos que la calificación es baja, por lo que evidenciamos un descontento por parte de los usuarios frente a la duración de los torneos.

Dimensión de Talento Humano.

Tabla 10 Estadísticos TM-SatisDe2p, Talento Humano

Estadísticas de elemento			
	Media	Desv. Desviación	N
5. Desde su criterio personal, considera que, el facilitador (Entrenador, Monitor o instructor) tiene el conocimiento para desarrollar las actividades.	4,38	,646	101
6. El facilitador (Entrenador, monitor o instructor) resuelve las dificultades que se presentan en el desarrollo de la actividad.	4,28	,736	101
7. El trato por parte del facilitador (Entrenador, monitor o instructor) es respetuoso.	4,47	,687	101
8. El facilitador (Entrenador, monitor o instructor) es puntual.	4,37	,771	101
9. A su criterio, la presentación personal (vestimenta) del facilitador (Entrenador, monitor o instructor), es la adecuada para la actividad.	4,48	,558	101
10. El Juzgamiento es adecuado.	4,08	,891	101

Tabla 11 Estadísticos TM-SatisDep2, Talento Humano.

Estadísticas de elemento			
	Media	Desv. Desviación	N
5. Desde su criterio personal, considera que, el equipo organizador (Coordinador y auxiliares administrativos) tiene el conocimiento para desarrollar las actividades.	4,26	,788	104
6. El equipo organizador (Coordinador y auxiliares administrativos) resuelve las dificultades que se presentan en el desarrollo de la actividad.	4,01	,908	104
7. El trato por parte del equipo organizador (Coordinador y auxiliares administrativos) es respetuoso.	4,41	,719	104
8. El equipo organizador (Coordinador y auxiliares administrativos) es puntual.	4,17	,794	104
9. A su criterio, la presentación personal (vestimenta) del equipo organizador (Coordinador y auxiliares administrativos), es la adecuada para la actividad.	4,14	,703	104
10. El Juzgamiento es adecuado.	3,84	,977	104

Los 6 ítems que integran la dimensión del talento humano, en ellas se observa que la media se sitúa en por encima de 4.0 o cerca, lo que quiere decir un muy alto nivel de satisfacción en esta dimensión por parte de los usuarios en ambas áreas de aplicación.

Dimensión de Infraestructura y Material.

Tabla 12 Estadísticos TM-SatisDep3, Infraestructura y Material.

Estadísticas de elemento			
	Media	Desv. Desviación	N
11. El estado del escenario es adecuado.	3,92	,913	101
12. Las dimensiones del escenario donde se desarrolla la actividad son adecuadas.	4,03	,888	101
13. La accesibilidad a los escenarios deportivos es adecuada.	4,30	,715	101
14. La limpieza del escenario deportivo es adecuada.	4,32	,734	101
15. La iluminación del escenario deportivo es adecuada.	4,17	,837	101
16. El aseo de los baños y camerinos es adecuado.	4,20	,800	101
17. El material complementario de apoyo (Audiovisuales y Sonido) son adecuados.	3,87	,997	101

Tabla 13 Estadísticos TM-SatisDep2, Infraestructura y Material.

Estadísticas de elemento			
	Media	Desv. Desviación	N
11. El estado del escenario es adecuado.	4,20	,863	104
12. Las dimensiones del escenario donde se desarrolla la actividad son adecuadas.	4,43	,665	104
13. La accesibilidad a los escenarios deportivos es adecuada.	4,39	,674	104
14. La limpieza del escenario deportivo es adecuada.	4,39	,730	104
15. La iluminación del escenario deportivo es adecuada.	3,89	1,105	104
16. El aseo de los baños y camerinos es adecuado.	4,19	,936	104
17. El estado del material deportivo es adecuado.	4,04	,934	104
18. El material deportivo es suficiente para realizar la actividad.	3,82	1,130	104

Dimensión de Comunicación.*Tabla 14 Estadísticos TM-SatisDep3, Comunicación.*

Estadísticas de elemento			
	Media	Desv. Desviación	N
18. El proceso de inscripción del evento es el adecuado.	4,27	,773	101
19. Los medios de comunicación para enterarse sobre la actividad son adecuados.	3,72	1,069	101
20. La información suministrada acerca del evento es la adecuada.	4,11	,835	101
21. La comunicación de manera personal con los encargados es adecuada.	4,04	,811	101
22. La comunicación mediante medios electrónicos es la adecuada.	4,03	,866	101
23. La comunicación con el personal encargado telefónicamente es adecuada.	3,56	,974	101
24. Las sugerencias son tenidas en cuenta por la organización.	3,71	,829	101

Tabla 15 Estadísticos TM-SatisDep2, Comunicación

Estadísticas de elemento			
	Media	Desv. Desviación	N
19. El proceso de inscripción del torneo es el adecuado.	4,01	,930	104
20. Los medios de comunicación para enterarse sobre la actividad son adecuados.	3,73	1,063	104
21. La información suministrada acerca del torneo es la adecuada.	3,84	,956	104
22. La comunicación de manera personal con los encargados es adecuada.	4,12	,828	104
23. La comunicación mediante medios electrónicos es la adecuada.	4,02	,859	104
24. La comunicación con el personal encargado telefónicamente es adecuada.	3,56	1,003	104
25. Las sugerencias son tenidas en cuenta por la organización.	3,71	1,030	104

En esta dimensión se contó con 7 ítems de evaluación, en los cuales el nivel de resultados satisfactorios respecto a la comunicación se mantuvo muy similares. La media estuvo por encima de 4 confirmando esta expresión de satisfacción de los encuestados. Se destacan 2 ítems particularmente en ambas tablas por un valor en la media inferior a 4, el ítem 19 y 24 en TM-SatisDep3; 20 y 25 en TM-SatisDep2, en estos ítem llama la atención que los usuarios presentan cierto grado de inconformidad.

9 Discusión

Según lo planteado por George y Mallery (1995) indican que si el alfa de Cronbach es mayor a 0,9 el instrumento de medición es excelente; en el intervalo de 0,9 - 0,8 el instrumento es bueno, entre 0,8 y 0,7 el instrumento es aceptable; en el intervalo 0,7 y 0,6 el instrumento es débil, entre 0,6 y 0,5 el instrumento es pobre y si el alfa es menor a 0,5 el instrumento no es aceptable. de acuerdo a esto a continuación mostraremos los valores encontrados en cada una de las aplicaciones del instrumento a modo general.

Tabla 16 TM-SatisDep3,Resultados

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,913	24

Tabla 17TM-SatisDep2,Resultados

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,936	25

De acuerdo a la información contenida en las tablas y lo planteado por los autores, podemos decir que la consistencia interna y la fiabilidad que tiene el T.M-SatisDep 2 (Derecha) y T.M-SatisDep 3 (Izquierda) es excelente teniendo en cuenta los valores del alfa, ya que ambos están por encima de 0,90.

Relacionando los resultados nuestros con los obtenidos en el estudio EPOD realizado por (Nuviala, Tamayo, Iranzo y Falcón, 2008) podemos decir que los valores de fiabilidad del instrumento y de cada una de sus dimensiones se asemejan significativamente a las de este estudio, dado que en la escala total del EPOD el alfa de Cronbach fue de 0,919 y los nuestros de 0,936 en SatisDep 2 y 0,913 en SatisDep 3. A continuación se hará una comparación de los resultados de fiabilidad del EPOD y del SatisDep 2 y SatisDep 3 de acuerdo a las dimensiones.

Tabla 18 EPOD-Resultados

			Área Recreativa		
	Nº ITEMS QUE LA COMPONENTE	ALPHA DE CRONBACH	Dimensión	Alfa de Cronbach	N de elementos
Escala total	28	0,919			
Dimensión técnicos	6	0,816			
Dimensión instalación	8	0,847	Actividad	0,698	4
Dimensión actividades	8	0,807	Talento humano	0,888	6
Dimensión imagen de la organización	6	0,822	Infraestructura y materiales	0,842	8
			Comunicación	0,915	7

			Eventos deportivos		
	Nº ITEMS QUE LA COMPONENTE	ALPHA DE CRONBACH	Dimensión	Alfa de Cronbach	N de elementos
Escala total	28	0,919			
Dimensión técnicos	6	0,816			
Dimensión instalación	8	0,847	Actividad	0,684	4
Dimensión actividades	8	0,807	Talento humano	0,858	6
Dimensión imagen de la organización	6	0,822	Infraestructura y materiales	0,761	7
			Comunicación	0,859	7

En la mayoría de los valores del alfa se destacan similitudes y hasta valores que superan los encontrados por Nuviala en el Instrumento EPOD, la dimensión de actividad es la única que presenta variabilidad respecto a las demás dimensiones, el alfa de Cronbach es de 0,698 y 0,684 pero de igual manera su aproximación a 0,70 la hace válida para este estudio.

Partiendo de los criterios de análisis estadísticos de consistencia interna y fiabilidad del instrumento TM-SatisDep y además comparándolo con el EPOD podemos decir que sus valores se asemejan bastante y que por medio de este se puede medir una cualidad intangible de un contexto deportivo. Además, la evaluación del alfa de acuerdo a la fiabilidad de un instrumento se da entre 0 y 1, cuanto más cercano a 1 sea, mayor fiabilidad tendrá, es considerado que valores superiores a 0,7 o 0,8 son suficientes para garantizar la fiabilidad de un instrumento, para nuestro caso se destaca una medida de 0,919 y 0,936 como resultado después de aplicar el programa SPSS.

10 Conclusiones

La necesidad de enfocar la situación y servicio específico es esencial para entender el marco de satisfacción que puede tener un usuario, en este caso, ya que algunas características externas al servicio, como lo es la cultura, la demografía y el clima, pueden afectar emocionalmente la percepción de satisfacción del usuario en el momento de consumo. (Mittal y Frennea, s.f) Describen que en la evaluación post consumo en este caso del cliente o usuario, hay varios factores que influyen en su nivel de satisfacción y va estrechamente relacionado con el rendimiento, estos cinco factores son; Las expectativas de rendimiento, el producto o servicio como tal, el rendimiento relativo del servicio según su expectativa (Nivel de des confirmación), los niveles de rendimiento que ha experimentado anteriormente y el nivel de rendimiento o expectativas sobre posibles ofertas competitivas.

Por medio este trabajo se diseñó y se validó un instrumento que permita medir la calidad percibida de acuerdo con las dimensiones requeridas según la especificidad del contexto de aplicación. El soporte teórico y una exhaustiva búsqueda de información académicamente válida, es indispensable a la hora de la construcción de un instrumento, ya que de allí se cimienta la confiabilidad del mismo para la implementación de un instrumento en un contexto, es necesario saber que cada lugar tiene sus necesidades particulares y que cada instrumento debe ser acomodado al sitio donde se va a aplicar, además, es sumamente importante conocer muy bien las dinámicas que allí a diario se manejan, para saber con certeza qué es lo que se pretende indagar o evaluar.

La dimensión que más se destacó en su consistencia interna es la de comunicación, y allí radica la importancia que tiene esta misma a la hora de prestar un servicio deportivo de calidad.

De acuerdo a la validez y consistencia interna de este instrumento es útil para su posterior implementación en el Departamento de Deportes ya que cumple con todos los requerimientos de especificidad del contexto y evalúa lo que se pretende conocer.

A través del TM-SatisDep se puede identificar plenamente las fortalezas y debilidades del servicio, para posteriormente realizar acciones de mejora y ofrecer un servicio de mejor calidad.

11 Recomendaciones

Se recomienda la implementación del instrumento T.M. SatisDep en los contextos universitarios, específicamente en los servicios deportivos que estén soportados desde una mirada de bienestar y satisfacción para la comunidad que participa de ellos. El instrumento cuenta con sustento teórico y validez para su posterior aplicación en instituciones de educación superior de Colombia, se aconseja validar nuevamente si se planea aplicar fuera del territorio colombiano e igualmente en organizaciones deportivas que deseen relacionar el costo/beneficio de sus servicios.

Las adaptaciones del instrumento deben contar a su vez con nuevas validaciones

12 Referencias

- Acuerdo 03. (1995), 430-434. Recuperado a partir de <http://sancionatorios.mineduacion.gov.co/files/ACUERDO031995.pdf>
- Alarcón, M. (2018) la satisfacción de los estudiantes de la facultad de Ingeniería en el eje de Actividades atléticas, lúdicas y formación deportiva en la Universidad de Antioquia durante el semestre 2017-2 (Trabajo de grado). Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
- Bigné, E., & Andreau, L. (2004). Dialnet-ModeloCognitivoafectivoDeLaSatisfaccionEnServicios-1143456. Dialnet.
- Calabuig, F., Quintanilla, I., & Mundina, J. (enero de 2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, Iv(10), 25 - 43.
- Campo, A y Oviedo, H. (2008) Propiedades Psicométricas de una Escala: la consistencia interna, *Rev. salud pública*. 10(5):831-839.
- Cañón, J. (2015). Medición de la satisfacción de los usuarios de servicios deportivos universitarios de representación, construcción y validación del instrumento. (Tesis de maestría). Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
- Claverie, J. (2013). La universidad como organización: Tres enfoques para el análisis de sus problemas de gestión. *Gestión y Gerencia*, 7(1), 4-27.
- Colunga, C. (1995). La calidad en el servicio. México: Panorama Editorial.
- Congreso de Colombia. (28 de diciembre 1992), Artículo 117. Ley de educación superior. (Ley 30 de 1992) DO: https://www.cna.gov.co/1741/articles-186370_ley_3092.pdf
- Dalle, P., Boniolo, P., Sautu, R., & Elbert, R. (2005). Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología.
- Deming, W. (1989). Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis. Ediciones Díaz de Santos. Recuperado a partir de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=d9WL4BMVHi8C&oi=fnd&pg=PR9&dq=calidad+segun+w+edwards+deming&ots=ZFq9cFckrL&sig=_QOeJJ0ttwOyPuN01ayltXt5sHw#v=onepage&q=calidad según w edwards deming&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=d9WL4BMVHi8C&oi=fnd&pg=PR9&dq=calidad+segun+w+edwards+deming&ots=ZFq9cFckrL&sig=_QOeJJ0ttwOyPuN01ayltXt5sHw#v=onepage&q=calidad+segun+w+edwards+deming&f=false).

- Duarte, J., Bastidas, L., Viana, W. (2017). Grado de satisfacción de los usuarios del club deportivo de tenis de open slam. (Tesis doctoral). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá D.C, Colombia.
- Dueñas, J. (2003). Psicología y ética en función de la atención al usuario. *ACIMED*, 11(3), 11-13.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15 (25), 64-80.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Recuperado a partir de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>.
- Estatuto-bienestar-concordancias. Portal Universidad de Antioquia (2018). El Bienestar en la UdeA. <http://www.udea.edu.co>.
- Fisher, L. y Navarro, V. (1994). Introducción a la investigación de mercado. México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.
- Gálvez, P. (2011). Cuestionario para evaluar los servicios deportivos: Estudio inicial de las propiedades psicométricas. (Tesis Doctoral). Universidad de Málaga, Málaga, España.
- George, D. y Mallery, P. (1995). *SPSS/PC+ step by step: A simple guide and reference*. Belmont, USA: Wadsworth Publishing Company.
- Henao, C., Vargas, C. (2008). Evaluación de la satisfacción de los clientes de la liga antioqueña de fútbol con respecto a los programas o servicios. (Tesis especialización). Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
- Hernández, P. (2011). La importancia de la satisfacción del usuario. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34, 349-368.
- Juran, J. (2008). *Juran y la planificación para la calidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Kim, D. & Kim, S. (1995). QUESC: An Instrument for Assessing the Service Quality of Sport Centres in Korea. *Journal of Sport Management*, 9, 208-220.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México:Prentice Hall.

- Barbero, G. (2008) La adaptación de los test en estudios comparativos interculturales [Tests Adaptation in cross-cultural comparative studies]. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/271324438_La_adaptacion_de_los_test_en_estudios_comparativos_interculturales_Tests_Adaptation_in_cross-cultural_comparative_studies [accessed Nov 16 2018].
- Luna-Arocas, R. (1998). EL marketing estratégico del deporte: Satisfacción, motivación y expectativas, 9:26 página 171.
- Martín, C. R. (2000). LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO: UN CONCEPTO EN ALZA. *redalyc*, 3, 139-153.
- Mittal, V., & Frennea, C. (s. f.). A Strategic Review and Guidelines for Managers.
- Montes, D. (2018) Satisfacción de los usuarios de la estrategia juegos interactivos del INDER Medellín (Trabajo de grado). Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
- Morales, S., y Hernández, A. (2004). Calidad y satisfacción en los servicios: Conceptualización. *Efedeportes revista digital*, 10(73).
- Morales Sánchez, V, Hernández Mendo, A. (2009). Calidad y satisfacción en los servicios: Conceptualización. *Efedeportes revista digital*, (73),1.
- Nuviala, A., Tamayo, J., Iranzo, J., & Falcón, D. (2008). Creación, diseño, validación y puesta en práctica de un instrumento de medición de la satisfacción de usuarios de organizaciones que prestan servicios deportivos.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 1(64), 41-50.
- Políticas nacionales de Bienestar Universitario (Acuerdo 5 de 2003), Evaluación en el Bienestar Universitario 20(2.2.5) Recuperado de: <https://ascun.org.co/uploads/default/publications/9828b7e417cd387745fd08b179d37ff1.pdf>
- Sistema Bienestar Universitario (Antioquia, U. (2000).
- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4 (8), 47-53
- Vargas, M., Aldana de Vega, L. (2014). Calidad y servicios, Conceptos y Herramientas. Tercera edición. Universidad de la Sabana. Bogotá, Colombia.

- Westbrook, R. (1983). The dimensionality of consumption emotion patterns and consumer satisfaction. *Journal of consumer research*, 84-91
- Yáñez, C. (2008). Sistema de gestión de calidad en base a la norma ISO 9001. Internacional Eventos, 1-5.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., de Lara Choy, M. I. P., Hirschfeld, A. L., & Becerril, S. P. (2002). *Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: McGraw-Hill.

12 Anexos

Anexo A. Carta a expertos

Carta a Expertos validadores del instrumento.

Medellín, 21 de septiembre de 2018

Me dirijo a usted en la oportunidad de solicitar su colaboración, dada su experiencia como profesional Licenciado en Educación Física y cómo experto académico de la Universidad de Antioquia, con el objetivo de validar el instrumento anexo a este documento para el desarrollo del proyecto de investigación realizado por los estudiantes de 10 semestre de Licenciatura en Educación Física con Énfasis en Administración deportiva, con el título de **Evaluación de satisfacción de los usuarios frente a los diferentes eventos y servicios que presta el Departamento de Deporte, perteneciente a Bienestar Universitario de la Universidad de Antioquia**, Trabajo de Investigación propuesto como cumplimiento parcial de los requisitos para el pregrado en licenciatura en educación física.

Anexo B. Consentimiento informado

Consentimiento Informado



Instrumento De Medición Del Nivel De Satisfacción De Usuarios.

El propósito de esta ficha es proveer a los participantes de la investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol como participante activo en la misma.

La presente investigación es conducida por Thomas Andersson Arango López y Carlos Mario García González, Estudiantes de licenciatura en educación física de la Universidad de Antioquia, la meta de este estudio es conocer la percepción que tienen los usuarios frente a los diferentes servicios que se presta desde el Departamento de Deportes de la Universidad de Antioquia y cada una de sus áreas.

Si usted accede a participar en este estudio, deberá responder unas preguntas tipo entrevista o encuesta según sea el caso, esto tomará aproximadamente 5 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es totalmente voluntaria y anónima, la información que allí se consigne será totalmente confidencial y no se usará para ningún otro fin diferente al académico.

Acepto Participar Voluntariamente en el estudio.

Anexo C. Habeas data

Habeas data

Sus datos personales han sido y están siendo tratados conforme con nuestra Política de Tratamiento de Datos Personales. Para mayor información podrá consultar nuestro manual de política de tratamiento de información y protección de datos personales de la universidad de Antioquia en la página web: <http://portal.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/998902b9-aa42-43bc-9d5c-995030fc88e7/manual.pdf?MOD=AJPERES>

Términos de Uso *

Ley de Protección de Datos Personales: “La autorización suministrada en el presente formulario faculta al departamento de deportes de la UdeA para que dé a sus datos aquí recopilados el tratamiento señalado en la “Política de Privacidad para el Tratamiento de Datos Personales” de la Universidad de Antioquia, el cual incluye, entre otras, el envío de información promocional, así como la invitación a eventos. El titular de los datos podrá, en cualquier momento, solicitar que la información sea modificada, actualizada o retirada de las bases de datos de la Universidad de Antioquia.”

Anexo D. Información sociodemográfica del instrumento de medición del nivel de satisfacción en los servicios deportivos del Departamento de Deportes UdeA (T.M SatisDep)



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

Dirección de Bienestar Universitario

**Instituto Universitario de Educación
Física. Licenciatura en Educación
Física – Énfasis Administrativo**

Proyecto: Validación de un instrumento para medir la calidad percibida de los usuarios del Departamento de Deportes de la Universidad de Antioquia.

Información Sociodemográfica

1. Vínculo con la Universidad: Estudiante____Docente____Administrativo____
Jubilado____Otro ____
2. Servicio Deportivo al Cual Accede: Opciones según el instrumento y sus servicios a evaluar
3. Género: Masculino____Femenino____Otro_____
4. Edad: 15 - 20__21 - 30____31 - 40__41 - 50____<50 ____
5. Nivel de formación académica “Última alcanzada”: Primaria
Secundaria ____ Técnico____Tecnólogo____Pregrado
Especialización____Maestría____Doctorado _____
6. Pertenece a alguna comunidad étnica: Si __ No __
7. Comunidad Étnica: Indígena____Afrocolombiano____Gitano____Raizal
____Mulato____Otra ____
8. Estado civil: Soltero__Casado____Divorciado____Unión libre __Viudo

Anexo E. Instrumento de Medición del nivel de satisfacción en los servicios deportivos del Departamento de Deportes UdeA
(T.M SatisDep)

Instrumento De Medición Del Nivel De Satisfacción De Los Servicios Del Departamento De Deporte (T.M SatisDep)						
	<i>Ítems</i>	<i>Escala</i>				
<i>Dimensión</i>		<i>Muy En Desacuerdo</i>	<i>En Desacuerdo</i>	<i>Indiferente</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Muy De acuerdo</i>
Actividad	1. El horario en el cual se lleva a cabo la actividad es adecuado.					
	2. La duración del (curso, evento, programa, torneo) es adecuada.					
	3. La actividad es amena.					
	4. La actividad cumple con sus expectativas.					
Talento Humano	5. Desde su criterio personal, considera que, el facilitador (Entrenador, Monitor o instructor) tiene el conocimiento para desarrollar las actividades.					
	6. El facilitador (Entrenador, Monitor o instructor) resuelve las dificultades que se presentan en el desarrollo de la actividad.					
	7. El trato por parte del facilitador (Entrenador, Monitor o instructor) es respetuoso.					
	8. El facilitador (Entrenador, Monitor o instructor) es puntual.					

	9. A su criterio, la presentación personal (vestimenta) del facilitador (Entrenador, Monitor o instructor), es la adecuada para la actividad.					
	10. El Juzgamiento es adecuado.					
Infraestructura y Materiales	11. El estado del escenario es adecuado.					
	12. Las dimensiones del escenario donde se desarrolla la actividad son adecuadas.					
	13. La accesibilidad a los escenarios deportivos es adecuada.					
	14. La limpieza del escenario deportivo es adecuada.					
	15. La iluminación del escenario deportivo es adecuada.					
	16. El aseo de los baños y camerinos es adecuado.					
	17. El estado del material deportivo es adecuado.					
	18. El material deportivo es suficiente para realizar la actividad.					
	19. El material complementario de apoyo (Audiovisuales y Sonido) son adecuados.					
Comunicación	20. El proceso de inscripción al evento, torneo o curso es el adecuado.					
	21. Los medios de comunicación para enterarse sobre la actividad son adecuados.					
	22. La información suministrada acerca del evento, torneo o curso es la adecuada.					
	23. La comunicación de manera personal con los encargados es adecuada.					
	24. La comunicación mediante medios electrónicos es la adecuada.					

	25. La comunicación con el personal encargado telefónicamente es adecuada.					
	26. Las sugerencias son tenidas en cuenta por la organización.					
Observaciones						