



Liga Antioqueña
de Fútbol

Monografía de grado

EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA LIGA
ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL CON RESPECTO A LOS PROGRAMAS O
SERVICIOS

Por:

Carlos Fernando Henao Molina. Especialista en Educación Física

Juan Carlos Vargas Agudelo. Profesional en deporte

Asesor:

Federico Alonso Atehortúa Hurtado

Especialista en alta gerencia con énfasis en calidad.

Presentada como requisito parcial para obtener el título de Especialista en
Administración deportiva

Universidad de Antioquia

Instituto de Educación Física

2008



**Liga Antioqueña
de Fútbol**

Nota de aceptación

Firma del Presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Medellín, 1 de febrero de 2008



Liga Antioqueña
de Fútbol

“Dedico de todo corazón el fruto de este trabajo a mis mujeres (mi madre, mis Hermanas, mi compañera y muy especial a mis hijas Ana Milena y María José) que han estado durante los diferentes caminos de mi vida y de alguna manera han sido un soporte importante en mi crecimiento personal y profesional, y que durante todo el tiempo invertido durante esta especialización nuestros momentos de compartir han sido menos.”

Carlos Fernando Henao Molina

“Dedico este trabajo a mi esposa y en especial a mi Hijo que viene en camino, a mi esposa porque me brindo el apoyo, y motivación necesaria para salir adelante tanto en esta especialización como en mi vida profesional y mi hijo porque es la esperanza que ilumina mi vida.”

Juan Carlos Vargas Agudelo



AGRADECIMIENTOS

A nuestro asesor temático Federico Alonso Atehortua Hurtado, por sus conocimientos que siempre fueron brindados sin interés y con el compromiso profesional que siempre lo caracterizo durante este largo trabajo.

A nuestro asesor metodológico Carlos Mauricio González, siempre comprometido y un gran estudioso de la investigación que siempre estuvo en los momentos importantes durante el desarrollo de este trabajo.

A los profesores que tuvimos durante la especialización, que nos brindaron todo su conocimiento, y nos dejaron grandes reflexiones para nuestra vida profesional.

Al Comité Ejecutivo de la Liga de Fútbol de Antioquia que nos permitió desarrollar este trabajo de investigación en la entidad y siempre estuvieron pendientes a las necesidades.

A los empleados de la Liga de sus diferentes Programas y/o servicios que nos ayudaron al desarrollo de este trabajo y siempre existió una actitud amable a cada una de nuestras necesidades.

Y agradecemos en especial a los diferentes usuarios (Acudientes de los alumnos de la Escuela, a los alumnos de 5 a 17 años participantes de la escuela, a los directivos de los clubes y/o equipos de los Torneos, a los entrenadores, los deportistas de los torneos y a los deportistas de los seleccionados Antioqueños de futbol) de la liga que con responsabilidad y gran compromiso respondieron a cada una de las preguntas formuladas en las encuestas elaboradas.



CONTENIDO

PAG

LISTA DE GRAFICOS

LISTA DE TABLA

INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES	3
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	9
2. OBJETIVOS	9
2.1 OBJETIVO GENERAL	9
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	10
3. MARCO CONCEPTUAL	11
3.1. EL FUTBOL	11
3.2 EL MARKETING DEPORTIVO	12
3.3 LA MEDICIÓN DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE	14
3.4 LOS PLANES DE MEJORAMIENTO	15
4 METODOLOGIA	17
4.1 TIPO DE ESTUDIO	17
4.2 MUESTRA	17
4.3 DISEÑO DE INSTRUMENTOS	20
4.4 VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS	21
4.5 APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS	21
4.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION	22
4.7 ANALISIS DE LA INFORMACION	22
5 RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	23
5.1 PROGRAMA ESCUELA DE FUTBOL	23



5.1.1 ANALISIS SOCIODEMOGRAFICO	23
5.1.2 ANALISIS DE SATISFACCION	25
5.1.2.1 CALIDAD DE LAS CANCHAS	25
5.1.2.2 IMPLEMENTOS DEPORTIVOS	26
5.1.2.3 UNIFORMES DE ENTRENAMIENTO	27
5.1.2.4 FESTIVALES DE FUTBOL	28
5.1.2.5 CONTENIDO DE CLASES	29
5.1.2.6 NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS INSTRUCTORES	30
5.1.2.7 ATENCIÓN Y TRATO DE LOS EMPLEADOS A LOS USUARIOS	31
5.1.2.8 EXPECTATIVAS DE INICIACIÓN Y FORMACIÓN DE LOS USUARIOS	32
5.1.2.9 SERVICIO ESPERADO	33
5.1.2.10 CALIDAD DEL PROGRAMA COMPARADO CON OTRA INSTITUCIÓN	34
5.1.2.11 PROCESOS DE INGRESO AL PROGRAMA	35
5.1.2.12 RELACIÓN CALIDAD Y COSTO DEL PROGRAMA	36
5.1.2.13 SATISFACCIÓN GENERAL	37
5.1.3 ANALISIS DE SERVICIO	38
5.1.3.1 PROBLEMAS AL USAR EL SERVICIO	38
5.1.3.2 UTILIZACIÓN DE NUEVO DEL SERVICIO	39
5.1.3.3 RECOMENDACIÓN DEL SERVICIO	40
5.1.3.4 CONOCIMIENTO DE OTROS SERVICIOS	41
5.2 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	42
5.2.1 ANALISIS SOCIODEMOGRAFICO	42
5.2.2 ANALISIS SATISFACCION	44
5.2.2.1 CALIDAD DE LAS CANCHAS TORNEOS	44
5.2.2.2 REGLAMENTOS Y SISTEMAS DE LOS TORNEOS	45
5.2.2.3 SERVICIO DE JUZGAMIENTO	46
5.2.2.4 INFORMACIÓN DEL PROGRAMA	47
5.2.2.5 PREMIACIÓN DE LOS TORNEOS	48
5.2.2.6 PROCESOS DE INGRESO AL PROGRAMA	49
5.2.2.7 NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS EMPLEADOS	50
5.2.2.8 ATENCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS USUARIOS	51
5.2.2.9 TRATO DE LOS EMPLEADOS A LOS USUARIOS	52
5.2.2.10 EXPECTATIVAS DE INICIACIÓN, FORMACIÓN Y COMPETENCIA	53
5.2.2.11 EXPECTATIVAS DE CALIDAD DEL SERVICIO	54
5.2.2.12 CALIDAD DEL PROGRAMA COMPARADO CON OTROS	55
5.2.2.13 RELACIÓN CALIDAD Y COSTO	56



5.2.2.14 SATISFACCIÓN GENERAL	57
5.2.3 ANALISIS DEL SERVICIO	58
5.2.3.1 PROBLEMAS CON EL SERVICIO	58
5.2.3.2 PARTICIPACIÓN DE NUEVO CON EL PROGRAMA	59
5.2.3.3 RECOMENDACIÓN DEL PROGRAMA A OTRAS PERSONAS	60
5.2.3.4 CONOCIMIENTO DE OTROS PROGRAMAS	61
5.3PROGRAMA SELECCIONADOS ANTIOQUIA	62
5.3.1 ANALISIS SOCIODEMOGRAFICO	62
5.3.2 ANALISIS SATISFACCION	63
5.3.2.1 CALIDAD DE LAS CANCHAS ENTRENAMIENTO SELECCIONES.	63
5.3.2.2 IMPLEMENTOS DEPORTIVOS	64
5.3.2.3 UNIFORMES SELECCIONADOS	65
5.3.2.4 HOSPEDAJE SELECCIONES.	66
5.3.2.5 ALIMENTACIÓN SELECCIONES	67
5.3.2.6 TRANSPORTE PARA LOS VIAJES	68
5.3.2.7 CONTENIDOS TÉCNICOS, TÁCTICOS, ESTRATÉGICOS Y PREPARACIÓN FÍSICA	69
5.3.2.8 NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS EMPLEADOS	71
5.3.2.9 TRATO DEL CUERPO TÉCNICO CON LOS DEPORTISTAS	72
5.3.2.10 ATENCIÓN A LAS NECESIDADES DE LOS DEPORTISTAS	73
5.3.2.11 CUMPLIMIENTO CON LA FORMACIÓN Y COMPETENCIA	74
5.3.2.12 PROCESOS DE INGRESO A LOS SELECCIONADOS	75
5.3.2.13 CALIDAD DE LOS SELECCIONADOS COMPARADOS CON OTROS	76
5.3.2.14 CUMPLIMIENTO EXPECTATIVAS DE CALIDAD DEL SERVICIO	77
5.3.2.15 SATISFACCIÓN GENERAL	78
5.3.3 ANALISIS DEL SERVICIO	79
5.3.3.1 PROBLEMAS AL UTILIZAR EL SERVICIO	79
5.3.3.2 PARTICIPARÍA DE NUEVO CON LOS SELECCIONADOS	80
5.3.3.3 RECOMENDARÍA LOS SELECCIONADOS A OTRAS PERSONAS	81
5.3.3.4 CONOCIMIENTO DE OTROS PROGRAMAS	82
6 PLAN DE MEJORAMIENTO	83
7. CONCLUSIONES	94
7.1 CONCLUSIONES ACERCA DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN PARA LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL	95
7.2 CONCLUSIONES ACADÉMICAS ACERCA DEL OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN	98
BIBLIOGRAFÍA	100



**Liga Antioqueña
de Fútbol**

ANEXOS

102



LISTA DE GRAFICOS

GRAFICA	PAG
1. Satisfacción con la calidad de las canchas de entrenamiento	25
2. Satisfacción con los implementos deportivos	26
3. Satisfacción con el uniforme de entrenamiento de la Escuela	27
4. Satisfacción con los Festivales de Fútbol	28
5. Satisfacción con el contenido de las Clases impartidas por el instructor	29
6. Satisfacción con respecto al nivel de conocimiento de los Instructores de la Escuela	30
7 Satisfacción con la atención brindada por parte de los empleados de la LIGA	31
8 Satisfacción con el trato de los empleados de la LIGA de Fútbol con los usuarios	31
9 Satisfacción de las expectativas en iniciación y formación en fútbol	32
10 Satisfacción con el servicio esperado de la Escuela de Fútbol de Antioquia	33
11 Satisfacción con la calidad de la Escuela de Fútbol en comparación con otras Instituciones	34
12 Satisfacción con los procesos de ingreso a la Escuela de Fútbol de Antioquia	35
13 Satisfacción con la relación calidad y costo	36
14 Satisfacción general con la Escuela de Fútbol de Antioquia	37
15 ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de usar LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?	38
16. ¿Se resolvieron esos problemas de forma satisfactoria para usted?	38
17.¿Utilizaría usted el servicio de LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA de nuevo?	39
18 ¿Recomendaría usted LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?	40
19 ¿Conoce usted los otros servicios o programas ofrecidos por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL	41
20. Satisfacción con la calidad de las canchas de competencia de los Torneos	44
21. Satisfacción con los reglamentos de juegos de los Torneos	45
22. Satisfacción con los sistemas de juegos de los Torneos	45
23 Satisfacción con el servicio de juzgamiento de los Torneos	46
24. Satisfacción con la información de los Torneos	47



25 Satisfacción con la premiación de los Torneos	48
26. Satisfacción con el proceso de ingreso a los torneos organizados por la Liga de Fútbol de Antioquia	49
27 Satisfacción con el nivel de conocimientos de los empleados de La Liga Antioqueña de Fútbol encargados de organizar los Torneos	50
28. Satisfacción con la atención brindada a las necesidades por parte de los empleados de La Liga Antioqueña de Fútbol encargados de organizar los Torneos	51
29. Satisfacción con el trato de los empleados de la Liga de Fútbol de Antioquia con los clientes	52
30 Satisfacción con el cumplimiento de las expectativas de iniciación, formación y competencia en los torneos organizados por La Liga	53
31 Satisfacción con el cumplimiento de las expectativas frente a la calidad del servicio que esperaba en los torneos organizados por La Liga	54
32 Satisfacción con la calidad de los torneos organizados por La Liga Antioqueña de Fútbol en comparación con los de otras Instituciones	55
33. Satisfacción con la relación calidad y costo	56
34. Satisfacción general con los torneos organizados por La Liga Antioqueña de Fútbol	57
35 ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de participar de los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?	58
36 ¿Se resolvieron esos problemas de forma satisfactoria para usted?.	58
37. ¿Participaría usted en los torneos de la Liga de Fútbol de Antioquia de nuevo?	59
38 ¿Recomendaría usted los torneos de la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?	60
39 Conoce usted los otros servicios o programas (escuela y selecciones ofrecidos por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL ?.	61
40 Satisfacción con la calidad de las canchas de entrenamiento	63
41 Satisfacción con los implementos deportivos	64
42 Satisfacción con los uniformes de entrenamiento y competencia.	65
43. Satisfacción con los sitios de hospedaje durante la concentración.	66
44 Satisfacción con la alimentación durante las concentraciones	67
45 Satisfacción con el transporte en que viajan los seleccionados	68
46 Satisfacción con los contenidos de los entrenamientos impartidos por el cuerpo técnico de los seleccionados	69



47 Satisfacción con los conceptos técnicos, tácticos y estratégicos impartidos por el cuerpo técnico de los seleccionados.	69
48 Satisfacción con la preparación Física impartida por el cuerpo técnico de los seleccionados	70
49 Satisfacción con el nivel de conocimientos de los empleados de La Liga de fútbol encargados de los Seleccionados	71
50 Satisfacción con el trato de los miembros del Cuerpo técnico con los deportistas de los seleccionados	72
51 Satisfacción con la atención brindada de mis necesidades por parte de los empleados de La Liga de Fútbol encargados de los Seleccionados	73
52. Satisfacción con el cumplimiento de las expectativas de formación y competencia en los seleccionados	74
53. Satisfacción con los procesos de ingreso a los seleccionados de futbol de Antioquia	75
54. Satisfacción con la calidad de los seleccionados de fútbol de Antioquia en comparación con otras instituciones	76
55. Satisfacción con el cumplimiento de las expectativas frente a la calidad del servicio que esperaba en los seleccionados	77
56. Grado de satisfacción general con los seleccionados de futbol de Antioquia	78
57. ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de participar con los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?	79
58. ¿Participaría usted con los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA de nuevo?	80
59. ¿Recomendaría usted los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?	81
60. ¿Conoce usted los otros servicios o programas (escuela y torneos)ofrecidos por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FUTBOL?	82



Liga Antioqueña
de Fútbol

LISTA DE TABLA

TABLA	PAG
1 TAMAÑOS DE MUESTRA POR CADA POBLACIÓN	19
2 PLAN DE MEJORAMIENTO ESTADO DE LAS CANCHAS	83
3 PLAN DE MEJORAMIENTO UNIFORMES	85
4 PLAN DE MEJORAMIENTO SERVICIO DE JUZGAMIENTO	87
5 PLAN DE MEJORAMIENTO VIÁTICOS	89
6 PLAN DE MEJORAMIENTO CUMPLIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN	91
7 PLAN DE MEJORAMIENTO CONOCIMIENTO DEL PORTAFOLIO	93



INTRODUCCIÓN

Los programas y/o servicios que se prestan en la Liga Antioqueña de Fútbol son desarrollados de manera permanente por los empleados adscritos a la jerarca del balompié antioqueño. Estos programas y/o servicios requieren una evaluación periódica como lo establecen los cánones administrativos, para determinar si los procedimientos desarrollados en la prestación de cada uno de estos corresponden a los requerimientos y necesidades de los clientes.

La razón de ser de una empresa de servicios deportivos son sus clientes o usuarios y son precisamente estos quienes se benefician de los programas y/o servicios ofrecidos, por ello se convierten en la fuente primaria para obtener información sobre el grado de satisfacción que se tiene con respecto a los programas y/o servicios. Para una entidad como la Liga Antioqueña de Fútbol, medir el grado de satisfacción de sus clientes es importante, en la medida en que le permite fortalecer sus procesos y mejorar la calidad de sus programas y/o servicios.

Con estas consideraciones, se presenta el resultado de la investigación efectuada en el segundo semestre de 2007, sobre la percepción de los clientes o usuarios de la Liga Antioqueña de Fútbol acerca de su satisfacción con los programas y/o servicios y aunque la investigación fue motivada como parte de los requisitos académicos de la Especialización de Administración



**Liga Antioqueña
de Fútbol**

Deportiva de la Universidad de Antioquia, fue diseñada y aplicada con el rigor metodológico y la orientación práctica suficientes para que sus resultados sirvieran a la Liga en la toma de decisiones de administrativas y de mejoramiento de la calidad de sus programas y/o servicios.

Con esta investigación también se pretende trascender el marco académico, estableciendo un vínculo entre el trabajo del posgrado y las necesidades de una entidad deportiva específica y real. Se espera que este pueda servir de referencia para otras instituciones similares de Antioquia o del país.

Los autores agradecen la cooperación de los funcionarios de la Liga, sin cuyo concurso no se habría tenido el resultado que aquí se presenta. También se expresa la gratitud para con los docentes del posgrado, que contribuyeron con su revisión y recomendaciones metodológicas y conceptuales.



ANTECEDENTES

La Liga Antioqueña de Fútbol¹, **FEDEFÚTBOL**, es una entidad deportiva y social de carácter privado, sin ánimo de lucro, fue fundada el 30 de noviembre de 1929 por iniciativa de un grupo de amantes de este deporte, quienes se propusieron darle a la capital de Antioquia una organización que rigiera los destinos de este deporte en forma dinámica y entusiasta.

Esta institución tiene la Personería Jurídica No. 60 de 1933 expedida por el Ministerio de Gobierno, y está sometida a sus propios estatutos y a las leyes, decretos y normas que reglamentan el funcionamiento de las entidades deportivas en Colombia.

La Liga Antioqueña de Fútbol, **FEDEFÚTBOL**, es un organismo del nivel departamental que hace parte del Sistema Nacional del Deporte, cumple funciones de interés público y social, y tiene el compromiso de participación deportiva en los programas y actividades del deporte organizado y del Plan Nacional del Deporte, la Recreación y la Educación Física.

¹ Según **DECRETO LEY 1228 DE 1995 (Julio 18)** "Por el cual se revisa la Legislación deportiva vigente y la estructura de los organismos del sector asociado con el objeto de adecuarlas al contenido de la Ley 181 de 1995 ".**Capítulo II Organismos Deportivos del Nivel Departamental y del Distrito Capital.** "ARTICULO. 7º Ligas deportivas. Las ligas deportivas son organismos de derecho privado constituidas como asociaciones o corporaciones por un número mínimo de clubes deportivos o de promotores o de ambas clases, para fomentar, patrocinar y organizar la práctica de deporte con sus modalidades deportivas, dentro del ámbito territorial del departamento o del Distrito Capital, según sea el caso, e impulsaran programas de interés público y social. No podrá existir más de una liga por cada tipo de limitación dentro de la correspondiente jurisdicción territorial".



La Liga Antioqueña de Fútbol, **FEDEFÚTBOL**, está constituida por clubes y corporaciones deportivas que cumplen los requisitos de afiliación; también puede aceptar la actuación como clubes deportivos, sin cambiar su estructura orgánica, pero cumpliendo los requisitos de afiliación establecidos en la Ley, a las cajas de compensación familiar, clubes sociales, establecimientos educativos, organizaciones comunales y a las empresas públicas o privadas que desarrollan actividades futbolísticas.

MISIÓN DE FEDEFÚTBOL

“Somos una entidad deportiva y social sin ánimo de lucro encargada de administrar el fútbol aficionado en el Departamento de Antioquia con eficiencia y calidad humana”.

VISIÓN DE FEDEFÚTBOL

“Seremos en el 2020 una empresa deportiva y social autosostenible, líder en la prestación de servicios al fútbol aficionado y con presencia en todas las regiones del Departamento de Antioquia, empleando personal altamente cualificado, y comprometida en la conquista de altos logros en el ámbito nacional”.

La **FEDEFÚTBOL** tiene como objeto y finalidad:



- a. Fomentar, reglamentar, patrocinar, organizar y dirigir la práctica del fútbol en todo el departamento de Antioquia,
- b. Organizar administrativa y técnicamente la totalidad del fútbol aficionado en el departamento de Antioquia, estableciendo calendarios de competición en concordancia con las edades y los programas de actividades que establezca **DIFÚTBOL**² para las competiciones nacionales, sin desconocer al fútbol como deporte formativo, social comunitario; competitivo y recreativo, tanto masculino como femenino.
- c. Representar al fútbol antioqueño ante los organismos públicos, deportivos, nacionales e internacionales y ante las autoridades de nuestro país.
- d. Reglamentar el funcionamiento de las Escuelas de Fútbol Base, en total concordancia con las disposiciones de **COLFÚTBOL**³, **DIFÚTBOL** y los distintos organismos del Sistema Nacional del Deporte.

² Según el artículo 6 y 65 de los Estatutos de la Federación Colombiana de Fútbol, “La DIFUTBOL significa División Aficionada del Fútbol Colombiano. y tendrá la atención del fútbol aficionado.”

³ Según el artículo 1 de los Estatutos de la Federación Colombiana de Fútbol, “La Federación Colombiana de Fútbol, COLFUTBOL, es un organismo de derecho privado, sin ánimo de lucro, afiliado a la Federación Internationale de Football Association, FIFA y a la Confederación Sudamericana de Fútbol, CONMEBOL.....”



- e. Aprobar mediante resolución los reglamentos de competición de sus propios torneos o campeonatos y avalar aquellos que organicen sus clubes.
- f. Establecer una base de datos en donde permanezca un registro individual (ficha departamental) de todos los futbolistas que integran los clubes afiliados a la **FEDEFÚTBOL**.
- g. Proceder al reconocimiento de propiedad de los Derechos Deportivos de los futbolistas, con base en el Estatuto del Jugador de **COLFÚTBOL**.
- h. Conformar y dirigir todas las selecciones departamentales que representarán futbolísticamente a nuestro departamento.
- i. Cumplir y hacer cumplir a sus afiliados las disposiciones emanadas por las leyes y decretos reglamentarios del estado colombiano, la **FIFA**⁴, **COLFÚTBOL**, **DIFÚTBOL** y las que se desprendan de sus propios estatutos, reglamentos y las reformas que a estos se hagan.

⁴ Según el artículo 1 de los Estatutos de la Federación Colombiana de Fútbol, “La federación colombiana de fútbol, COLFÚTBOL, es un organismo de derecho privado, sin ánimo de lucro, afiliado a la Fédération Internationale de Football Association, FIFA, y a la Confederación Sudamericana de Fútbol, CONMEBOL, que cumple funciones de interés público y social....”



- j. Prever con disposiciones estatutarias y reglamentarias los principios válidos para decidir y resolver todas las diferencias que pudieran surgir entre los clubes afiliados.

- k. Mantener actualizada ante la autoridad competente la inscripción de su Representante Legal.

Por su calidad de integrante de la División Aficionada del Fútbol Colombiano **DIFÚTBOL**, la **FEDEFÚTBOL** es la única entidad que puede organizar torneos o campeonatos de carácter oficial, local, departamental o nacionalmente en el departamento, en concordancia con las normas expedidas por el Gobierno Nacional a través de los organismos pertinentes.

La Liga Antioqueña de Fútbol en los últimos años viene en pleno crecimiento y modernización, tanto en su estructura organizacional, como en la infraestructura física y sistemática. Es por tal razón que en la Entidad se construyó el “**Plan de Desarrollo Sector Institucional y Deportivo de la Liga Antioqueña de Fútbol para el Período 2007-2010 Forjando Campeones**”, con el cual se pretende generar una carta de navegación en materia deportiva-administrativa e impactar de modo positivo a todos y cada uno de los públicos que intervienen en la Institución.

Con dicho Plan se busca además, lograr una adecuada valoración de la imagen institucional y deportiva de la Liga. Tal intencionalidad se refleja en los sectores estratégicos a abordar, como son la línea de desarrollo Institucional y la línea de desarrollo deportivo.

En términos de desarrollo institucional, el Plan de Desarrollo permitirá, entre otros aspectos, intervenir en la mejora de las relaciones interpersonales de



los funcionarios de la Liga Antioqueña de Fútbol y de ellos para con sus usuarios o clientes, para desde allí, afianzar el desarrollo de todos los demás procesos.

Desde el punto de vista de desarrollo deportivo, la planeación estratégica permitirá que Liga siga organizando eventos y certámenes, con una mayor cobertura en los municipios de nuestro Departamento, pero sobretodo, deberá proporcionar un mejor escenario para que Antioquia continúe con la entrega de buenos dividendos deportivos, que darán como resultado la consecución de títulos nacionales en las diferentes categorías, en lo que al fútbol aficionado se refiere.

En la administración moderna de una empresa de servicios deportivos como Liga Antioqueña de Fútbol, es muy importante medir el grado de satisfacción de sus clientes o usuarios con respecto a los programas y/o servicios que se ofrecen, ya que de la recolección y análisis que se realice de la información obtenida, dependerá en buena medida el aporte que se pueda hacer para mejorar la calidad de los programas y/o servicios.

Igualmente, tener un mayor conocimiento de los clientes o usuarios ayuda a diseñar las estrategias que permitirán la continuidad de los mismos en la empresa, generarles nuevos programas y/o servicios de calidad y a atraer nuevos prospectos.



1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Con fundamento en los antecedentes descritos, para la presente investigación se partió de la inexistencia de un mecanismo o herramienta de evaluación para medir el grado de satisfacción de los clientes o usuarios de los programas y/o servicios ofrecidos por la Liga Antioqueña de Fútbol.

Este desconocimiento llevaba a que muchos procesos se realizarán sin conocer sus verdaderas debilidades o fortalezas y a que no se tuviera respuesta confiable a la pregunta de siempre: ¿Cuál es el grado de satisfacción de los clientes o usuarios de la Liga Antioqueña de Fútbol con respecto a sus diferentes programas y/o servicios?

Esta situación indudablemente no permitía impactar los procesos desde la administración, ni generar un clima de tranquilidad con respecto a la calidad de la oferta de programas y/o servicios.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer el grado de satisfacción de los clientes o usuarios de los programas y/o servicios de la Liga Antioqueña de Fútbol durante el primer semestre del 2007, con el propósito de contribuir a mejorar su calidad.



2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

2.2.1 Describir los diferentes programas y/o servicios que ofrece la Liga Antioqueña de Fútbol.

2.2.2 Diseñar las herramientas y/o estrategias que permitan conocer el grado de satisfacción de los clientes o usuarios con respecto a los programas y/o servicios ofrecidos por la Liga Antioqueña de Fútbol.

2.2.3 Elaborar un plan de mejora de la calidad de los programas y/o servicios que presenten una baja satisfacción para los clientes o usuarios de la Liga Antioqueña de Fútbol.



3. MARCO CONCEPTUAL

3.1 EL FÚTBOL

El fútbol, por su difusión, masificación y por el espectáculo que desarrolla, está considerado como una de las principales disciplinas deportivas del mundo y en el entorno de dicho deporte existen empresas vinculadas de forma directa o indirecta que fortalecen buena parte de la economía de la sociedad.

La estructura administrativa del “balompié”, como también se le llama al fútbol, está encabezada por la FIFA, entidad rectora de este deporte en el ámbito mundial, la cual está compuesta por Confederaciones, y estas a su vez son constituidas por las federaciones y éstas últimas por los clubes y/o las ligas. Por lo cual, en cualquier parte del mundo en que se practique el fútbol de manera asociada, tendrá la representación y el seguimiento de la FIFA a través de alguna de las entidades que la conforman.

Un futbolista puede iniciar practicando su deporte a temprana o tardía edad, en escuelas de fútbol o de modo independiente, pero para llegar a ser profesional deberá, en la mayoría de los casos, haber cumplido un ciclo actuando como deportista aficionado en equipos afiliados a las ligas.



3.2 EL MARKETING DEPORTIVO

Según la American Marketing Association el marketing puede definirse como: "el proceso de planificar y ejecutar la concepción del producto, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios, para crear intercambios que satisfagan tanto objetivos individuales como los de las organizaciones"⁵.

Molina y Aguiar indican que el eje central del proceso de marketing deportivo está en el cliente o consumidor. Como tal entienden a "todo individuo que adquiere productos o servicios del deporte para su uso personal como conducta de compra"⁶. En una dimensión más amplia, Atehortúa indica que los clientes de la organización deportiva "...pueden ser los usuarios directos del servicio (por ejemplo, los niños que participan en un torneo), los que "compran" el servicio (por ejemplo, los padres de familia o una entidad territorial con la cual se suscribe un convenio) o aquellos que se benefician de que el servicio se preste (los anunciantes, "sponsors" o patrocinadores)."⁷

Dentro de la relación de la entidad deportiva con sus clientes, es fundamental conocer cuáles son sus expectativas y necesidades en torno a por lo menos cinco

⁵ Tomado de "Por qué es importante hacer un Plan de mercadeo". Consultado en línea el 14 de noviembre de 2007 en www.emagister.com.

⁶ Molina, Gerardo y Aguiar, Francisco. Marketing deportivo. El negocio del deporte y sus claves. Grupo Editorial Norma. Buenos Aires. 2003. Página 34.

⁷ Atehortúa, Federico. Aplicación de sistemas de gestión de la calidad en organizaciones del deporte y la recreación. **En:** Gestión y economía del deporte: aproximaciones teóricas y aplicaciones. Funámbulos Editores. Universidad de Antioquia. Medellín. 2007. Página 86.



temas esenciales que son los fundamentos del marketing. A estos temas se les conoce como “marketing mix” o “mezcla de mercadeo”⁸ y son:

- El producto o servicio que se le ofrece y entrega al cliente.
- La plaza, es decir, El lugar donde se le provee el servicio o se le entrega el producto al cliente.
- El precio que se le cobra al cliente y que debe estar relacionado con lo que él está dispuesto a pagar por el servicio
- La promoción como mecanismo para lograr la fidelidad del cliente y mejorar la competitividad del precio.
- La publicidad como forma de atraer la atención de clientes potenciales.

A partir de la indagación acerca de estos temas, la organización deportiva puede lograr uno o más de los siguientes propósitos que, según Molina y Aguiar, son el centro del trabajo en mercadeo deportivo:

- “Capturar cuanto indicador individual le permita conocer y comprender al consumidor y, de esta forma, establecer los mapas preceptuales y parámetros para delimitar y predecir su conducta de compra.
- Concebir los productos a desarrollar y los mecanismos de promoción y venta dentro de la mezcla de mercadeo.

⁸ Cardona, Liliana y Osorio, Gustavo. Mercadeo deportivo. En: Gerencia del deporte municipal. Universidad de Antioquia. 2006. Página 262.



- Fomentar mecanismos de venta y promoción como el *merchandising*, pues los mismos reportan beneficios tangibles e intangibles que puedan derivar de la venta de productos alusivos a un equipo (marca) o la imagen de un deportista.”⁹

3.3 LA MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La mejor manera de descubrir la satisfacción y la lealtad del cliente, al mismo tiempo que se consiguen testimonios que se pueden usar en el mejoramiento de los servicios y en las estrategias de ventas y marketing, es indagando directamente a los clientes. Siguiendo a Cabal “En la medida en que las comunidades avanzan en la escala de bienestar, las necesidades son menos evidentes a los ojos de los observadores y van tomando formas más sutiles de manifestarse. Un buen nivel de acercamiento con sus miembros es una buena fuente para detectar necesidades. De ahí, la importancia de los servicios de atención al cliente interno y externo y de encuestas de opinión. Así mismo, los estudios de tendencias y la observación de la competencia se constituyen en buena fuente de información”¹⁰

Para la medición de la satisfacción de los clientes, el mercadeo ha desarrollado multitud de instrumentos cuya validez técnica los hace útiles para su aplicación en organizaciones deportivas. Atehortúa señala que “La determinación de las necesidades de los clientes y la posterior medición de su grado de satisfacción

⁹ Molina, Gerardo y Aguiar, Francisco. Obra citada, página 36.

¹⁰ Cabal, María. Formulación y evaluación de proyectos. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. 2000. Página 32.



pueden llevarse a cabo mediante encuestas, entrevistas, grupos focales u otra técnica apropiada, de acuerdo a las características del grupo de población o las entidades a las que vaya dirigida.”¹¹

3.4 LOS PLANES DE MEJORAMIENTO

A la medición de la satisfacción del cliente debe seguirle un conjunto de acciones ordenadas que permitan mejorar aquellos aspectos señalados como insatisfactorios o fortalecer los elementos relevantes del servicio. Al documento en que se definen estas acciones se le denomina “plan de mejoramiento”. Cuervo identifica como elementos de un plan de mejoramiento los siguientes¹²:

Objetivo general: Los resultados que pretende alcanzar la entidad mediante el desarrollo del plan de mejoramiento.

Objetivos específicos: Resultados que se pretenden alcanzar en cada una de las áreas o proceso objeto del plan.

Oportunidad de mejoramiento: Situación encontrada al momento en que se hizo la medición y el análisis.

Estrategia: Acción propuesta para mejorar el desempeño.

Actividades: Conjunto de acciones desarrolladas para el logro de la estrategia.

Metas: Límite o niveles máximos de logro.

¹¹ Atehortúa, Federico. Obra citada. Página 86.

¹² Cuervo, Héctor. Control. **En:** Gerencia del deporte municipal. Universidad de Antioquia. Medellín. 2006. Páginas 141 y 142.



Fecha de ejecución: Término límite para el logro de la meta.

Indicador de cumplimiento: Relación entre lo ejecutado y lo programado.

Responsable: Cargo en quien recae la responsabilidad por asegurar la acción de mejoramiento.

Observaciones: Explicaciones que se deben tener en cuenta para el desarrollo y seguimiento al plan.

En una versión simplificada, Atehortúa indica que el plan de mejoramiento debería contener, como mínimo, las acciones para el mejoramiento de los procesos y “la asignación de responsables, plazos y recursos y el seguimiento posterior de que las acciones implementadas si fueron efectivas respecto a lo que se esperaba lograr con ellas.”¹³

¹³ Atehortúa, Federico. Obra citada. Página 99.



4. METODOLOGÍA

4.1 TIPO DE ESTUDIO

Se desarrolló una monografía investigativa de tipo cuantitativa no experimental de diseño transversal descriptivo la cual incluyó la observación directa de los públicos y la utilización de encuestas estructuradas, de acuerdo a cada público.

4.2 MUESTRA

Se realizó sobre el tipo de muestras probabilísticas por cuotas asegurando la representatividad de segmentos según la población objetivo de la investigación por cada programa, utilizando la siguiente fórmula estadística:

La fórmula utilizada para el tamaño de la muestra de una proporción utilizando muestreo aleatorio simple es:

$$n_0 = \frac{Z^2 PQ}{e^2} \text{ donde}$$

Z = cuantil de la distribución normal con una confianza del 95%; Z = 1.96.

P = proporción de usuarios que han tenido insatisfacción con la prestación de los servicios de la Liga.

Q = proporción de usuarios que están satisfechos con los servicios que presta la Liga.



e = máximo error permisible en el cálculo de las proporciones; $e = 0.05 = 5\%$.

La corrección del tamaño de muestra para poblaciones finitas, se hizo mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra definitivo

N = Universo (número total de usuarios de la liga de fútbol).

De la aplicación de esta fórmula sobre las poblaciones arriba indicadas, se obtuvieron los tamaños de muestra que se presentan en la tabla 1. La selección de los individuos a encuestar se hizo utilizando números aleatorios.



Tabla 1. Tamaños de muestra por cada población

Grupo	Población	Muestra programada	Muestra ejecutada
Directivos Torneos	169	117	127
Entrenadores Torneos	634	233	236
Padres(acudientes) alumnos	401	196	209
Alumnos 5 a 10 años de edad	160	78	91
Alumnos 11 a 17 años de edad	241	118	118
Deportistas Seleccionados	85	85	82
Deportistas Torneos	7.777	365	346
Totales	9.467	1.192	1.209

El número de padres coincide con la sumatoria de alumnos desde 5 hasta 17 años (401).

En la población de los seleccionados se consideraron los siguientes componentes:

Masculino: Infantil, Prejuvenil y juvenil. No se incluyó otros seleccionados porque no se encontraba entrenando ni en competencia y no había manera de localizarlos.



Femenino: Solo se consideró la selección de fútbol sala, porque las demás categorías no estaban en competencia.

En los casos en que aparece un mayor número de encuestas realizadas que las programadas, es porque se hicieron encuestas adicionales previendo algún nivel de no devolución de las encuestas.

4.3 DISEÑO DE INSTRUMENTOS

Teniendo en cuenta los referentes teóricos presentados en el marco conceptual, se diseñaron encuestas para cada uno de los programas, indagando en ellas por los aspectos específicos de la mezcla de mercadeo para la Liga Antioqueña de Fútbol. Se indagó por variables relativas a los servicios (importancia y calidad), al precio (relación calidad-costos del servicio), plaza (lugar donde prestan los servicios a los deportistas) y promoción y publicidad (conocimiento del portafolio de servicios por parte de los clientes). Para asegurar la validez de contenido interno, en el diseño se incluyeron preguntas de control, que indagaban por el mismo aspecto en otros términos. Las plantillas de encuesta se presentan en el Anexo 1 del presente informe.

Los planes de mejoramiento se diseñaron integrando los dos referentes descritos en el marco conceptual (Cuervo y Atehortúa). La plantilla del plan de mejoramiento diseñada incluye los siguientes elementos:

Descripción de la oportunidad de mejoramiento

Identificación del programa o programas en los que aplica

Identificación de las causas que podrían originar la insatisfacción de los usuarios



Liga Antioqueña
de Fútbol

Acción de mejora a implementar

Actividades

Responsables

Plazo (Los plazos se expresan en tiempo y no en fechas, por tratarse de una propuesta de plan)

Recursos

4.4 VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Las plantillas de encuesta fueron validadas con los asesores metodológico y temático de la presente investigación. Y se efectuó una prueba piloto antes de aplicarlas a la totalidad de la muestra. La prueba piloto permitió hacer algunos ajustes de forma sobre las plantillas. La plantilla de plan de mejoramiento fue validada con el asesor temático de la presente investigación.

4.5 APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Las encuestas fueron aplicadas por los encargados de cada uno de los programas de la Liga y su personal de apoyo.



4.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El procesamiento de la información se efectuó utilizando el software SSPS versión 11.5. Se contó con el apoyo de un profesional experto en el manejo de esta herramienta, quien le efectuó las validaciones correspondientes una vez cargada toda la información.

4.7 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Se efectuó el análisis estadístico utilizando el método comparativo. En cada pregunta realizada, los resultados de las respuestas fueron agrupados en distribuciones de frecuencias, y se efectuó la comparación entre los rangos de la distribución. Además, los resultados de cada respuesta fueron comparados con los de otras respuestas relacionadas en la misma encuesta (el mismo programa). Y los resultados en los diferentes programas fueron comparados entre sí en las preguntas afines.



5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 PROGRAMA ESCUELA DE FÚTBOL

5.1.1 ANALISIS SOCIODEMOGRAFICO

Para efectos del análisis, la muestra del programa de la escuela de fútbol de Antioquia se segmentó en tres grupos: los alumnos entre 5 a 10 años, alumnos entre 11 a 17 años y los acudientes. La mayor parte de los acudientes se ubican en el rango de edad entre 26 a 45 años (73,5%). En cuanto a la variable sexo, en la muestra de alumnos de 5 a 10 años, el 100% de los encuestados fueron de sexo masculino. En la población de alumnos de 11 a 17 años un 4,2% de los encuestados es de sexo femenino y a pesar de que es una cifra muy pequeña, es importante resaltarlo por los diferentes mitos que se tiene acerca del fútbol femenino.

En la población de acudientes se encontró que el 44,2% de quienes respondieron son hombres y el 55,8% son mujeres.

En el análisis del parentesco que tienen los acudientes con los alumnos de la escuela, resultó ser de un 53,4% para las madres y el 37% para los padres, esto resulta importante para señalar que las madres de familia tienen aparentemente un mayor grado de compromiso para con la participación de sus hijos en la Escuela. No obstante, también se demuestra el alto grado de compromiso que tienen los padres de familia con la formación de sus hijos, pues en total el 91% de los acudientes son padres.

Dentro de la escolaridad se encuentra que más del 98% de los alumnos están escolarizados, algo importante para resaltar ya que es una buena forma de combinar el deporte y el estudio dentro de una formación integral del individuo.



Liga Antioqueña
de Fútbol

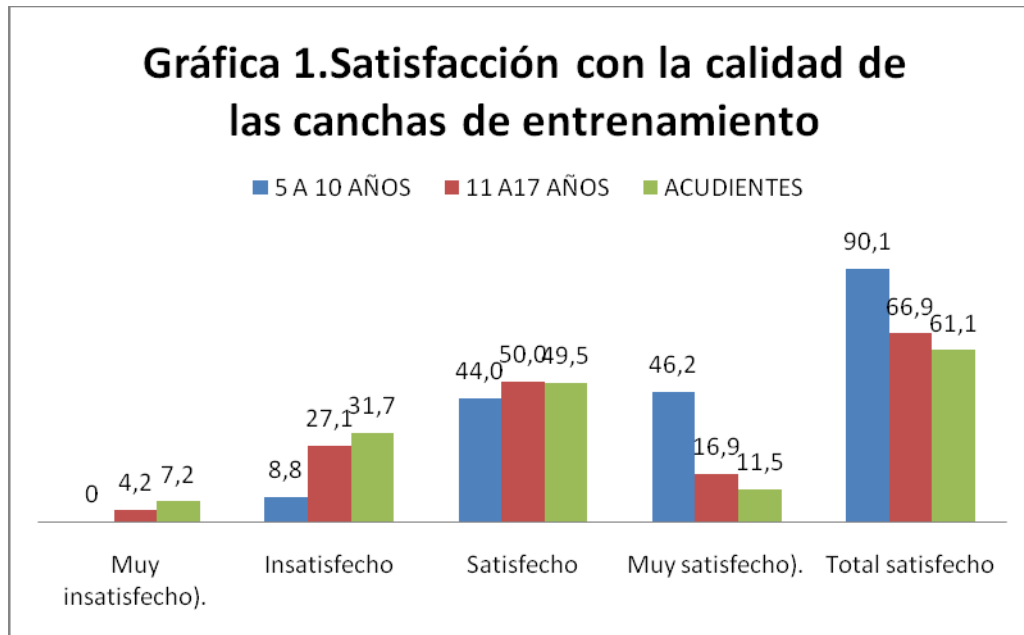
En cuanto a los acudientes se encontró que el 34,6% de los encuestados tienen un nivel de escolaridad universitario y el 49% tienen nivel de básica secundaria, lo que convalida aun más la seriedad y el nivel alto de confiabilidad de los resultados que arrojó la investigación, porque se considera que se trata de personas con criterio y formación suficiente para dar respuestas objetivas.

La mayor parte de la muestra de usuarios de la escuela de fútbol de Antioquia se encuentran ubicados dentro de los estratos II(25%), III(34,6%) y IV (22,6%). Esto puede explicarse en términos de que los precios de mensualidad de la escuela se acomodan a los estratos medios y también que los barrios más cercanos se encuentran en estos estratos. Las comunas de mayor procedencia de los encuestados fueron en su orden Laureles (19,7%), Robledo (16,3%), Buenos Aires (10,6%) y La América (9,6%).



5.1.2 ANALISIS DE SATISFACCION

5.1.2.1 Calidad de las canchas



Los resultados muestran que para los alumnos entre los 5 y 10 años hay un alto grado de satisfacción con el estado de las canchas a diferencia de los alumnos de 11 a 17 años y acudientes que manifiestan un grado de insatisfacción entre el 31% y 39%.

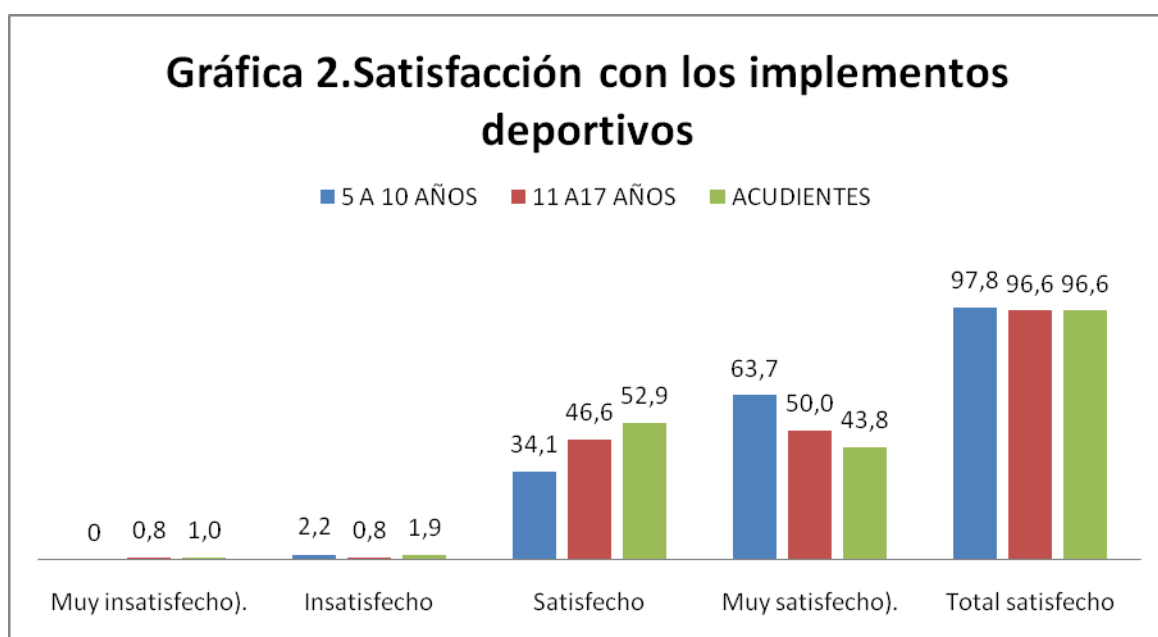
Podría proponerse que esta diferencia de percepción obedece a que los alumnos más pequeños no hacen un análisis objetivo basado en criterios técnicos del escenario, mientras que los alumnos mayores y los acudientes si tienen estos criterios de objetivos de evaluación.

Para un 86% de los acudientes, la calidad de las canchas resulta un aspecto importante o muy importante. Si hay insatisfacción con este aspecto podría presentarse que el acudiente decida buscar otras alternativas de programas u otras instituciones.



Las canchas en las que se realiza las diferentes prácticas con los alumnos de la escuela, son administradas por Municipio de Medellín (Inder) y su utilización depende de la disponibilidad por parte de este organismo.

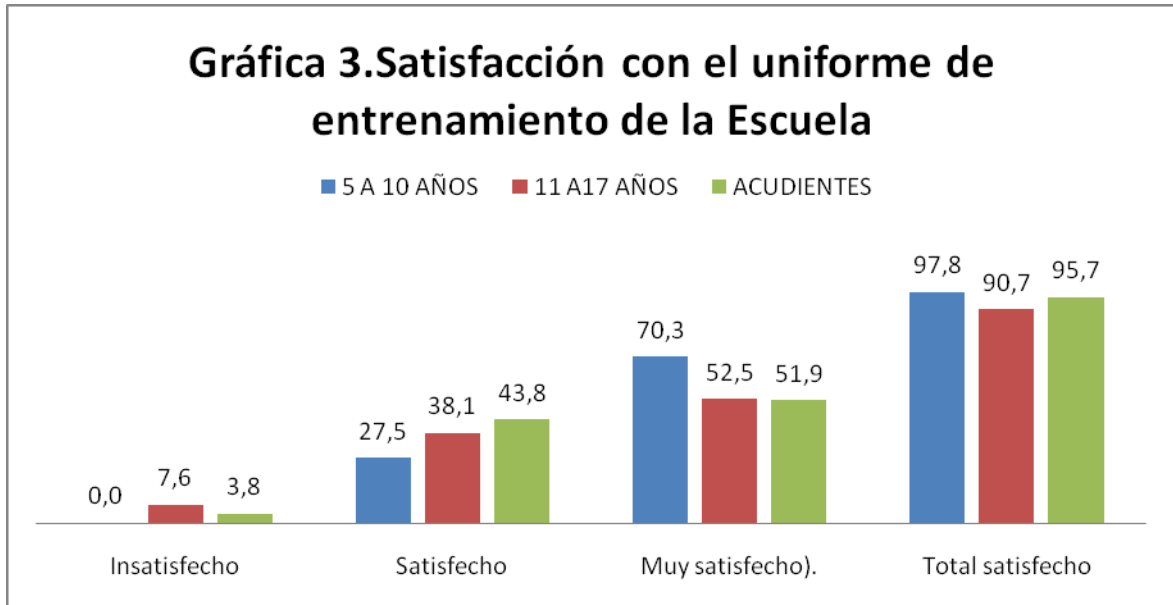
5.1.2.2 Implementos deportivos



Los tres públicos objetivos de este programa coinciden en manifestar un alto grado de satisfacción (superior al 96%) con respecto a los implementos deportivos que son utilizados durante las clases. Esto valida que ha sido acertada la política de la LIGA de efectuar una revisión y reposición semestral de los implementos deportivos.



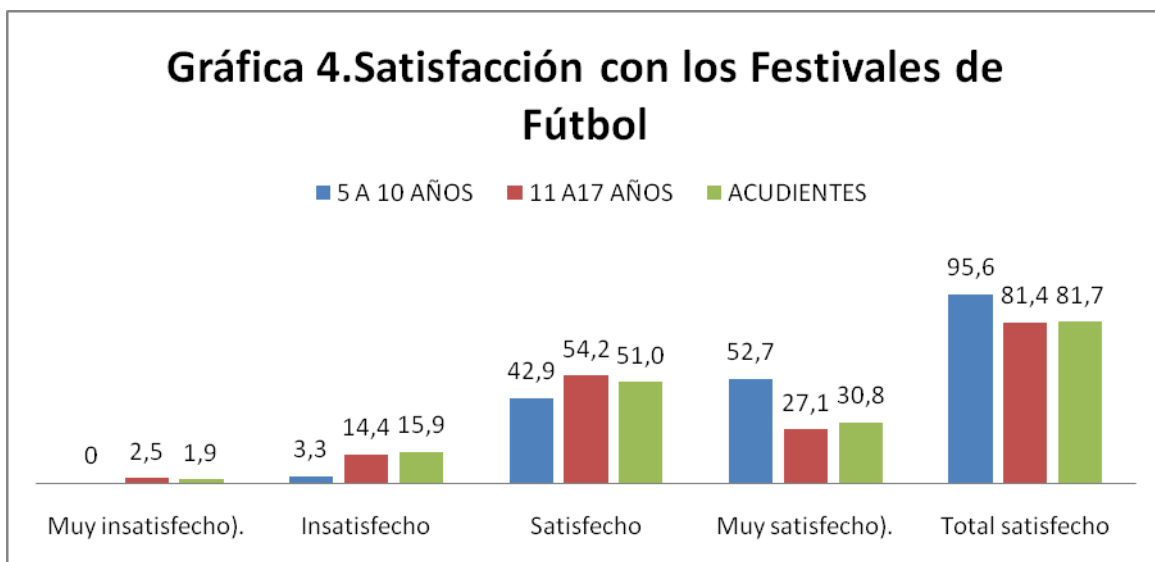
5.1.2.3 Uniforme de entrenamiento



Aunque el nivel de satisfacción es muy alto (alumnos 5 a 10 años 97,8%, alumnos 11 a 17 años 90,7% y acudientes 95,7%) se debe señalar que en la población de alumnos de 11 a 17 años hay un grado de insatisfacción del 7,6%. Se consignaron dos sugerencias de los alumnos de este rango de edades en el sentido de poder tener un uniforme para entrenamiento y otro para competencia. Vale la pena anotar que la liga no pone como requisito la compra del uniforme para asistir a las clases. No obstante el 94% de los padres consideran este como un aspecto importante.



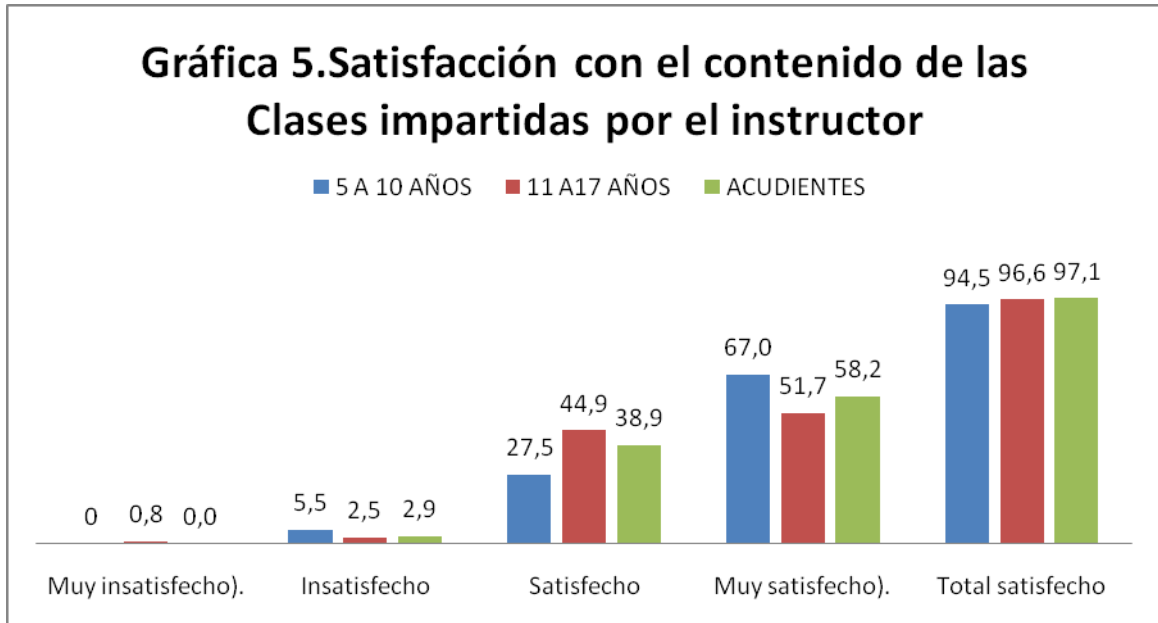
5.1.2.4 Festivales de fútbol



Los alumnos de 5 a 10 años manifiestan un alto grado de satisfacción (95,6%) con los festivales. Entre los alumnos de 11 a 17 años y los acudientes hay un grado de satisfacción importante (superior al 81%), llama la atención el 17% de insatisfacción de estos usuarios. Las sugerencias indican que esta insatisfacción obedece a que solo se programan festivales en el segundo semestre, mientras que los alumnos de 11 a 17 años y acudientes tienen la expectativa de que se hagan con mayor frecuencia.



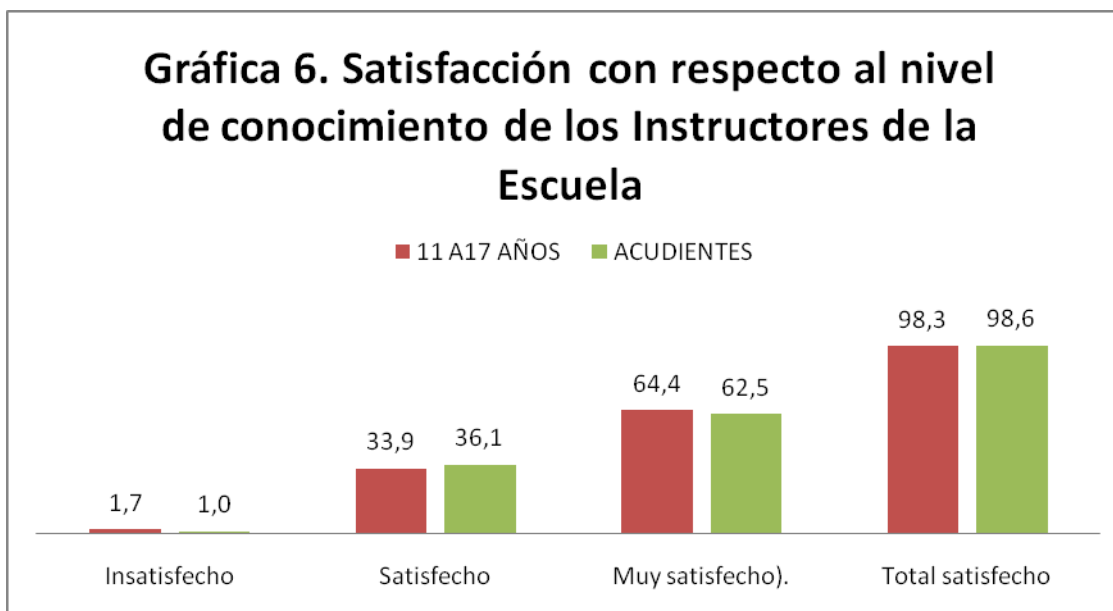
5.1.2.5 Contenido de clases



La población manifiesta un alto grado de satisfacción con respecto al contenido de las clases, cabe destacar que son los acudientes quienes en mayor proporción (97.1%) califican satisfecho o muy satisfecho este aspecto. Esto es muy significativo para la LIGA porque, siendo los acudientes quienes toman la decisión de compra, el contenido de las clases es un factor diferenciador para la institución.



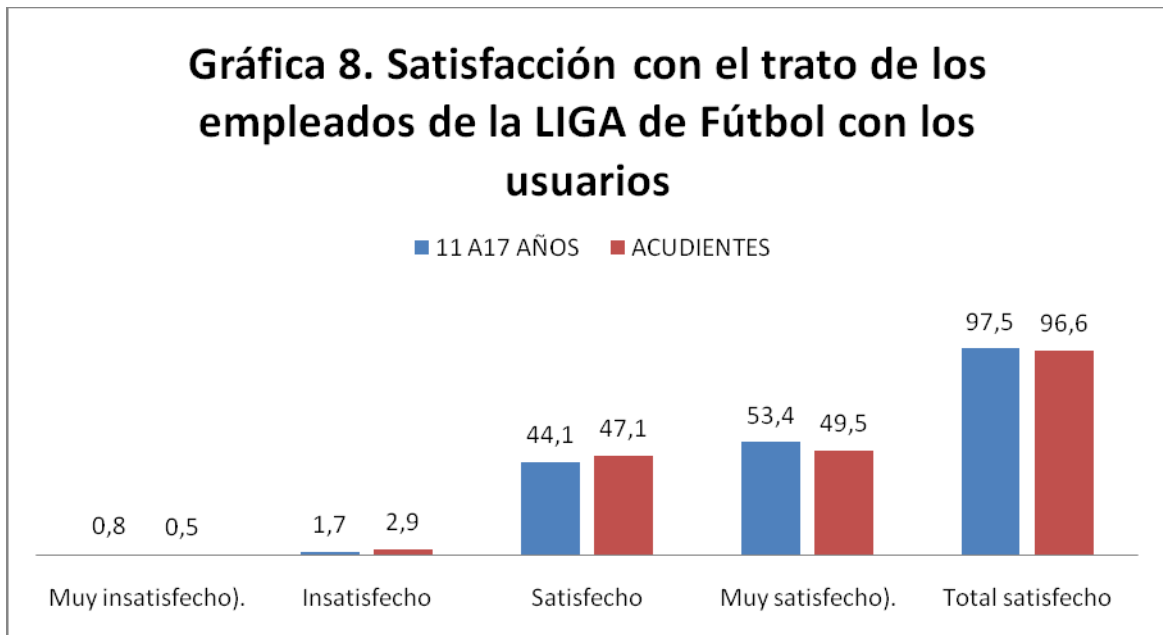
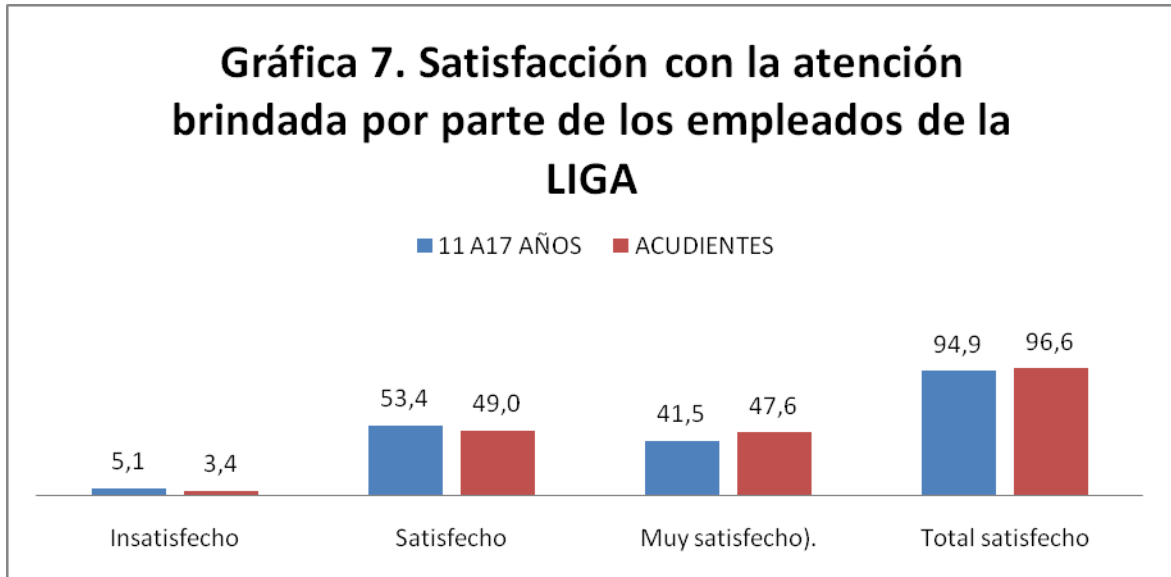
5.1.2.6 Nivel de conocimiento de los instructores



En comparación con las variables anteriormente analizadas, esta resulta ser en la que se percibe mayor satisfacción entre los alumnos de 11 a 17 años (98,3%) y los acudientes (98,6%). Este es otro factor diferenciador para la LIGA frente a otras instituciones y valida los criterios de selección aplicados por la Entidad para sus instructores (profesionales o tecnólogos con experiencia en formación deportiva). También se destaca el aprovechamiento de los convenios institucionales para la capacitación de los instructores en este caso con el Sistema Departamental de Capacitación de Antioquia.



5.1.2.7 Atención y trato de los empleados a los usuarios

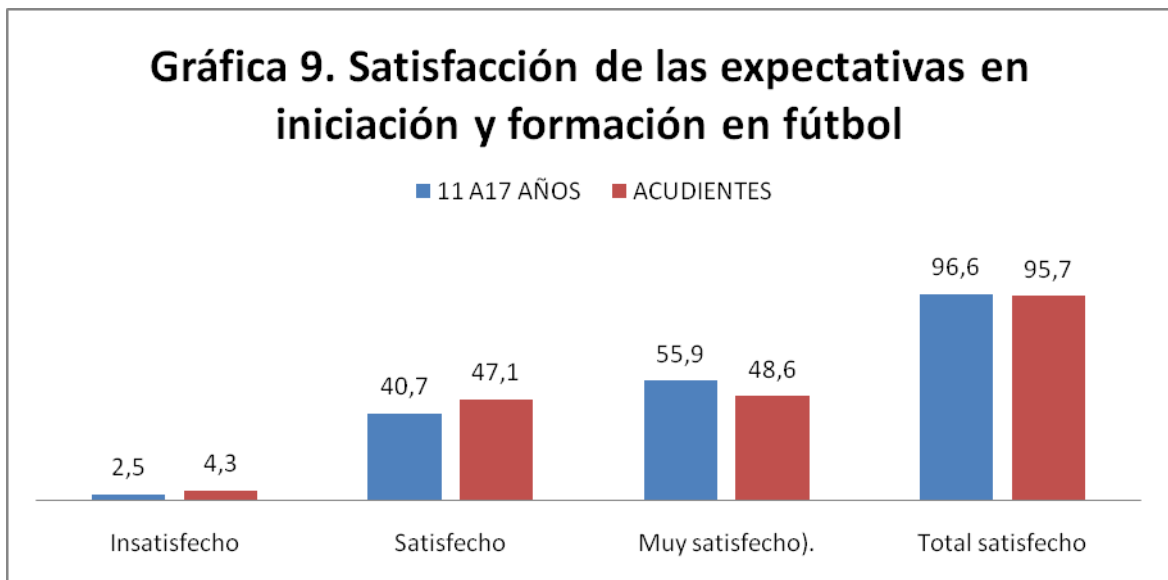


En las graficas 7 y 8 se puede evidenciar un alto grado de satisfacción (entre el 94,9% y 97,5%) de los usuarios del programa, con respecto a la atención y el trato recibido por parte de los empleados de la Liga. Esto demuestra la pertinencia y necesidad de continuidad en las acciones de capacitación ejecutadas en el



primer semestre de 2007 sobre el tema de atención al cliente. La Dirección de la LIGA enfatiza continuamente en la importancia del buen trato para los usuarios y se percibe apropiación y sentido de pertenencia de los empleados para con la entidad, según se recoge de las sugerencias consignadas.

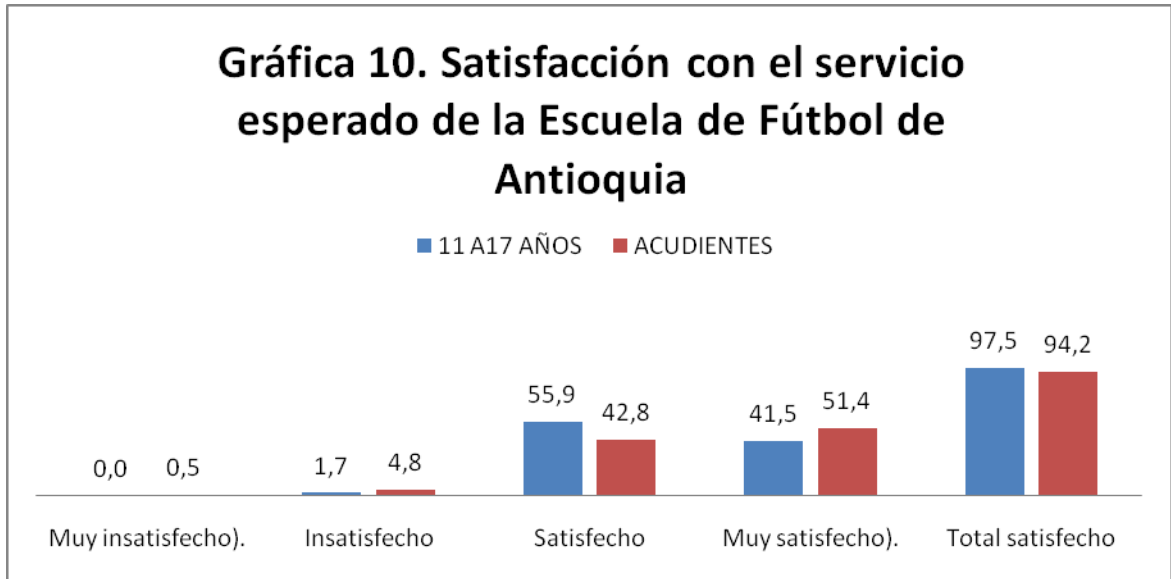
5.1.2.8 Expectativas de iniciación y formación de los usuarios



En este aspecto se encuentra una satisfacción alta (96,6% de los alumnos de 11 a 17 años y 95,7% de los acudientes). Esto es muy significativo para la LIGA porque para un 99% de los encuestados es importante o muy importante este tema. Dentro de los procesos bases de cualquier escuela deportiva la iniciación y formación son los pilares que estructuran todos los programas.



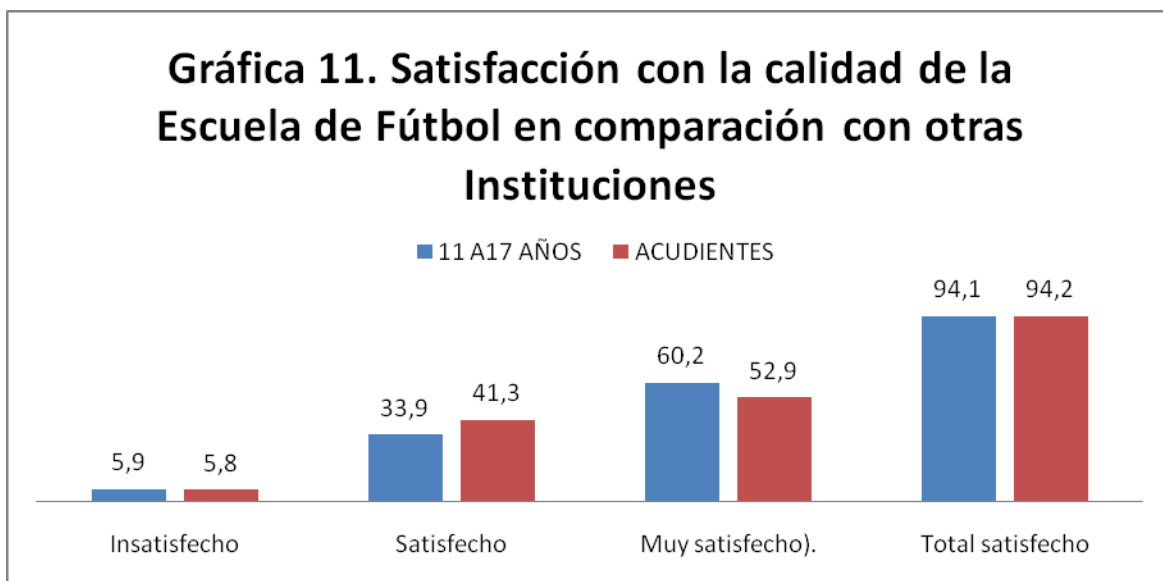
5.1.2.9 Servicio esperado



Hay un alto grado de satisfacción del servicio que ofrece la Escuela de futbol por parte de los alumnos de 11 a 17 años (97.5%) y acudientes (94.2%) que consolidan los resultados anteriores de satisfacción: Atención, trato, conocimiento de los instructores y empleados de la liga e igualmente a las expectativas del servicio que los usuarios tenían frente al programa.



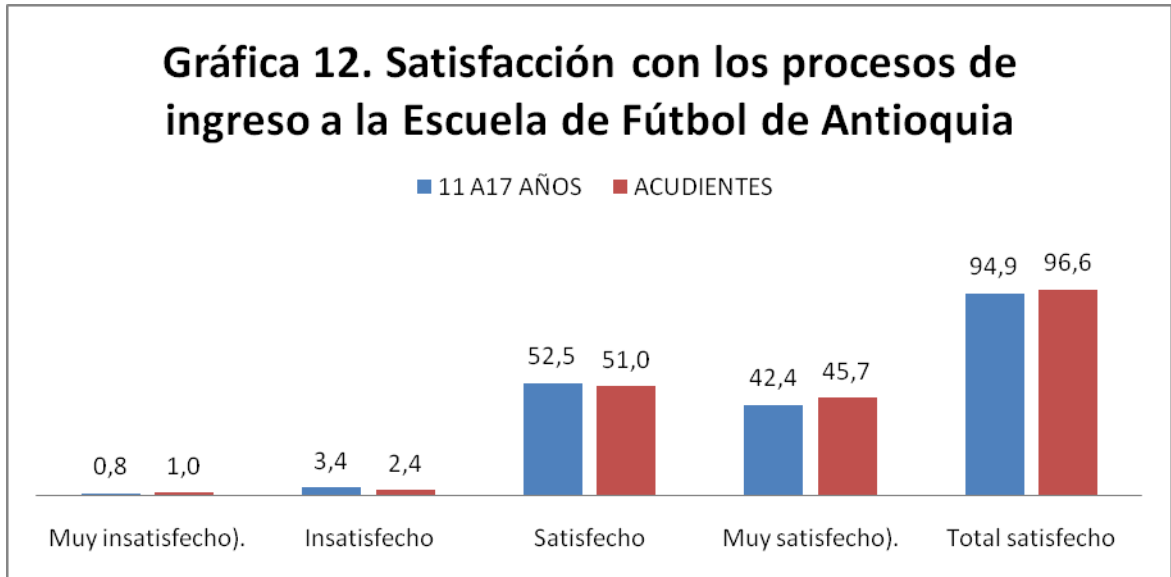
5.1.2.10 Calidad del programa comparado con otra institución



Se sigue estableciendo que la calidad del servicio ofrecido por la escuela de fútbol de la LIGA comparado con otras instituciones, presenta un alto grado de satisfacción (94,1%) para los alumnos de 11 a 17 años y del (94,2%) para los acudientes, resaltando que para un 99% de los acudientes este aspecto es de suma importancia.



5.1.2.11 Procesos de ingreso al programa

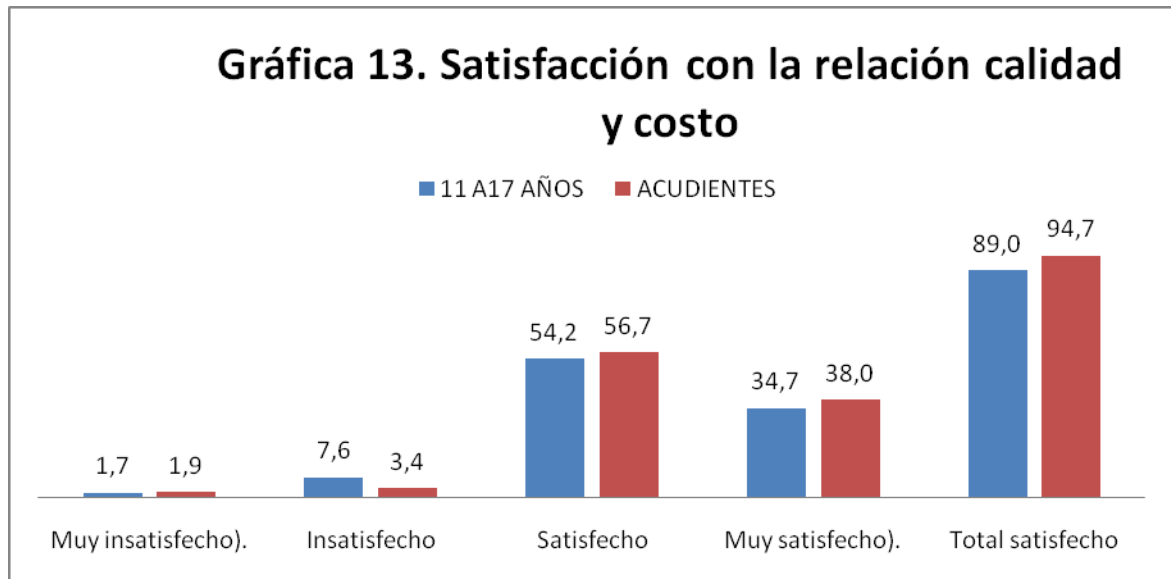


Hay una satisfacción entre los alumnos de 11 a 17 años (94.9%) y acudientes (96.6%) con los procesos de ingreso.

La LIGA viene trabajando en la depuración de los procesos de ingreso para hacerlos cada vez mas agiles, funcionales y de mejor calidad para los usuarios del programa Escuela.



5.1.2.12 Relación calidad y costo del programa

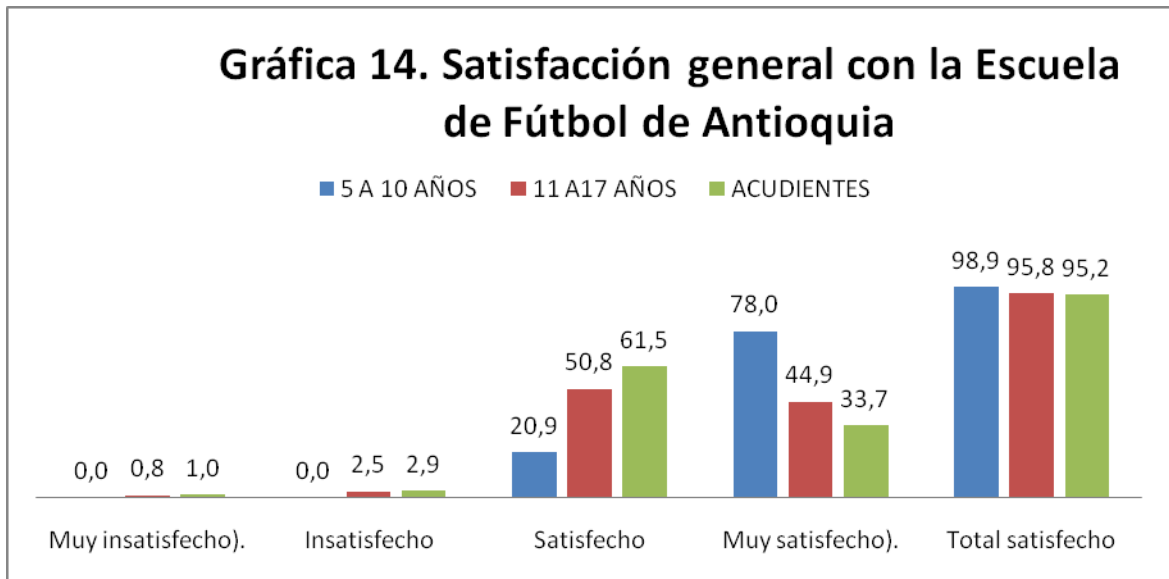


Hay un alto nivel de satisfacción de los acudientes (94.7%) quienes son los que toman la decisión de compra y pagan por el servicio. Esto indicaría que perciben valor agregado en los programas de la Escuela.

Entre los alumnos de 11 a 17 años hay un grado de insatisfacción (9,3%) aunque no es relevante respecto a la población encuestada, se podría pensar en abordar una sensibilización de las ventajas comparativas que en materia de precios tiene la liga (facilidad de pago, no cobro de matrícula, no obligatorio el uniforme, no suspensión inmediata por el no pago).



5.1.2.13 Satisfacción general

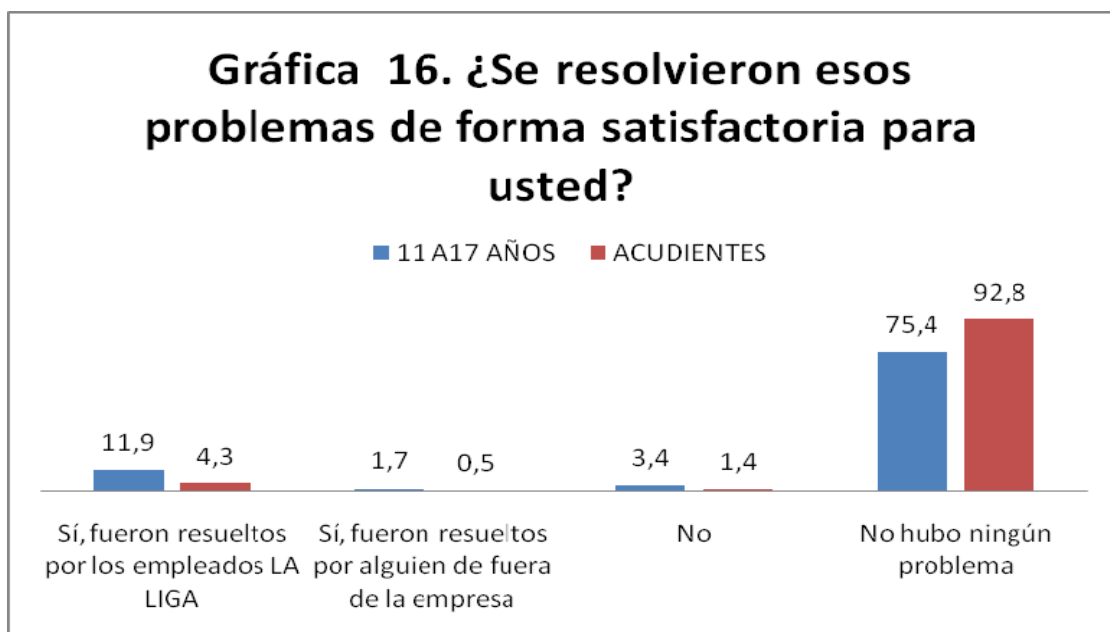


Esta pregunta pretendía validar la consistencia de las demás respuestas. El resultado obtenido con niveles de satisfacción de (98,9%) alumnos de 5 a 10 años, (95,8%) alumnos de 11 a 17 años y (95,2%) de los acudientes confirman los resultados de las variables anteriormente analizadas.



5.1.3 ANALISIS DE SERVICIO

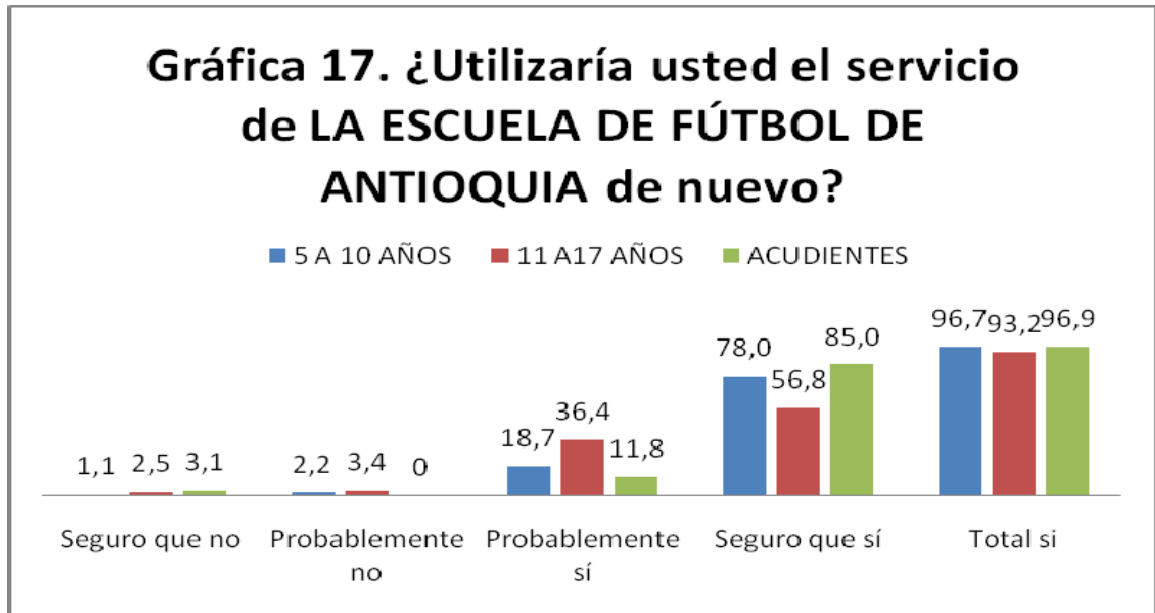
5.1.3.1 Problemas al usar el servicio





En la grafica 15, los alumnos de 11 a 17 años en un 86,4% y los acudientes en un 95.7% manifiestan no haber tenido problemas a la hora de utilizar los servicios de la escuela de fútbol, solo un 11% de los alumnos de 11 a 17 años y 4.3% de los acudientes manifiestan si haber tenido algún problema, pero en la grafica 16 los usuarios responden que estos problemas fueron solucionados por los empleados de la LIGA, este aspecto fortalece los procesos de planeación, gestión y organización por parte de la entidad. Esta variable confirma la alta satisfacción general expresada por los usuarios de la escuela.

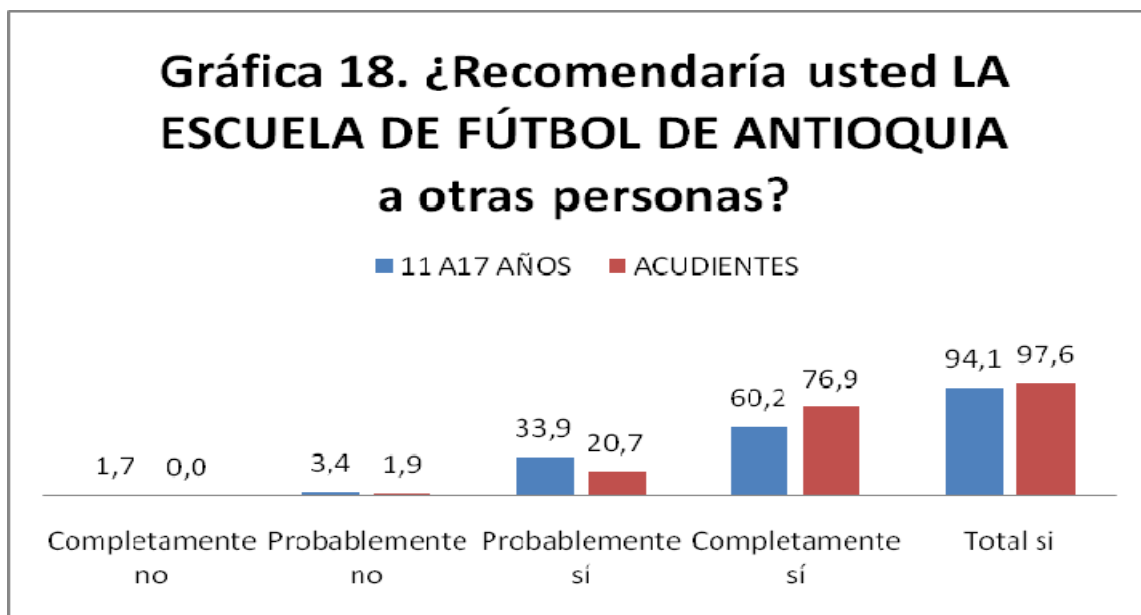
5.1.3.2 Utilización de nuevo del servicio



El 96,7% de alumnos de 5 a 10 años, el 93,2% alumnos de 11 a 17 años y el 97% de los acudientes manifiestan que utilizarían de nuevo el servicio de la escuela de fútbol. Esta intención de repetir la compra confirma la satisfacción general con la calidad y el servicio que se brindan con este programa por parte de la LIGA.



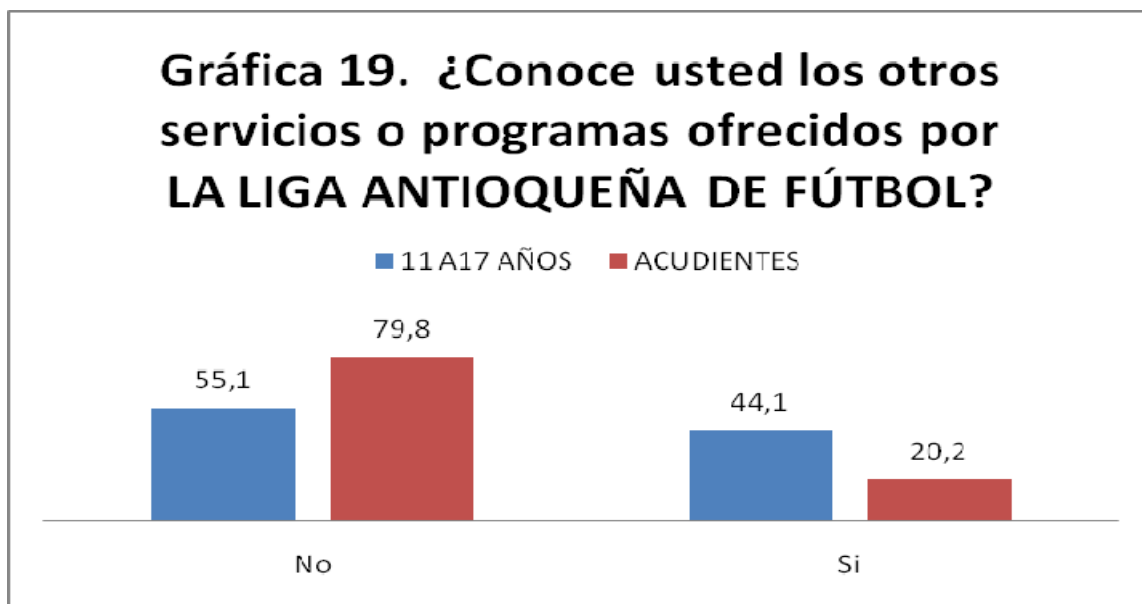
5.1.3.3 Recomendación del servicio



Los acudientes (97,6%) así como los alumnos de 11 a 17 años (94%) recomendarían a otras personas el servicio ofrecido por la LIGA. Esto posiblemente se da por la calidad del programa y la percepción que tienen los usuarios de él. Esta variable es una oportunidad para aprovechar el marketing “boca a boca”, invitando a los clientes actuales a que traigan a otros clientes.



5.1.3.4 Conocimiento de otros servicios



Las dos poblaciones manifiestan un desconocimiento importante (alumnos de 11 a 17 años 55,1% y acudientes el 79,8%) de los servicios o programas ofrecidos por la liga, aspecto importante para tener en cuenta en el plan de mejoramiento, ya que es necesario realizar una promoción y publicidad de los diferentes programas que ofrece la LIGA.



5.2 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

5.2.1 ANALISIS SOCIODEMOGRAFICO

La población del programa de eventos o torneos de la liga está compuesta por los directivos, entrenadores y deportistas de los diferentes clubes o equipos participantes en los torneos departamentales y promocionales de la liga.

En la población de deportistas no se encuestó a mujeres por cuanto no había torneo femenino cuando se efectuó la investigación. El 100% de los encuestados fueron de sexo masculino. La participación femenina en los entrenadores y los directivos del fútbol masculino resulta ser muy baja (0,8% para entrenadoras y 13,4% para directivas).

La mayoría (80%) de los deportistas en la muestra se encuentra en el rango de edad de los 13 a los 21 años.

La mayoría (80%) de los entrenadores se encuentran en el rango de edad de 18 a 45 años, siendo el grupo más representativo el de 26 a 35 años de edad con un 30.5%.

El 84% de los directivos están en el rango de edad de 26 a 55 años. El rango de edad aumenta a medida que se va proyectando el rol dentro de la institución deportiva (equipo o club).

La mayoría de los entrenadores y directivos tienen un nivel de escolaridad universitario (62,7% los entrenadores y 57,5% los directivos), mientras que entre los deportistas el nivel de escolaridad típico es la básica secundaria (88,4%), lo cual se explica por la edad. El alto nivel de escolaridad de entrenadores y directivos es un factor de competitividad para la institución.



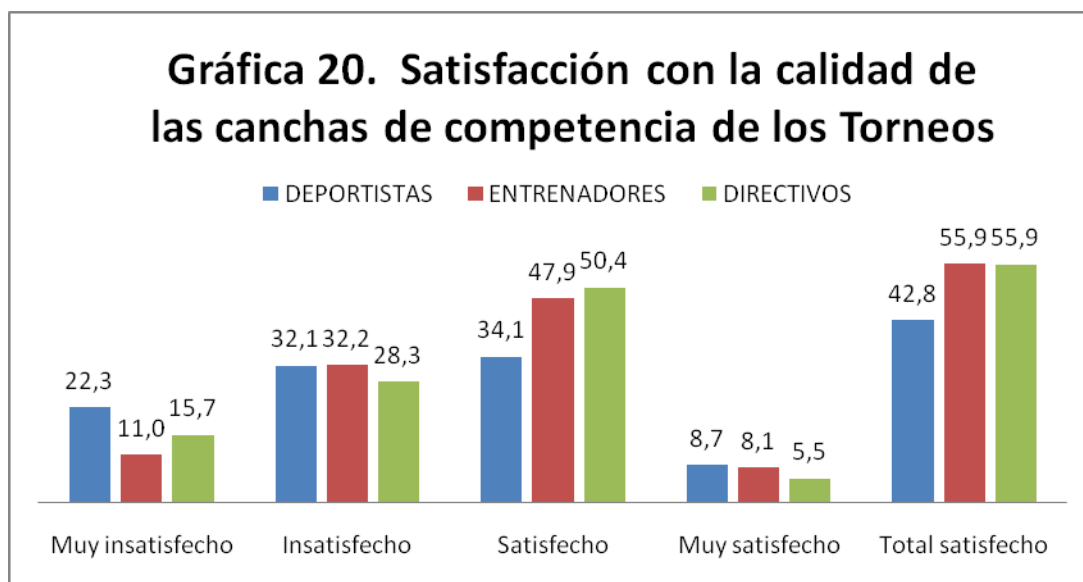
**Liga Antioqueña
de Fútbol**

La mayoría (83,8%) de los deportistas provienen de estratos medios con un 26,3% (estrato II); 45,1% (estrato III) y 12,4% (estrato IV). Igual sucede con los entrenadores (90,7%) distribuidos en 21,6% (estrato II), 53,8% (estrato III) y 15,3% (estrato IV) y los directivos (86,6%) distribuidos en 12,6% (estrato II); 57,5% (estrato III) y 16,5% (estrato IV). Nótese como la mayoría de deportistas, entrenadores y directivos viven en zonas de estrato III.



5.2.2 ANALISIS SATISFACCION

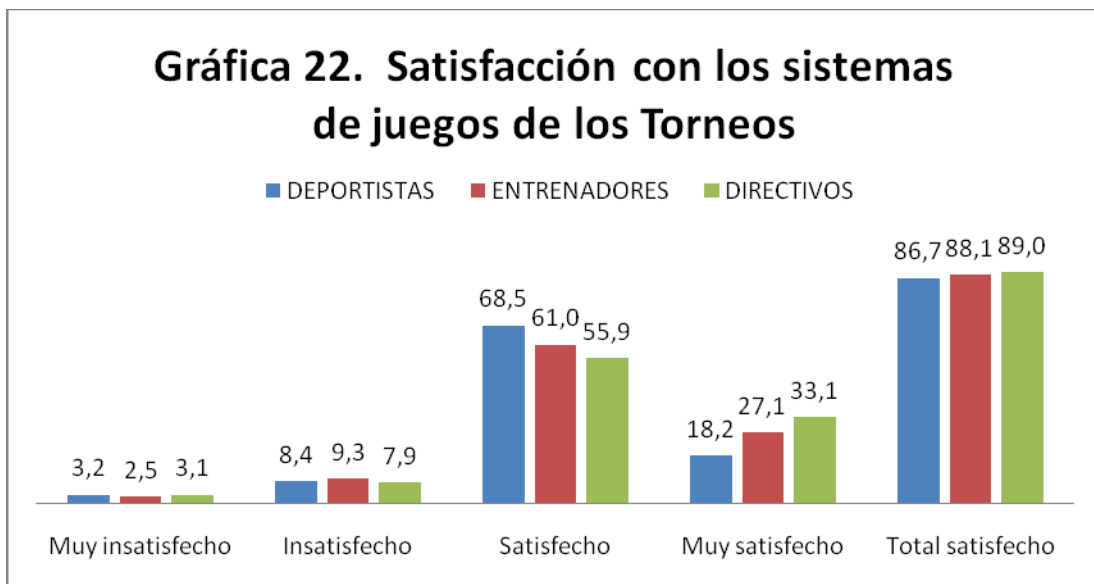
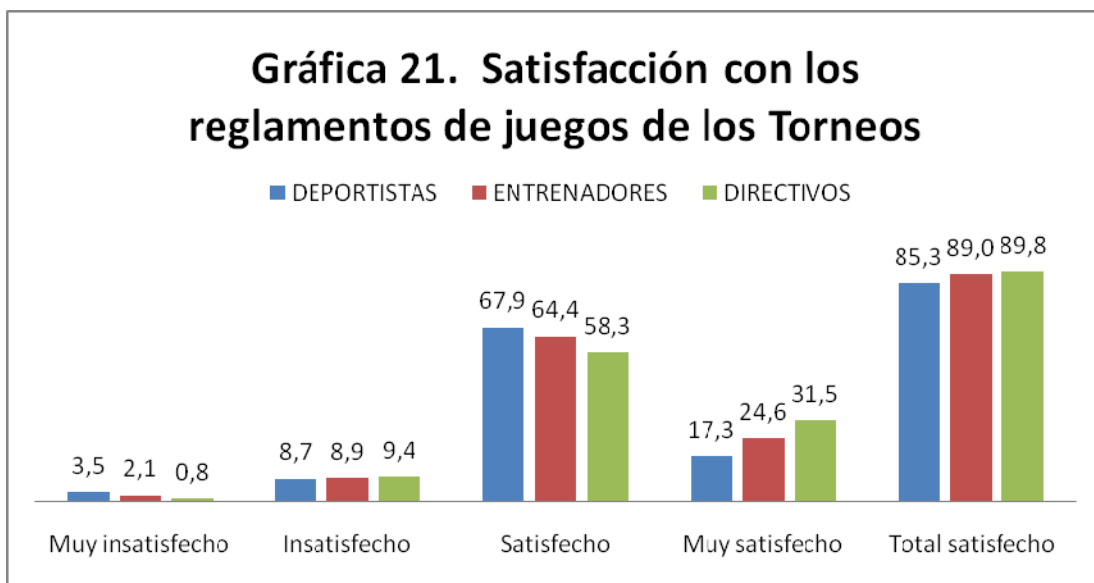
5.2.2.1 Calidad de las canchas torneos



Los directivos y entrenadores muestra un grado de insatisfacción cercano al 45%, y los deportistas del 54.3% respecto a la calidad de las canchas frente a un nivel de satisfacción del 42.8% de los deportistas y 55.9% de los entrenadores y directivos. Nótese que los mas insatisfechos son los deportistas quienes tienen un contacto directo con el terreno de juego. Es bueno anotar que la liga no administra los escenarios deportivos en los que se programan los partidos de los diferentes torneos y que son los propios equipos quienes colocan al servicio la cancha para jugar en condición de local. En última instancia, las canchas son en su mayoría propiedad de los municipios donde se juegan los partidos.



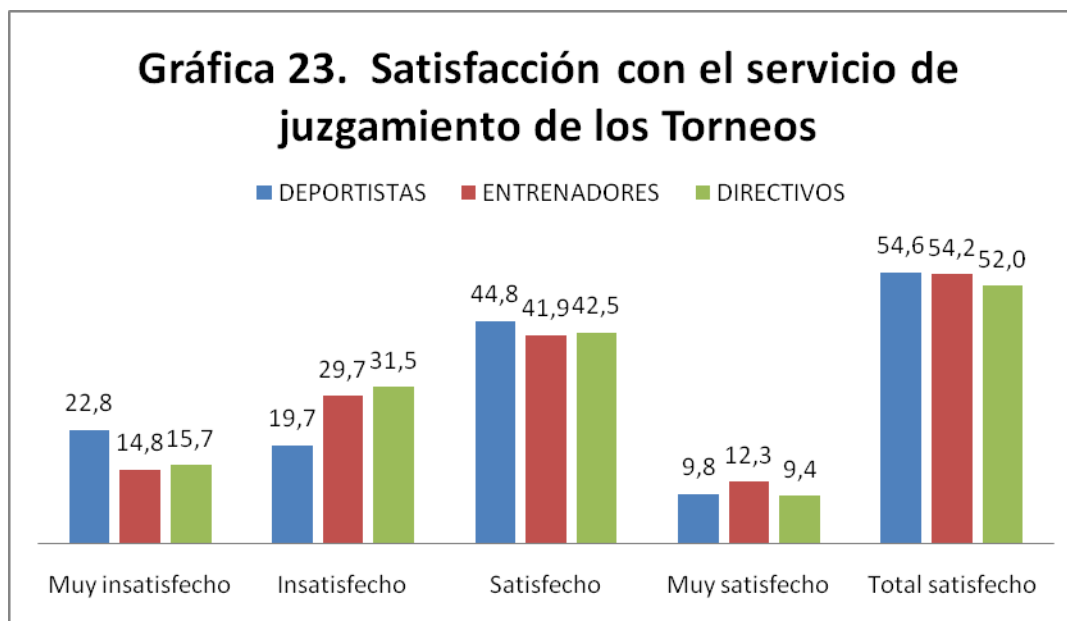
5.2.2.2 Reglamentos y sistemas de los torneos



En las graficas 21 y 22, se observa una satisfacción entre el 85% y 89% por parte de los usuarios de los torneos frente a los reglamentos y al sistemas de juego establecidos por la LIGA. Sin embargo, es necesario poner atención respecto del 11% de insatisfacción que se muestra, y trabajarlo dentro del plan de mejoramiento.



5.2.2.3 Servicio de juzgamiento



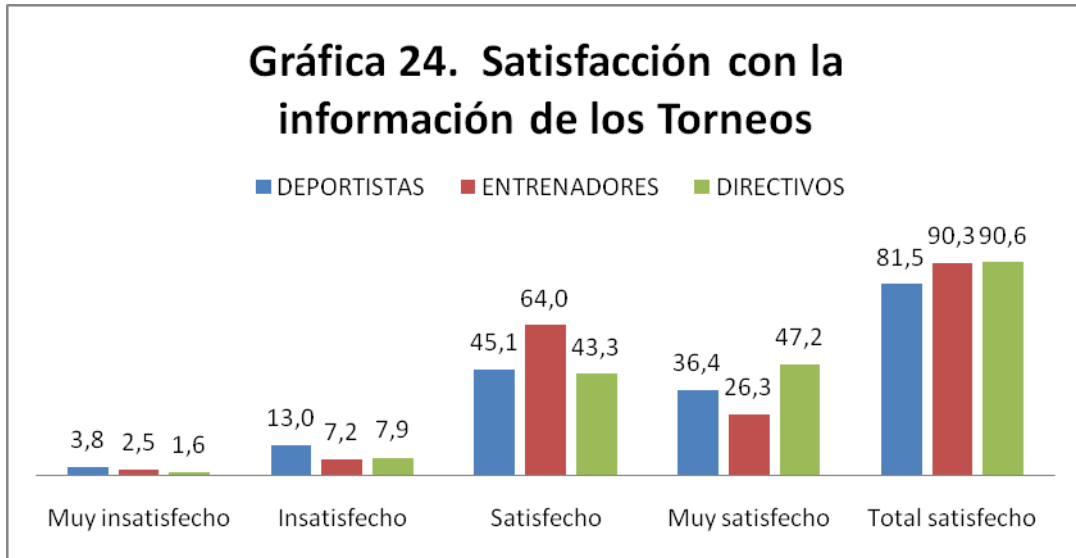
En esta variable existe un grado de insatisfacción de (42.5%) deportistas, (44.5%) entrenadores y (47.2%) directivos lo que es corroborado por las sugerencias que realizan los usuarios de este programa. Este aspecto es importantísimo tenerlo en cuenta porque juega un papel decisivo dentro del desarrollo de los torneos y aun más si considera que los usuarios de este programa le dan un grado de importancia entre importante y muy importante del (85%).

Dentro de las diferentes sugerencias realizadas por la población (directivos, entrenadores y deportistas de clubes) se recalcó en el 35 % la inconformidad acerca del juzgamiento.

La LIGA contrata con el Colegio de Árbitros de Antioquia el servicio de juzgamiento, es importante aclarar que el Colegio de Árbitros no es un órgano dependiente ni administrado por la Liga Antioqueña de Fútbol.



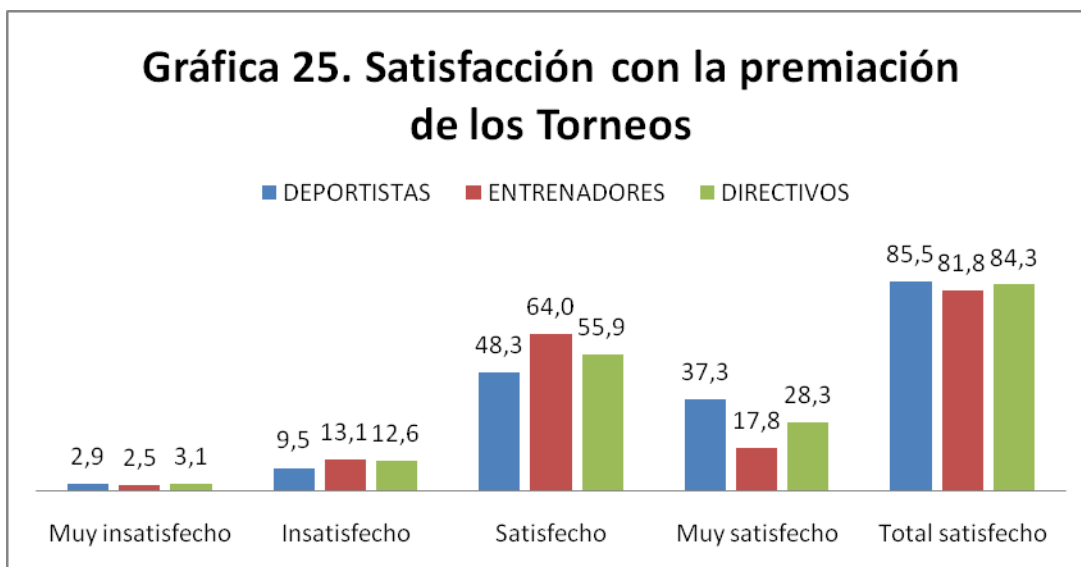
5.2.2.4 Información del programa



En este aspecto existe un alto grado de satisfacción (90%) de los entrenadores y directivos lo que demuestra la buena organización que tiene la LIGA frente a la oportuna entrega de boletines, tabla de posiciones y resoluciones a los diferentes equipos que participan en los torneos. La liga viene desarrollando a través de su página Web una comunicación rápida y eficiente de sus torneos que permite a los equipos estar informados, aspecto que se demuestra con la utilización de este medio por sus usuarios con más de 100 mil visitas por año.



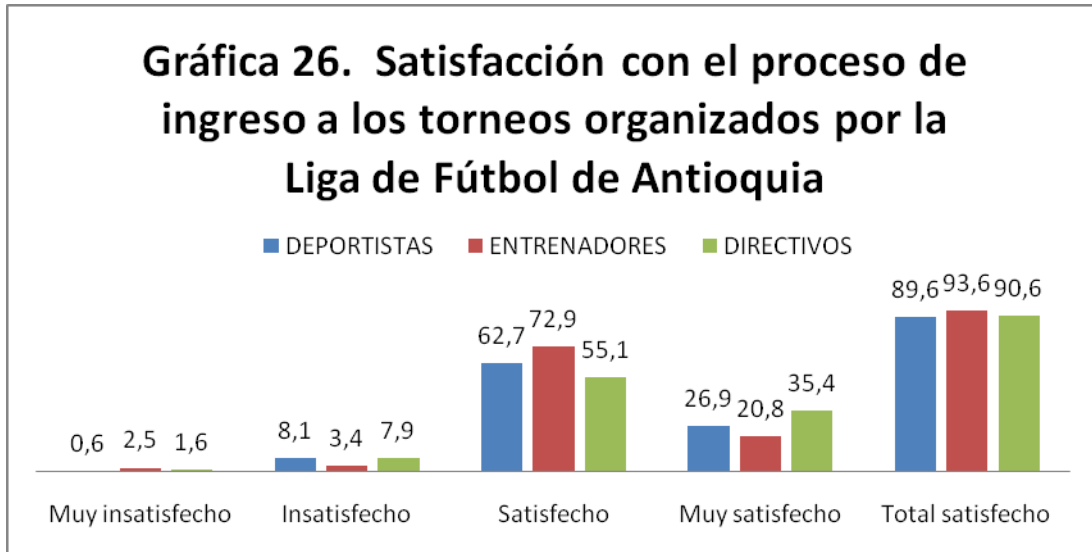
5.2.2.5 Premiación de los torneos



La premiación de los torneos muestra una satisfacción del (85.5%) deportistas, (81.8%) entrenadores y (84.3%) directivos y pese a que los porcentajes son muy altos no hay que dejar de lado ese 15% de insatisfacción que presentaron estos usuarios. Sería importante indagar por parte de la LIGA cual puede ser a futuro la premiación de los torneos.



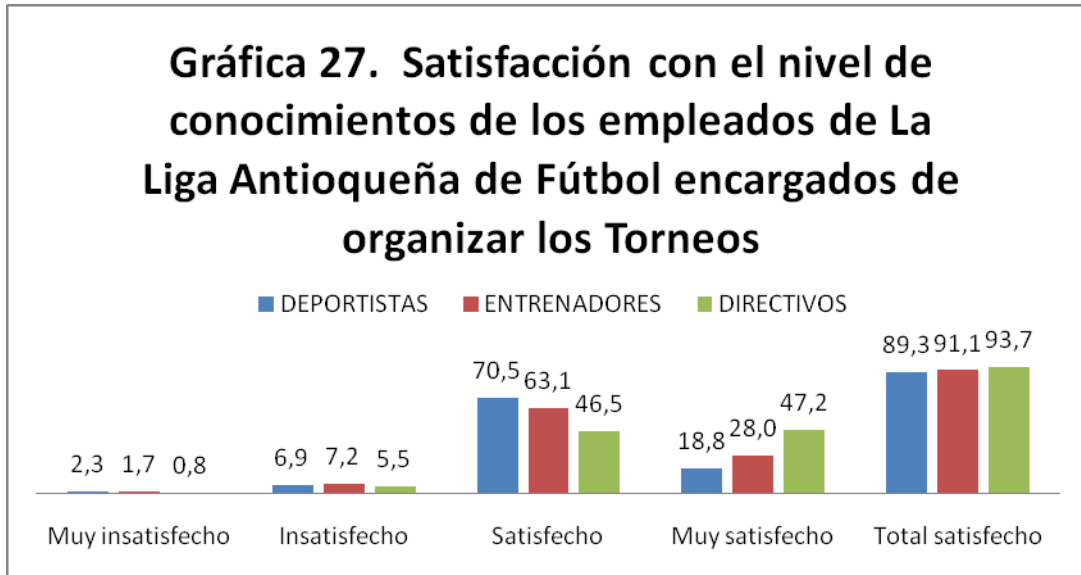
5.2.2.6 Procesos de ingreso al programa



Este aspecto es reconocido por parte de directivos, entrenadores y deportistas presentando una satisfacción de (89,6%) deportistas, (93,6%) entrenadores y (90,6%) directivos. Esto se explica por el mejoramiento que ha hecho la Liga en cuanto a la agilidad y eficiencia en los procesos para que los clubes y/o equipos realicen sus inscripciones en los torneos.



5.2.2.7 Nivel de conocimiento de los empleados



En esta grafica se puede observar una satisfacción del (93.7%) de los directivos, (91.1%) en entrenadores y (89.3%) en los deportistas, aspecto que permite demostrar la gran experiencia y competencia que tiene el personal encargado de organizar los torneos.



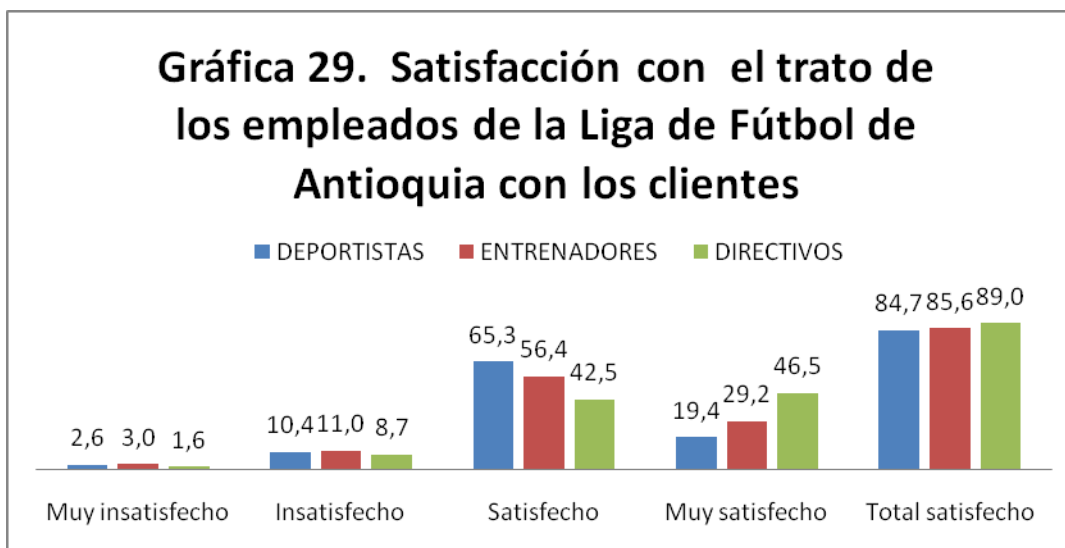
5.2.2.8 Atención de las necesidades de los usuarios



Los directivos presentan una satisfacción del 93,7% con respecto a la atención brindada a sus necesidades por parte de los empleados de la LIGA, factor muy importante para la entidad ya que en su mayoría los directivos son los responsables de los gastos de participación de los equipos en los diferentes torneos, situación que contrasta con la insatisfacción representada en el 16,5% de los entrenadores y 11% de los deportistas y que se debe a tener en cuenta a la hora de abordar los procesos de capacitación que se desarrollan con los empleados de la Institución, para recalcar en ellos la importancia de brindar muy buena atención a los clientes.



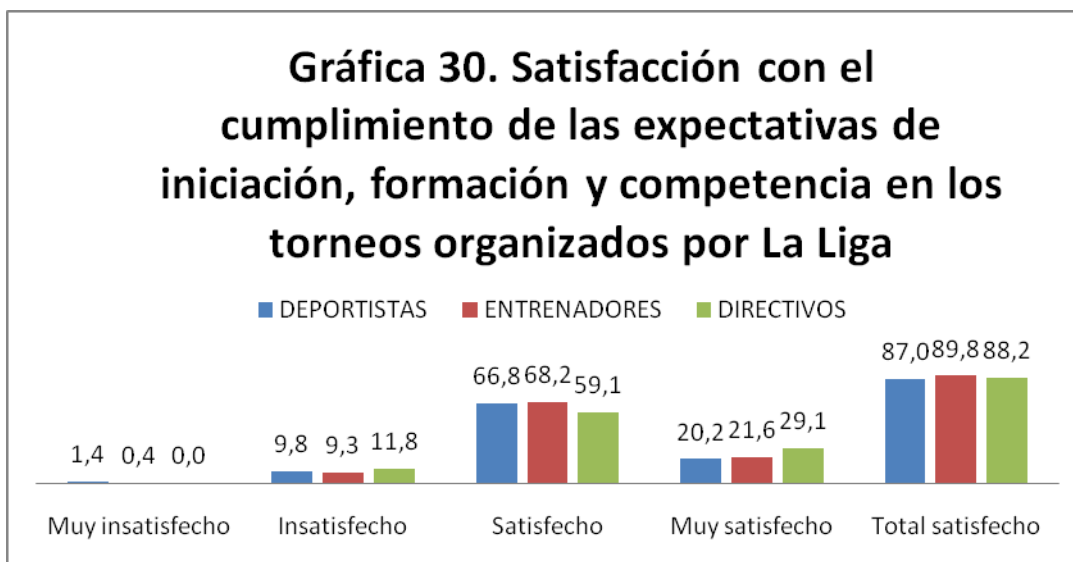
5.2.2.9 Trato de los empleados a los usuarios



Los usuarios de este programa presentan una satisfacción del (84.7%) a nivel de deportistas, (85.6%) de entrenadores y (89%) directivos, sin embargo el grado de insatisfacción del (13%) en deportistas, (14%) en entrenadores y (10.3%) en directivos es un aspecto que se deberá tener presente en los procesos de capacitación de los empleados de la Liga, sensibilizando en que el trato al usuario es fundamental en la prestación del servicio.



5.2.2.10 Expectativas de iniciación, formación y competencia



Los resultados de satisfacción del (87%) en deportistas, (89.8%) en entrenadores y (88.2%) en directivos con respecto a los Torneos de la LIGA sobre las variables iniciación, formación y competencia, demuestran que esta cumple con los diferentes procesos del desarrollo de la disciplina deportiva y que sustenta que los 78 años de existencia de esta entidad, le dan la experiencia suficiente para que sus torneos sean verdaderos formadores de deportistas destacados a nivel departamental y nacional.



5.2.2.11 Expectativas de calidad del servicio



Los usuarios del Programa Torneos de la Liga presentan una satisfacción superior al 90% con respecto a la calidad del servicio ofrecido, lo cual sigue sustentando que los procesos implementados por la Liga sobre los torneos están bien planeados y ejecutados.



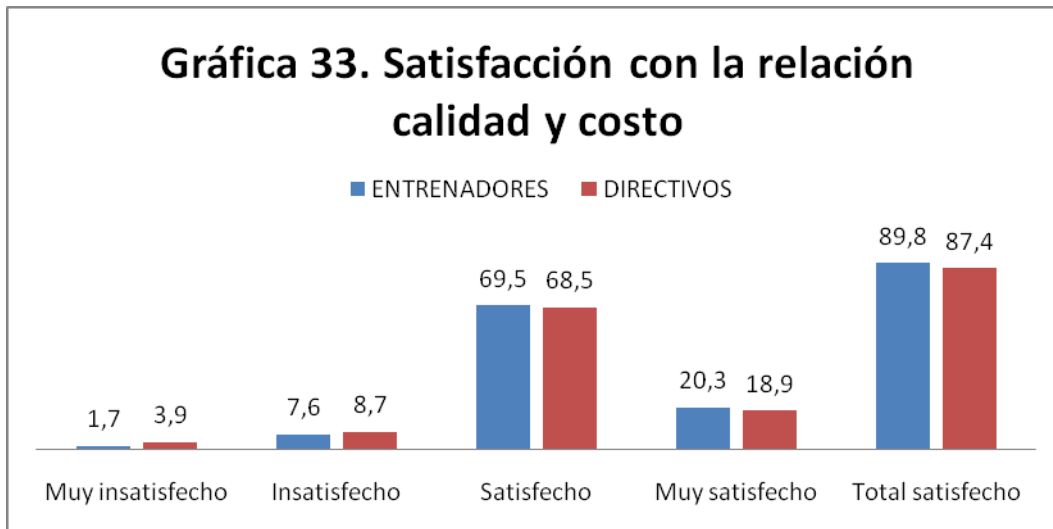
5.2.2.12 Calidad del programa comparado con otros



La satisfacción de los usuarios de este programa registró (91.6%) en deportistas, (97.9%) en entrenadores y (95.3%) en directivos, lo que demuestra que los torneos organizados por la liga son considerados muy competitivos, de gran nivel y de muy buena calidad; con respecto a otros torneos, esto genera gran confianza y satisfacción al momento de preferir los servicios de la LIGA.



5.2.2.13 Relación calidad y costo

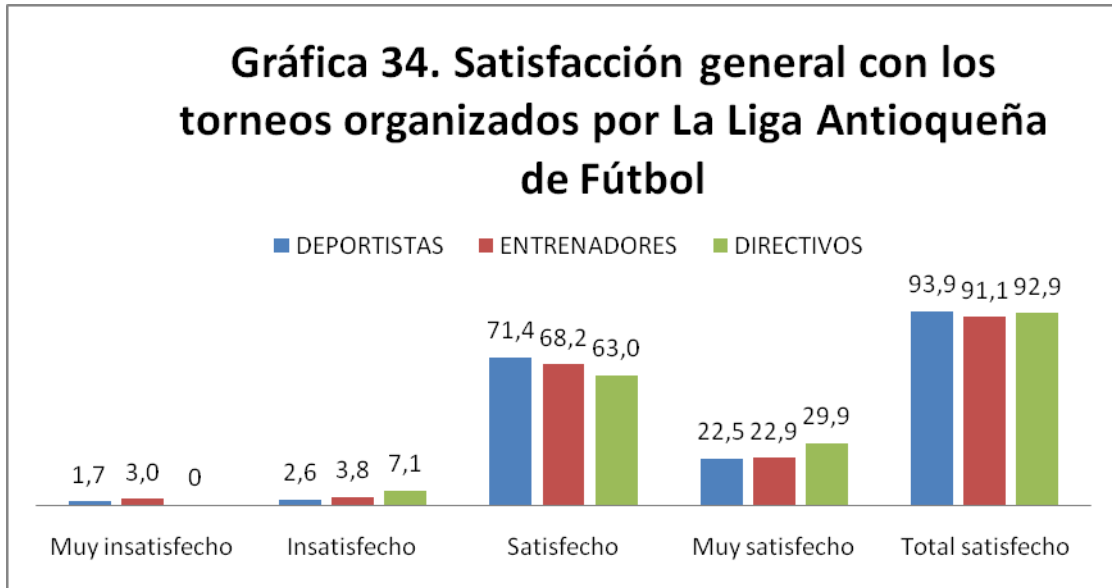


Existe un grado de satisfacción superior al (89.5%) en entrenadores y al (87.3%) en directivos de los clubes, estos últimos son los responsables directos del pago de los costos de participación de su equipo en el torneo, aspecto que permite identificar que el costo por participación en los torneos de la liga cumple las expectativas de calidad y costo de cada uno de los participantes.

Si se tiene en cuenta que el 90% de los directivos y el 95.3% de los entrenadores consideraron que este es un aspecto importante para la participación en los torneos, se puede señalar que la LIGA es competitiva en este sentido.



5.2.2.14 Satisfacción general

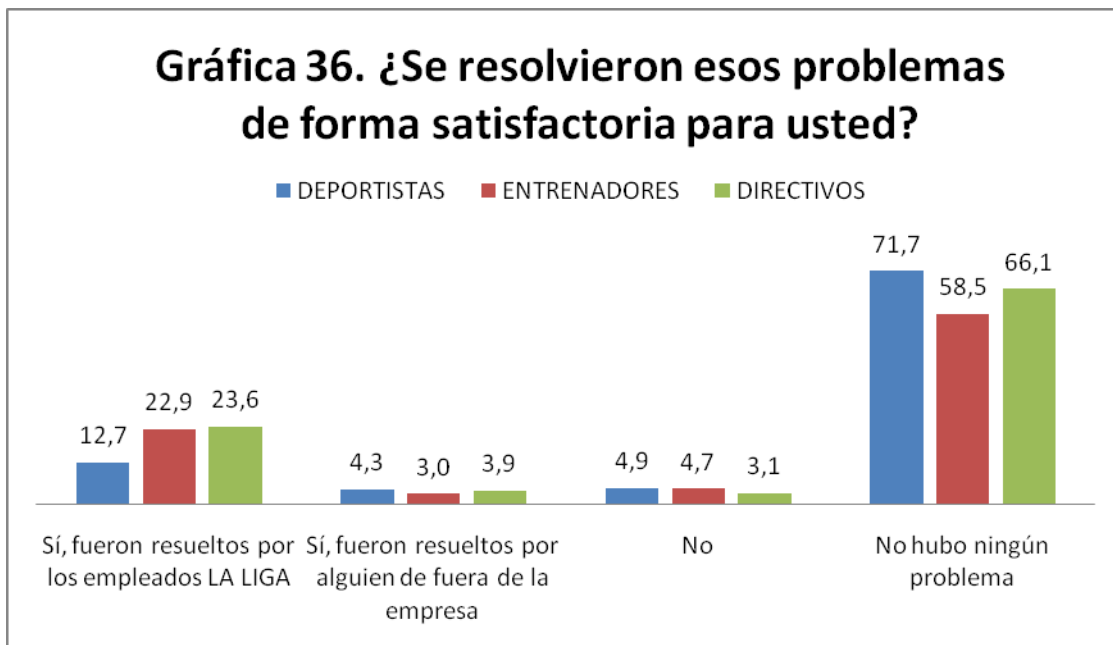
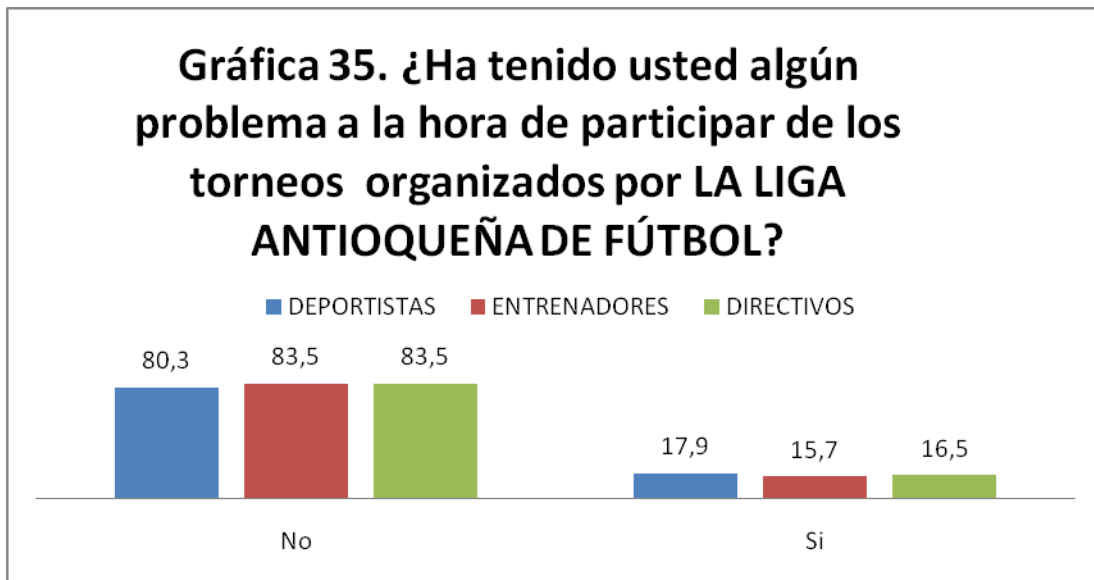


Los usuarios de este programa presentan una satisfacción del (93.9%) en deportistas, del (91.1%) en entrenadores y del (92.9%) en directivos, aspecto importante para demostrar que los torneos organizados por la LIGA cumplen con los procesos de planeación, dirección y ejecución que debe tener los servicios de cualquier empresa. Esto se ve reforzado por los altos niveles de satisfacción de las variables anteriores.



5.2.3 ANALISIS DEL SERVICIO

5.2.3.1 Problemas con el servicio





En la grafica 35, los directivos, entrenadores y deportistas entre un 80% y 83% manifiestan no haber tenido problemas a la hora de participar en los torneos organizados por la liga, y entre el 15% y el 18% manifiestan si haber tenido algún problema. Estos problemas fueron resueltos de forma efectiva por los empleados de la liga tal como se muestra en la grafica 36. Las respuestas confirman el alto grado de satisfacción que se muestra en las variables anteriores.

5.2.3.2 Participación de nuevo con el programa



El 96,9% de los directivos, el 97,5% de los entrenadores y el 97,4% de los deportistas manifiestan su intención de participar de nuevo en los torneos organizados por la LIGA, lo que demuestra que los servicios que se prestan en este programa están bien estructurados y conforme a las necesidades de los usuarios



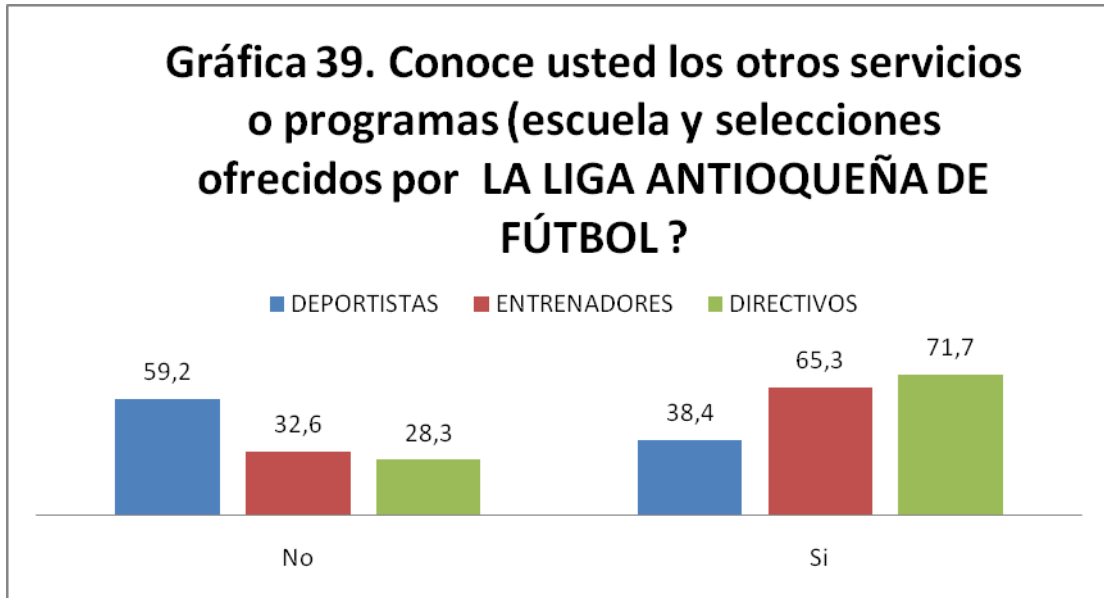
5.2.3.3 Recomendación del programa a otras personas



Existe en los directivos (98%), entrenadores (98%) y deportistas (94%), un alto grado de intención de recomendar los torneos organizados por la LIGA. Esto significa que se está en frente de una oportunidad para aprovechar el marketing “boca a boca”, invitando a los clientes actuales a que traigan a otros clientes.



5.2.3.4 Conocimiento de otros programas



Existe un porcentaje de desconocimiento por parte de directivos (28,3%), entrenadores (32,6%) y deportistas (59,2%) de los otros servicios o programas ofrecidos por la LIGA, este aspecto amerita tenerlo presente en el plan de mejoramiento, razón por la cual será necesario fortalecer este tópico con una promoción y publicidad adecuada para los diferentes servicios.



5.3 PROGRAMA SELECCIONADOS ANTIOQUIA

5.3.1 ANALISIS SOCIODEMOGRAFICO

Se encuestaron cuatro seleccionados antioqueños, en masculino las categorías infantil, prejuvenil y juvenil y en femenino a la categoría libre de fútbol sala. Estas categorías se encontraban en preparación o competencia al momento de la investigación.

Las edades de los encuestados corresponden a estas categorías.

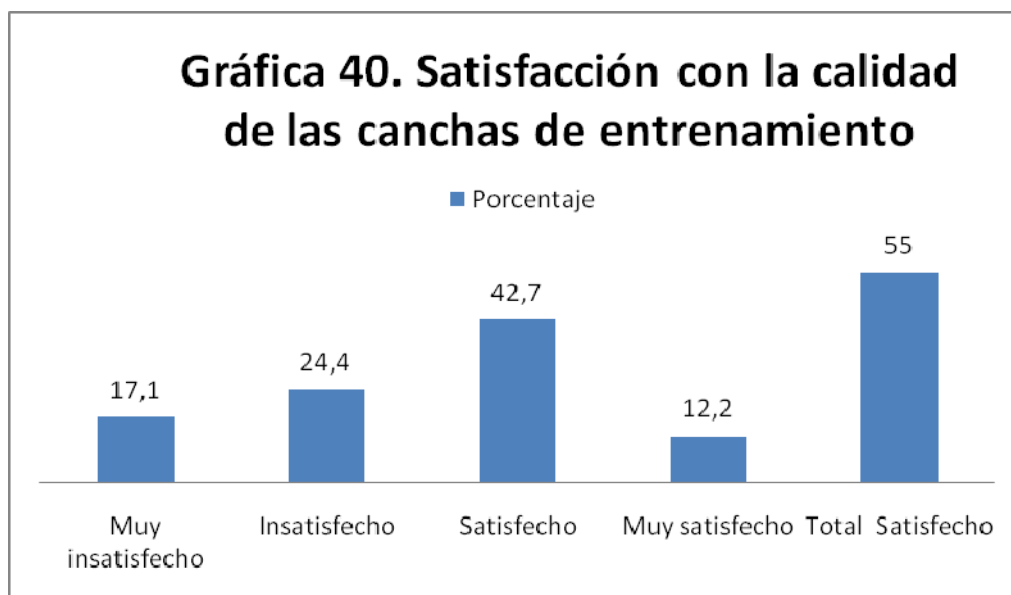
Dentro del nivel de escolaridad de este programa se encontró que el 84% está en secundaria y el 9,8% es universitario, lo que demuestra que se puede combinar la práctica deportiva con la formación académica de los deportistas.

En cuanto a la procedencia por estrato, el 87,8% provienen de los estratos I, II y III con alta prevalencia del estrato III (53,7%).



5.3.2 ANALISIS SATISFACCION

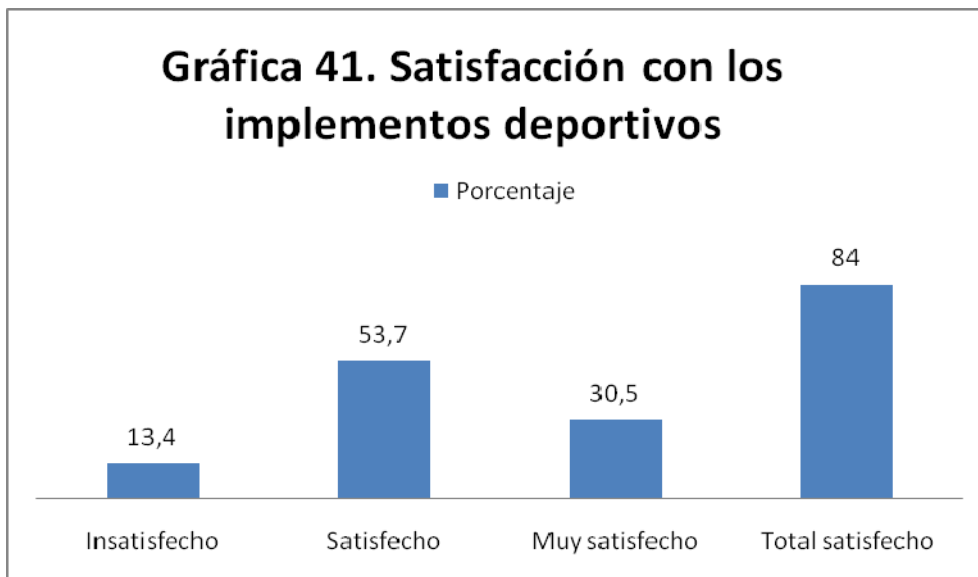
5.3.2.1 Calidad de las canchas entrenamiento selecciones.



Los resultados muestran que para los integrantes de los seleccionados antioqueños de fútbol hay un grado de satisfacción del (55%) con la calidad y estado de las canchas y una insatisfacción del (41.5%) lo que comparada con los otros programas de la LIGA resulta uno de los aspectos a tener presente en el Plan de mejoramiento. La LIGA en la actualidad no administra los escenarios deportivos donde entrenan los diferentes seleccionados antioqueños de fútbol, los cuales son administrados por el Municipio de Medellín.



5.3.2.2 Implementos deportivos

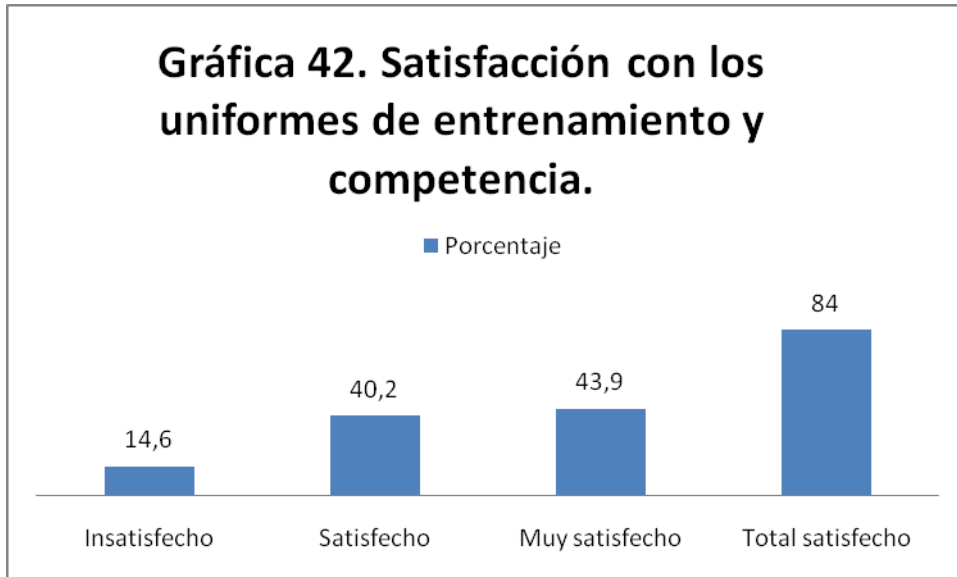


Los deportistas de los seleccionados presentan una satisfacción del 84% con respecto a los implementos deportivos utilizados para su preparación, situación importante en lo referente al desarrollo de las actividades que ayudan a conseguir los resultados deportivos.

Esto demuestra que los procesos de la LIGA con respecto a la compra y rotación de los implementos deportivos para los programas es adecuado.



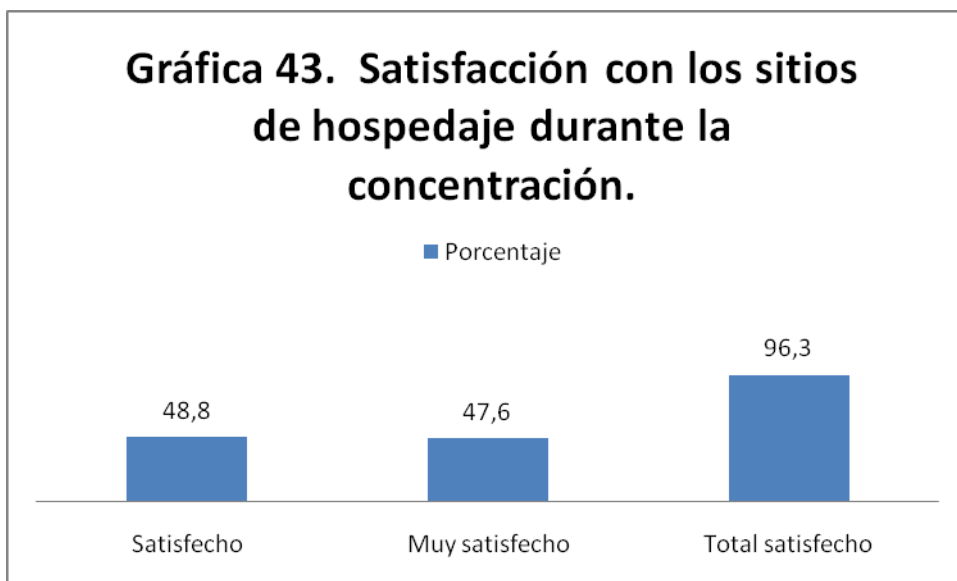
5.3.2.3 Uniformes seleccionados



Los deportistas de los seleccionados presentan una satisfacción del 84% con respecto a los uniformes y que a pesar de ser alto supone fortalecer ese 14.6 % de insatisfacción para evitar posibles pretextos para el no cumplimiento en el logro de los resultados deportivos.



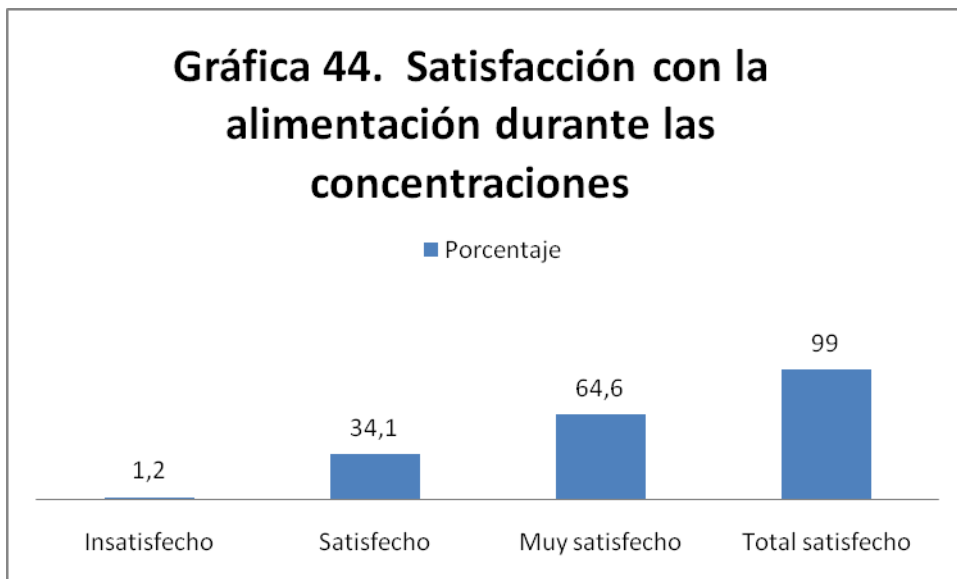
5.3.2.4 Hospedaje selecciones.



Los deportistas de los seleccionados Antioqueños presentan una satisfacción superior al 96%, situación que indica que los procesos de la LIGA en cuanto a contratación de los sitios de hospedaje para sus deportistas ha sido muy efectiva y permite contar con una de las herramientas básicas para que los seleccionados tengan como realizar buenas presentaciones a nivel nacional.



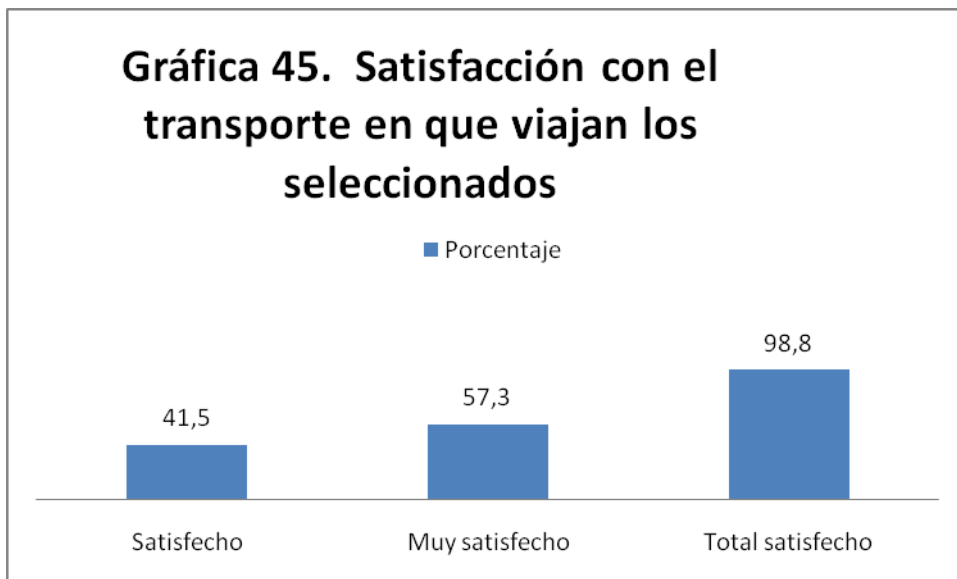
5.3.2.5 Alimentación selecciones



Hay un alto grado de satisfacción por parte de los deportistas de los seleccionados antioqueños (99%), lo que convalida la buena gestión de la LIGA para proporcionar una adecuada alimentación durante las concentraciones a los deportistas en competencia, aspecto importante en la consecución de los resultados deportivos.



5.3.2.6 Transporte para los viajes

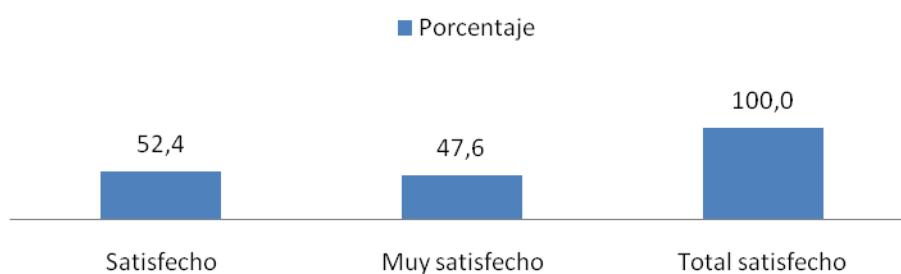


Se evidencia un alto grado de satisfacción (98.8%) en este aspecto, lo que indica la buena gestión por parte de la LIGA al momento de contratar el transporte para viajar con los seleccionados a los diferentes torneos. Este aspecto es importantísimo para la seguridad y comodidad de los deportistas.

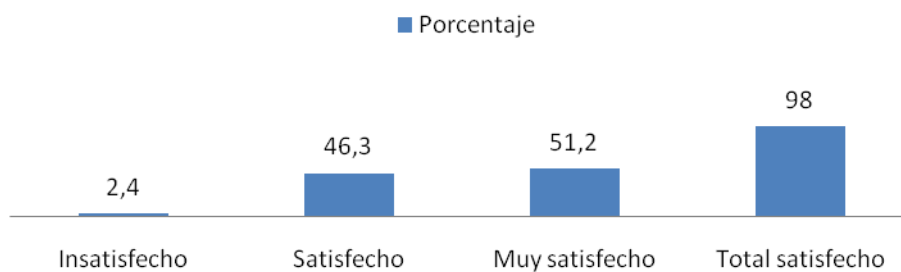


5.3.2.7 Contenidos técnicos, tácticos, estratégicos y preparación física

Gráfica 46. Satisfacción con los contenidos de los entrenamientos impartidos por el cuerpo técnico de los seleccionados

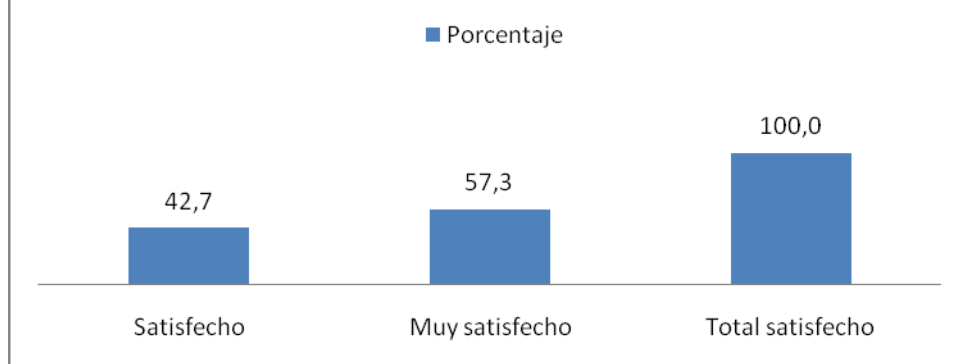


Gráfica 47. Satisfacción con los conceptos técnicos, tácticos y estratégicos impartidos por el cuerpo técnico de los seleccionados.





Gráfica 48. Satisfacción con la preparación Física impartida por el cuerpo técnico de los seleccionados



Con respecto a las graficas 46,47 y 48, los deportistas de los seleccionados se encuentran con una satisfacción entre el (98%) y (100%), lo que permite demostrar que los entrenamientos son bien planificados por parte de los diferentes cuerpos técnicos.

Esto refuerza la calidad y la importancia de los procesos de selección para la contratación de los entrenadores que implementa la Liga, en el cual se tiene presente las competencias en el campo deportivo por parte del personal.



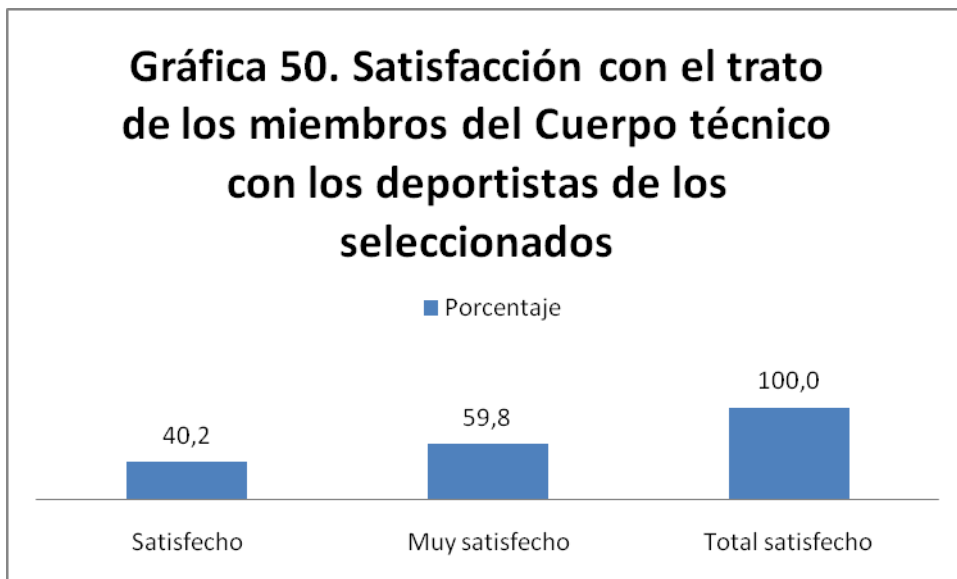
5.3.2.8 Nivel de conocimiento de los empleados



Los deportistas presentan una satisfacción del (92.7%) con respecto al nivel de conocimiento de los empleados de la LIGA que están encargados de los seleccionados, lo que indica la competencia de los funcionarios de la Liga en los diferentes programas.



5.3.2.9 Trato del cuerpo técnico con los deportistas



Los deportistas de los seleccionados se encuentran totalmente satisfechos (100%) con el trato que reciben de los cuerpos técnicos, factor muy importante en el manejo de los grupos y en el afianzamiento del respeto, lo que permite una mejor relación entre las personas que conforman un seleccionado y el logro de los objetivos deportivos planeados.



5.3.2.10 Atención a las necesidades de los deportistas



El nivel de satisfacción por la atención brindada a las necesidades de los deportistas por parte de los empleados de la LIGA encargados de los seleccionados es del 90.2%. Se presenta una inconformidad del 10% de los deportistas, que podría estar asociada con los comentarios realizados en las “Sugerencias” y que tiene que ver con los viáticos que la LIGA entrega durante las competencias.

Este aspecto se debe tener presente en el Plan de mejoramiento con el fin de buscar las soluciones respectivas y que no sean motivos de desconcentración para el logro de los resultados deportivos.



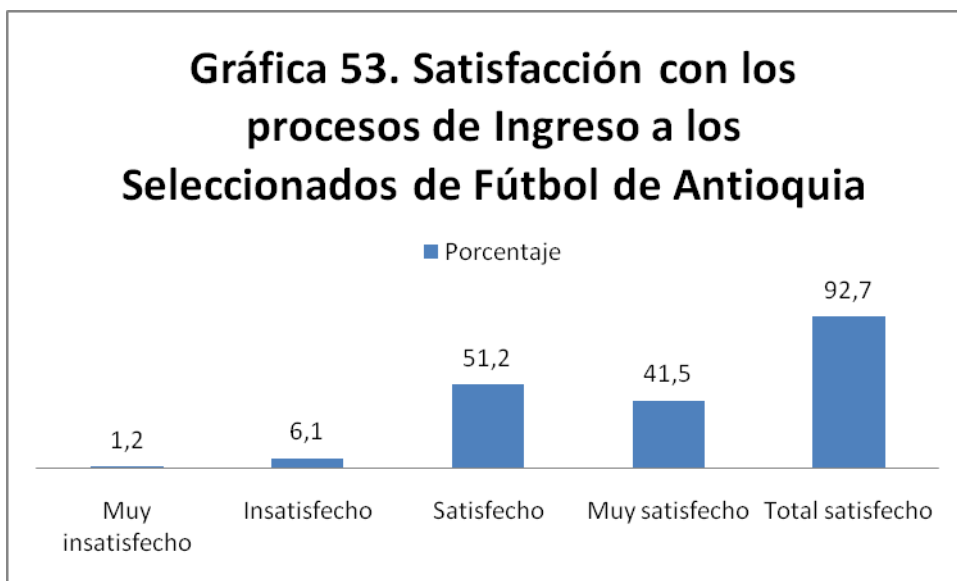
5.3.2.11 Cumplimiento con la formación y competencia



En este aspecto la satisfacción es del 95%, porcentaje muy alto que demuestra que los diferentes deportistas de los seleccionados logran alcanzar las expectativas de formación y competencia cuando hacen parte de los seleccionados de Antioquia.



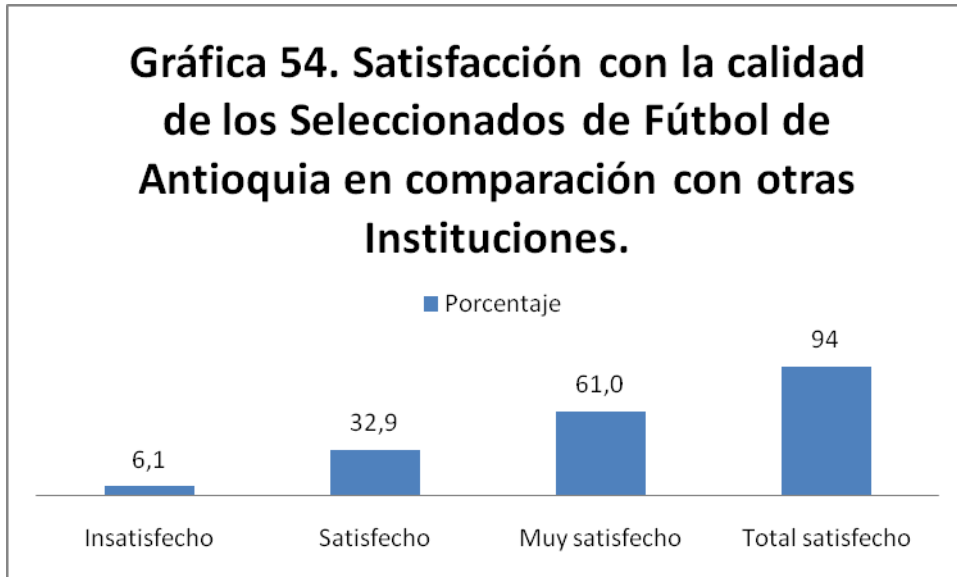
5.3.2.12 Procesos de ingreso a los seleccionados



Los procesos de ingreso a los seleccionados de Antioquia son reconocidos por parte de los diferentes deportistas con una satisfacción de 92.7%, aspecto que les genera la tranquilidad y confianza para afirmar que son por los méritos deportivos como se llega a las selecciones paisas.



5.3.2.13 calidad de los seleccionados comparados con otros



La satisfacción para este aspecto es del 94%, lo que indica que las selecciones de Antioquia son consideradas por sus mismos deportistas como equipos muy competitivos de gran nivel y calidad; generando confianza y credibilidad por parte de ellos para buscar los logros deportivos planeados.



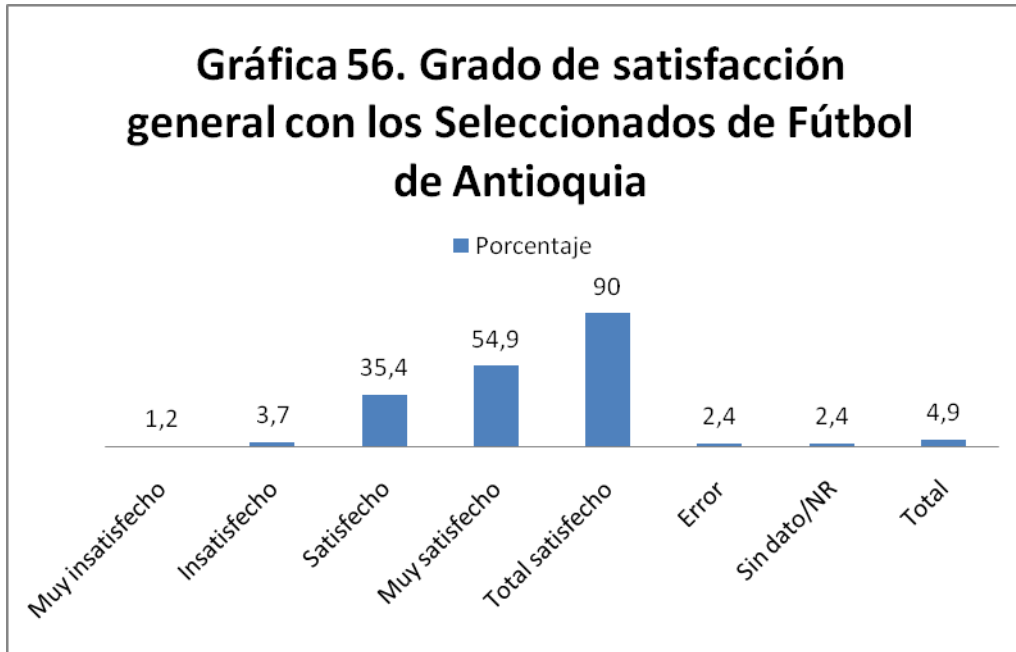
5.3.2.14 Cumplimiento expectativas de calidad del servicio



Los deportistas consideran que la calidad del servicio que reciben en los seleccionados cumple sus expectativas, proporcionándoles una satisfacción del 95%, lo que demuestra que las políticas de la LIGA con respecto a los procesos de escogencia del personal que conforma los cuerpos técnicos es óptimo.



5.3.2.15 Satisfacción general



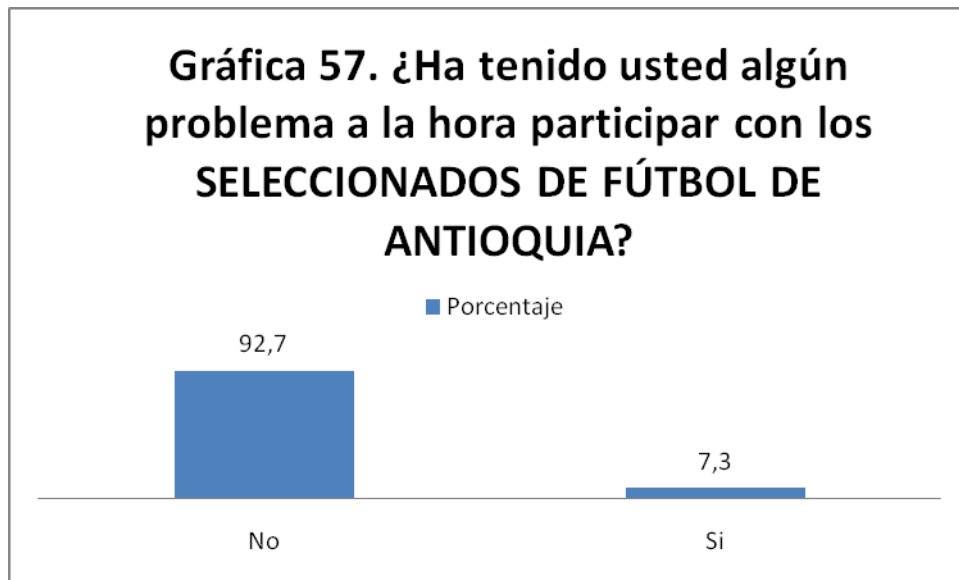
Esta pregunta pretendía validar la consistencia de las demás respuestas.

El resultado obtenido con niveles de satisfacción superiores al 90%, confirma los resultados de las preguntas anteriores.



5.3.3 ANALISIS DEL SERVICIO

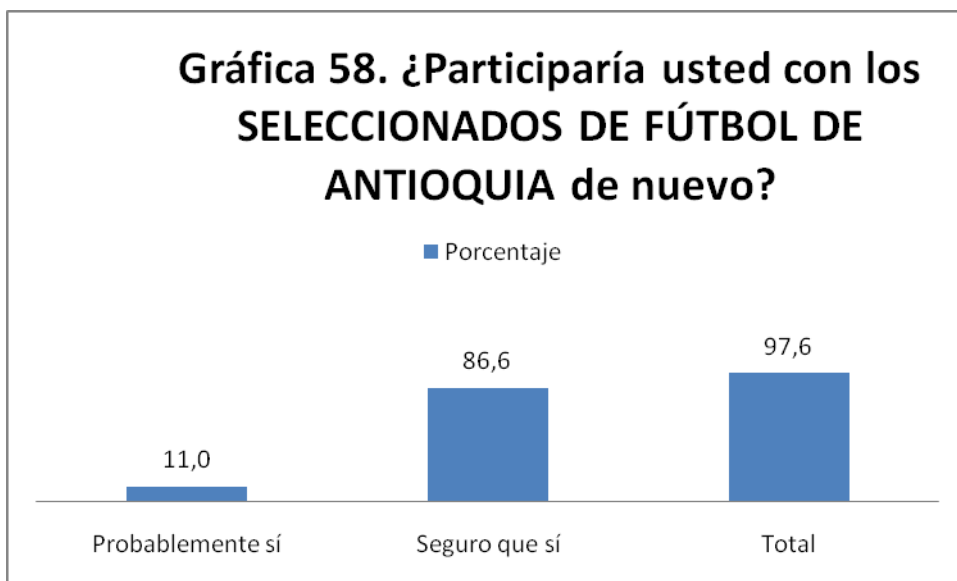
5.3.3.1 Problemas al utilizar el servicio



Los deportistas en un 92.7% manifiestan no haber tenido problemas a la hora de participar en los seleccionados de Antioquia, aspecto que valida los procesos de selección, participación y competencia durante el tiempo de permanencia en los seleccionados de Antioquia. Esta variable confirma la alta satisfacción general expresada por los deportistas.



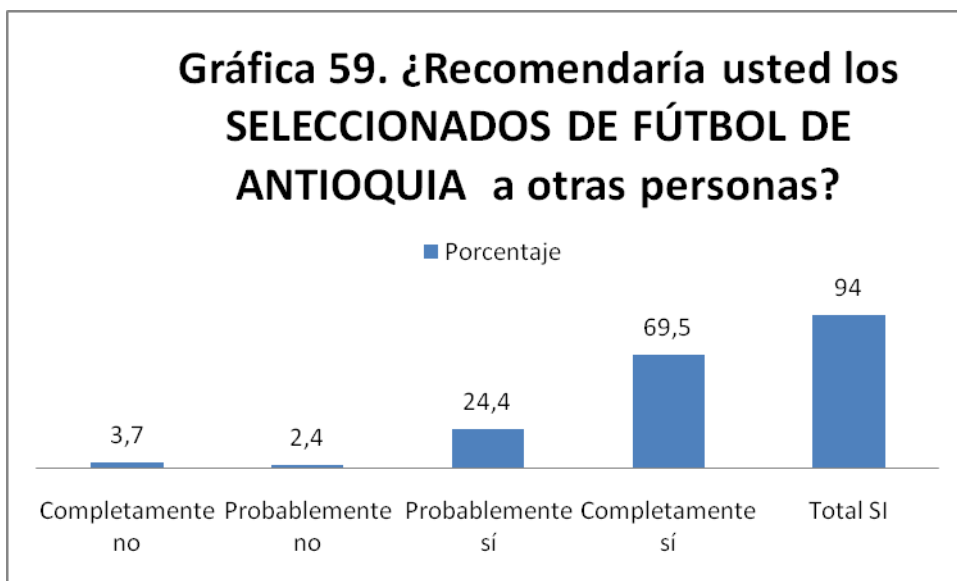
5.3.3.2 Participaría de nuevo con los seleccionados



El 97.6% de los deportistas manifiestan su intención de participar de nuevo con los seleccionados de Antioquia, lo que sigue confirmando su satisfacción con este programa. También podría tener relación con el sentido de pertenencia que puedan tener los deportistas a la hora de representar al departamento.



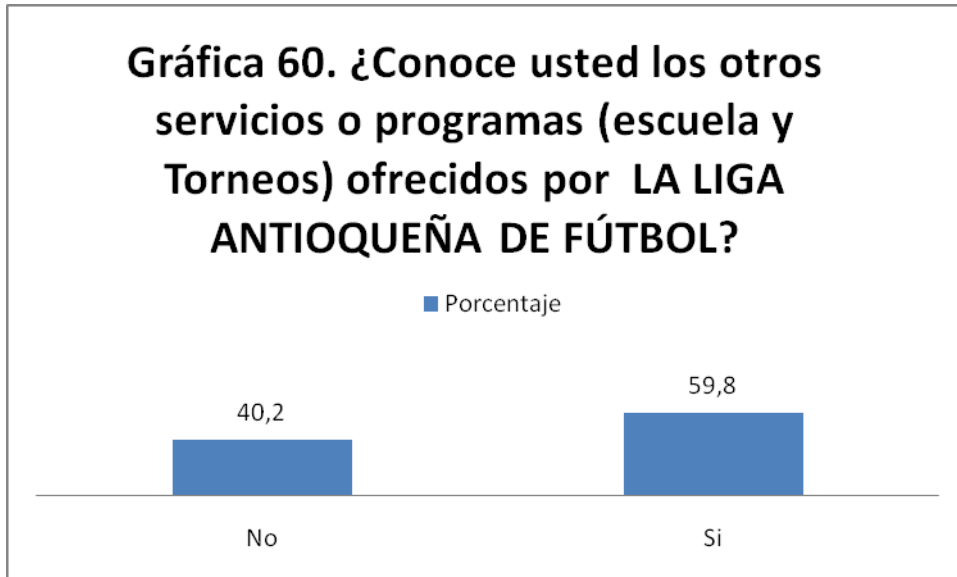
5.3.3.3 Recomendaría los seleccionados a otras personas



El 94% de los deportistas recomendarían a otros usuarios el servicio ofrecido por la LIGA en los diferentes seleccionados de Antioquia. Esto posiblemente se da por la calidad del programa y la percepción que tienen los deportistas de él. Esta variable reafirma el alto grado de satisfacción general de estos usuarios.



5.3.3.4 Conocimiento de otros programas



El 59.8% de los deportistas conocen los otros programas y/o servicios ofrecidos por la LIGA, sin embargo un 40.2% presenta desconocimiento de estos.

Este aspecto se debe tener en cuenta a la hora de formular el plan de mejoramiento buscando los medios adecuados para una mejor difusión de los diferentes programas y/o servicios que oferta la entidad.

Si se logra que los clientes conozcan mejor el portafolio de servicios, ellos mismos pueden convertirse en agentes multiplicadores con otros clientes potenciales de la entidad.



6. PLAN DE MEJORAMIENTO

Los resultados de la investigación arrojan una percepción de alta satisfacción de los usuarios de los programas de la Liga Antioqueña de Fútbol. Sin embargo, también se colige que existen oportunidades para la mejora que deberían ser tenidas en cuenta por la LIGA, para que sea aun mayor el nivel de satisfacción de los usuarios. Como plataforma para la concreción de esas oportunidades de mejora, se deja propuestos para la Institución un plan de mejoramiento.

TABLA 2. PLAN DE MEJORAMIENTO ESTADO DE LAS CANCHAS

Descripción de la oportunidad de mejora: Los usuarios manifiestan insatisfacción por el estado de las canchas.
Programas relacionados: Escuela de Fútbol, Seleccionados, Eventos (Torneos)
Causas: La Liga Antioqueña de Fútbol no tiene control sobre el estado y mantenimiento de los escenarios deportivos donde se llevan a cabo los programas, estos pertenecen a los municipios y están bajo la administración de los Institutos Municipales de Deporte.
Acción de mejora: Efectuar convenios con instituciones para el uso de escenarios deportivos con mejores condiciones para situaciones o eventos especiales. Motivar a los administradores de los escenarios deportivos a mejorar su mantenimiento.



ACTIVIDAD	RESPONSA BLE	PLAZO	RECURSOS
Identificar potenciales oferentes de escenarios	Coordinador Escuela, Director Deportivo	Dos meses	Base de datos de entidades deportivas y educativas de la ciudad con escenarios deportivos.
Efectuar negociación a través de convenios para el uso de escenarios, cuando la situación lo amerite.	Director Ejecutivo	Tres meses	Tiempo del Director Transporte Soporte tecnológico e informático
Formalizar convenios o contratos con las entidades seleccionadas	Director Ejecutivo	Dos meses	Tiempo del Director Transporte Soporte tecnológico e informático
Comunicar los resultados de la investigación a las entidades propietarias o administradores de las canchas o escenarios deportivos para que mejoren su mantenimiento	Director Ejecutivo	Dos meses	Tiempo del Director Transporte Soporte tecnológico e informático



TABLA 3. PLAN DE MEJORAMIENTO UNIFORMES

<p>Descripción de la oportunidad de mejora:</p> <p>Los usuarios sugieren que se suministren dos uniformes (uno para entrenamiento y otro para competencia).</p>			
<p>Programas relacionados: Escuela de Fútbol</p>			
<p>Causas:</p> <p>La Liga Antioqueña de Fútbol no tiene establecido el uniforme como una obligación para la inscripción en la Escuela. Hacerlo generaría un sobrecosto para los acudientes que podría desestimular el uso de los servicios.</p>			
<p>Acción de mejora: Evaluar con los acudientes su disposición a asumir el costo de los dos (2) uniformes, para decidir la adopción de esta medida.</p>			
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS
Diseñar mecanismo de indagación para los acudientes acerca del tema de los uniformes.	Coordinador de la Escuela	Dos meses	Tiempo de los responsables Soporte tecnológico e informático Bases de datos de los acudientes
Aplicar mecanismo de indagación a los	Equipo administrativo	Dos meses	Tiempo del equipo apoyo administrativo



Liga Antioqueña
de Fútbol

acudientes			Encuestas impresas Bases de datos de los acudientes
Analizar los resultados	Director Ejecutivo/Coord inador de la Escuela	Un mes	Resultados de la indagación Tiempo de los responsables Soporte tecnológico e informático
Comunicar la decisión a los acudientes	Director Ejecutivo/Coord inador de la Escuela	Un mes	Tiempo de los responsables Soporte tecnológico e informático



TABLA 4. PLAN DE MEJORAMIENTO SERVICIO DE JUZGAMIENTO

Descripción de la oportunidad de mejora:			
Los usuarios manifiestan insatisfacción con el servicio de juzgamiento.			
Programas relacionados: Eventos (Torneos)			
Causas:			
La Liga Antioqueña de Fútbol contrata el servicio de juzgamiento con el Colegio de Árbitros de Antioquia y por lo tanto no tiene control directo sobre las características de calidad de este proceso.			
Acción de mejora: Concertar con el Colegio un programa para el desarrollo de las competencias de los jueces que garantice la calidad del arbitraje.			
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS
Identificar con el Colegio de árbitros las principales deficiencias en cuanto a las competencias de los jueces.	Director Ejecutivo, Comisión Juzgamiento y Presidente del colegio arbitral	Un mes	Tiempo del director Transporte Soporte tecnológico e informático
Identificar, con el Colegio de árbitros los potenciales	Director Ejecutivo, Comisión	Un mes	Tiempo del director Transporte



oferentes de programas de mejoramiento de la competencias de los jueces para garantizar la calidad del arbitraje	Juzgamiento y Presidente del colegio de árbitros		Soporte tecnológico e informático Base de datos de potenciales oferentes
Definir con el Colegio de árbitros el programa de desarrollo de las competencias de los jueces	Director Ejecutivo, Comisión Juzgamiento y presidente del colegio arbitral	Un mes	Tiempo del director Transporte Soporte tecnológico e informático
Implementar y hacer seguimiento al programa de desarrollo de las competencias de los jueces que garantice la calidad del arbitraje.	Director Ejecutivo, Comisión Juzgamiento y Presidente del colegio de árbitros	Seis meses	Tiempo del director Transporte Soporte tecnológico e informático
Hacer clínicas relacionadas a los temas arbitrales	Comisión Juzgamiento Instructor arbitral	Cuatro meses	Honorarios Instructor Ayudas audiovisuales Papelería



TABLA 5. PLAN DE MEJORAMIENTO VIÁTICOS

<p>Descripción de la oportunidad de mejora:</p> <p>Los usuarios manifiestan insatisfacción con el valor de los viáticos que les suministra la Entidad.</p>			
<p>Programas relacionados: Seleccionados</p>			
<p>Causas:</p> <p>Existen limitaciones financieras en la LIGA para establecer tarifas de viáticos por encima de las actuales.</p> <p>Los usuarios no asocian con los viáticos, el esfuerzo que hace la LIGA en el suministro de transporte, alojamiento y alimentación de calidad.</p>			
<p>Acción de mejora: Evaluar con el área administrativa la posibilidad de incrementar el valor de los viáticos.</p> <p>Fortalecer una estrategia de comunicación que posibilite sensibilizar a los usuarios del esfuerzo que hace la LIGA en el suministro de transporte, alojamiento y alimentación de calidad.</p>			
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS
Hacer un estudio del impacto financiero que representa para la entidad un incremento de los viáticos a los deportistas hasta en un	Director Ejecutivo/ equipo administrativo	Un mes	Tiempo de los responsable Bases de datos Soporte tecnológico e informático



50% del valor actual.			
Someter los resultados del estudio a consideración de las instancias directivas	Comité Ejecutivo	Un mes	Resultados del estudio financiero Soporte tecnológico e informático
Divulgar a los usuarios la decisión que se tome	Director Ejecutivo	Un mes	Bases de datos de usuarios Soporte tecnológico e informático
Implementar campaña de sensibilización del esfuerzo que realiza la LIGA para suministrar alimentación, transporte, alojamiento.	Director Deportivo y Comunicador	Seis meses	Medios impresos Soporte tecnológico e informático



TABLA 6. PLAN DE MEJORAMIENTO CUMPLIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN

Descripción de la oportunidad de mejora:			
Los usuarios manifiestan insatisfacción con la programación y su cumplimiento.			
Programas relacionados: Eventos (torneos)			
Causas:			
El proceso actualmente se lleva a cabo de forma manual.			
Acción de mejora: Implementar una herramienta de software que automatice la programación y permita obtener información de la misma en tiempo real.			
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS
Definir el proveedor de la herramienta informática para la automatización de la programación.	Director Ejecutivo	Un mes	Tiempo del responsable Base de datos de proveedores potenciales Requerimientos para la programación
Contratar la implementación,	Director Ejecutivo	Un mes	Asesoría jurídica Tiempo del



capacitación y soporte en la aplicación de la herramienta informática para la programación			responsable
Hacer seguimiento a la implementación de la herramienta informática	Director Ejecutivo	Seis meses	Reportes del aplicativo Soporte tecnológico e informático
Efectuar ajustes a la implementación de la herramienta informática con la empresa proveedora del software	Director Ejecutivo	Tres meses	Soporte tecnológico e informático



TABLA 7. PLAN DE MEJORAMIENTO CONOCIMIENTO DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Descripción de la oportunidad de mejora:			
Un porcentaje significativo de los usuarios manifiestan no conocer la totalidad de los servicios de la LIGA.			
Programas relacionados: Escuela de Fútbol, Seleccionados, Eventos (Torneos)			
Causas:			
Deficiencia en las estrategias de divulgación del portafolio de los servicios de la Liga.			
Acción de mejora: Fortalecer las estrategias de comunicación con los clientes actuales respecto de los servicios en el portafolio de la Liga.			
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PLAZO	RECURSOS
Implementar Plan de Mercadeo	Director Ejecutivo, equipo administrativo y Comunicador	Un año	Financieros Medios impresos, radiales y televisivos
Hacer seguimiento a la ejecución del Plan de Mercadeo	Director Ejecutivo	Trimestral	Tiempo del responsable Soporte tecnológico e informático



7. CONCLUSIONES

El trabajo de investigación que aquí se presentó tenía una doble connotación. Por un lado, se trata de la aplicación real de una serie de herramientas administrativas para la medición de la percepción de la satisfacción de los usuarios de la Liga Antioqueña de Fútbol. Por otro lado, es también un trabajo académico de monografía Investigativa de la Especialización en Administración Deportiva, en el que se someten a validación varios elementos teóricos tratados a lo largo de este posgrado.

En esa medida, se han dividido las conclusiones en dos temas. En primer lugar, los resultados de la investigación en términos de la percepción de los clientes. Estos resultados son del interés de la Liga Antioqueña de Fútbol, como fundamento para la toma de decisiones de mejoramiento.

Y en segundo lugar se presentan las conclusiones del equipo de trabajo con respecto a lo que la misma investigación muestra en relación con los contenidos teóricos del posgrado. En especial aquellos que tienen que ver con la administración y el marketing deportivo.



7.1 CONCLUSIONES ACERCA DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN PARA LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL

- ❖ Se estableció que existe un grado alto de satisfacción de los usuarios de la Liga Antioqueña de Fútbol, respecto al servicio y los programas de la Entidad. Esto se hizo a través de la aplicación de encuestas dirigidas a los diferentes tipos de usuarios, sobre la base de un muestreo aleatorio estadísticamente definido.
- ❖ La percepción de alta satisfacción se confirmó al interior de la encuesta por tres vías:
 - ❖ La medición de la percepción de satisfacción en los atributos que la LIGA consideraba importantes para los clientes. Esta medición arrojó niveles de satisfacción altos en la mayoría de los atributos, con excepción de aquellos que más abajo se indican y que fueron objeto del plan de mejoramiento.
 - La medición de una percepción general de satisfacción con respecto al servicio (una pregunta validadora). En todos los programas, la respuesta fue de muy alta satisfacción general frente al servicio de la LIGA.
 - La medición de la percepción sobre la ocurrencia de problemas en el uso de los servicios. En general, la declaración de que se hubieran tenido problemas fue muy baja.
 - La investigación indica que los aspectos escogidos para la indagación a los usuarios, efectivamente son importantes en la valoración que ellos hacen del servicio y, por lo tanto, en la decisión potencial de utilizar o no a la



entidad o a sus competidores. Todos los aspectos indagados fueron calificados con niveles de importancia por encima del 90%.

- ❖ Además de la satisfacción de los usuarios y la importancia de los aspectos indagados, la investigación permitió establecer que hay una alta intención de “repetición de compra” de los servicios, por parte de los usuarios y de recomendar a otros el uso de los servicios de la LIGA. Esto indica que para la entidad debería ser muy importante el fortalecimiento de la estrategia de marketing “voz a voz”, donde los clientes actuales se convierten en agentes de mercadeo de la Institución. También indica la importancia de cultivar a los clientes actuales, mediante estrategias de fidelización.

- ❖ La investigación permitió establecer un perfil socio-demográfico de los clientes de la LIGA. Para la escuela de formación, en su mayoría son varones, aunque hay un significativo porcentaje femenino con potencial de crecimiento. Las edades se distribuyen de manera muy similar entre los menores de 13 años, los de 14 a 16 y los de 17 a 19 años. En su mayoría con nivel de educación secundaria y con predominio de los estratos socioeconómicos II, III y IV; siendo el estrato III el más representativo.

- ❖ A pesar del alto grado de satisfacción, se identificaron como aspectos por mejorar los siguientes:
 - Estado de las canchas.
 - Variedad en los uniformes.
 - Juzgamiento en los torneos.
 - Suministro de viáticos a seleccionados
 - Programación



- Conocimiento del portafolio completo de los servicios por los usuarios de la LIGA.

- ❖ Se identificaron como fortalezas de la entidad, la calidad en los contenidos de los programas de formación, el conocimiento de los instructores y el buen trato y atención brindada por los empleados de la LIGA.

- ❖ Se elaboró un plan de mejora de la calidad, que incluye la atención de cada una de las oportunidades de mejora.



7.2 CONCLUSIONES ACADÉMICAS ACERCA DEL OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN

- ❖ Esta investigación confirma lo manifestado en los referentes teóricos consultados y estudiados en el posgrado, en el sentido de reconocer la importancia que tiene para una organización deportiva el seguimiento sistemático y periódico de la percepción acerca de la satisfacción de los usuarios. A través de este mecanismo, la Alta Dirección de la entidad deportiva tiene la posibilidad de ir más allá de la evaluación del cumplimiento de los planes y programas, indagando por el impacto de los mismos.
- ❖ La medición de la satisfacción de los usuarios resulta ser también un mecanismo para evaluar la calidad de la planificación de la entidad deportiva. Por ejemplo, en el caso de la Liga Antioqueña de Fútbol, los resultados señalan que las acciones planificadas y ejecutadas por la Liga en materia de selección, capacitación y sensibilización de su personal, han sido eficaces.
- ❖ La investigación también confirma que el mejoramiento de la gestión es un proceso continuo que nunca termina para la entidad deportiva. Aun con elevados niveles de satisfacción (como en este caso), los clientes siempre indicarán aspectos por mejorar en el desempeño actual de la organización o sugerirán innovaciones que puedan llevar a cambiar asuntos estructurales de la entidad.
- ❖ Sin embargo, en la definición e implementación de planes de mejoramiento para la institución, no se deben considerar solo las propuestas, sugerencias o reclamos de los clientes. Existen restricciones de carácter financiero o tecnológico que deben analizarse, por lo que el análisis de las oportunidades de mejora debe hacerse de manera holística. Por ejemplo, la solicitud de



viáticos más cuantiosos para los seleccionados es una aspiración legítima de ellos, pero puede ir en contravía de la disponibilidad de recursos de la LIGA, o la exigencia de uniformes para los estudiantes de la Escuela puede servir al mejoramiento de la imagen, pero afecta la posibilidad de inscripción de muchos padres de familia.

- ❖ La investigación también permite establecer que en la percepción de los clientes acerca de su satisfacción, pueden influir factores que escapan al control directo de la entidad prestadora del servicio. Estos factores deben ser identificados para definir las potenciales acciones de mitigación del impacto de los mismos sobre la calidad de los servicios. Por ejemplo, en el caso de la Liga resultó ser un aspecto de insatisfacción de los usuarios lo relativo al estado de las canchas, que están bajo control de otra entidad.
- ❖ Finalmente, la realización de esta investigación permite afirmar que el análisis de los resultados del componente socio-demográfico de una encuesta de percepción es también una fuente muy importante de información. Esta parte de los resultados le permite a la institución proyectar sus acciones de mercadeo hacia nichos no trabajados por ella, ya sea en términos de género, edad o localización geográfica. En el caso de la LIGA, por ejemplo, el tema del fútbol femenino se confirmó como una oportunidad¹⁴, dada la baja participación de mujeres en la práctica de este deporte según el perfil socio-demográfico.

¹⁴ Ya la Liga lo había establecido en el documento “Monitoreo al Plan de desarrollo 2007-2010”, donde se definió que “Para el 2008 se tiene como propuesta impulsar esta modalidad a través de los Colegios privados. A nivel de clubes se realizará un torneo en el cual las jugadoras de la selección femenina se sortearán entre los diferentes equipos a participar.”(página 2).



BIBLIOGRAFÍA

Berry, Leonard; Parasuraman, A. (1994). Marketing en las empresas de servicios. Bogotá: Norma.

Congreso de la República de Colombia. Ley 181 de 1995: Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y se crea el Sistema Nacional del Deporte. Bogotá: Imprenta Nacional.

Gutiérrez Betancur, Juan Francisco (2003). Fundamentos de administración deportiva. Armenia: Kinesis.

Gutiérrez, Betancur, Juan Francisco; Suescún Vega, Efigemia; Vélez Mejía, Jesús Eduardo; Bolaños Cárdenas, César Leonardo; Castillo Gutiérrez, Maria Constanza (2005). Legislación y administración deportiva. Armenia: Kinesis.

Gutiérrez, Betancur, Juan Francisco (Ed.) (2007). Gestión y economía del deporte: aproximaciones teóricas y aplicaciones. Medellín: Universidad de Antioquia, Funámbulos Editores.

Decretos Leyes y sus decretos reglamentarios (2007), LEGISLACION DEPORTIVA LEY 181 DE 1995, Armenia: Kinesis

Liga Antioqueña de Fútbol (2000). Estatutos. Medellín.

Liga Antioqueña de Fútbol (2007). Plan de desarrollo institucional y deportivo de la Liga Antioqueña de Fútbol 2007-2010. Medellín.

Molina, Gerardo; Aguiar, Ricardo (2003). Marketing deportivo. Buenos Aires: Norma.



**Liga Antioqueña
de Fútbol**

Morales, Verónica; Hernández, Antonio (2004). Calidad y satisfacción en los servicios. Conceptualización. Málaga: Universidad de Málaga.

Universidad de Antioquia, Indeportes Antioquia (2006). Gerencia del deporte municipal. Medellín.



**Liga Antioqueña
de Fútbol**

-ANEXOS



GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS DE LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA (5 a 10 años)

Ayúdenos a mejorar. Por favor dedique unos momentos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para fortalecer nuestro servicio, Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación "SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA CON RESPECTO A LOS PROGRAMAS O SERVICIOS" llevada a cabo por LA LIGA

Información de tipo personal.

- Sexo: __1.Masculino __2.Femenino
- Edad_____
- Grado de Escolaridad_____
- Residencia:
municipio_____barrio_____

Uso del servicio

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

5. ¿Cuánto tiempo lleva en la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1.Menos de un mes
- 2.Entre uno y seis meses
- 3.Entre seis meses y un año
- 4.Entre uno y tres años
- 5.Más de tres años

7. ¿Con qué frecuencia asiste a la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1.Una vez a la semana
- 2.Dos veces a la semana
- 3.Tres veces a la semana

Satisfacción atributos

Por favor, valora los siguientes atributos.

Marca, en la escala, con una X siendo

	1= muy insatisfecho	2= insatisfecho	3= satisfecho	4= muy satisfecho).
				
8. Con respecto a la Calidad de las canchas de entrenamiento.				



9. Con respecto a los implementos deportivos (pelotas, balones, conos y otros).				
10. Con respecto al uniforme de entrenamiento de la Escuela.				
11. Con respecto a los Festivales de Fútbol.				
12. Con respecto al contenido de las clases impartidas por el instructor.				
13. Con respecto al trato de los instructores con los alumnos.				

Satisfacción general

Marca, en la escala, con una X siendo

	1= muy insatisfecho	2= insatisfecho	3= satisfecho	4= muy satisfecho).
13. 14. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?				

Intención de uso y recomendación

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

15. ¿Utilizaría usted el servicio de LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA de nuevo?

- 1.Seguro que no
- 2.Probablemente no
- 3.Probablemente sí
- 4.Seguro que sí

16. ¿Ha recomendado usted LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1.Sí
- 2.No

La encuesta ha concluido, muchas **GRACIAS** por tu colaboración.

LIGA ANTIOQUEÑA DE FUTBOL



Liga Antioqueña
de Fútbol

GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS DE LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA (11 a 17 años)

Ayúdenos a mejorar. Por favor dedique unos momentos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para fortalecer nuestro servicio, Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación "SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA CON RESPECTO A LOS PROGRAMAS O SERVICIOS" llevada a cabo por LA LIGA

Información de tipo personal.

1. Sexo: Masculino Femenino
2. Edad _____
3. Grado de Escolaridad _____
4. Residencia:
municipio _____ barrio _____

Uso del servicio

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

5. ¿Cuánto tiempo lleva en la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Menos de un mes
- 2. Entre uno y seis meses
- 3. Entre seis meses y un año
- 4. Entre uno y tres años
- 5. Más de tres años

6. ¿Con qué frecuencia asiste a la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Una vez a la semana
- 2. Dos veces a la semana
- 3. Tres veces a la semana



Satisfacción de atributos

Con respecto al servicio de LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, que valor de satisfacción le da usted a los siguientes atributos.

Por favor, valora los siguientes atributos, marca, en la escala, con una X siendo:

1= muy insatisfecho

2= insatisfecho

3= satisfecho

4= muy satisfecho

SATISFACCION

8. Con respecto a la Calidad de las canchas de entrenamiento.	1	2	3	4
9. Con respecto a los implementos deportivos (pelotas, balones, conos y otros).	1	2	3	4
10. Con respecto al uniforme de entrenamiento de la Escuela.	1	2	3	4
11. Con respecto a los Festivales de fútbol organizados por la Escuela.	1	2	3	4
12. Con respecto al contenido de las clases impartidas por los instructores.	1	2	3	4
13. Con respecto al nivel de conocimiento de los Instructores de la Escuela.	1	2	3	4
14. Con respecto a la atención brindada por parte de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL a mis necesidades.	1	2	3	4
15. Con respecto al trato de los empleados de la Liga de Fútbol de Antioquia con los clientes.	1	2	3	4
16. Con respecto a la satisfacción de expectativas en iniciación y formación en este deporte.	1	2	3	4
17. Con respecto al servicio esperado de LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
18. Con respecto a la calidad de la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA en comparación con otras Instituciones.	1	2	3	4
19. Con los procesos de Ingreso a LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
20. Con la relación calidad y costo.	1	2	3	4



Satisfacción general

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

21. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Muy insatisfecho
- 2. Insatisfecho
- 3. Satisfecho
- 4. Muy satisfecho

Intención de uso, recomendación y sugerencias

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

22. ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de usar LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Sí
- 2. No

23. ¿Se resolvieron esos problemas de forma satisfactoria para usted?

- 1. Sí, fueron resueltos por los empleados LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL
- 2. Sí, fueron resueltos por alguien de fuera de la empresa
- 3. No
- 4. No hubo ningún problema

24. ¿Utilizaría usted el servicio de LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA de nuevo?

- 1. Seguro que no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Seguro que sí

25. ¿Ha recomendado usted LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Sí
- 2. No



Liga Antioqueña
de Fútbol

26. ¿Recomendaría usted LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1.Completamente no
- 2.Probablemente no
- 3.Probablemente sí
- 4.Completamente sí

27. Conoce usted los otros servicios o programas (torneos y selecciones) ofrecidos por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1.Si
- 2.No

28. Basándose en su propia experiencia con LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, ¿buscaría usted a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL para utilizar otros servicios?

- 1.Si
- 2.No

29. ¿Hay alguna cosa que le gustaría decirle a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL sobre LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA que no le hayamos preguntado en esta encuesta? Si es así, por favor, díganos de que se trata:

La encuesta ha concluido, muchas **GRACIAS** por tu colaboración.

LIGA ANTIOQUEÑA DE FUTBOL



Liga Antioqueña
de Fútbol

GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS PADRES O ACUDIENTES DE LOS ALUMNOS DE LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA

Ayúdenos a mejorar. Por favor dedique unos momentos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para fortalecer nuestro servicio, Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación "SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA CON RESPECTO A LOS PROGRAMAS O SERVICIOS" llevada a cabo por LA LIGA

Información de tipo personal.

1. Sexo: __Masculino __Femenino
2. Edad _____
3. Grado de Escolaridad _____
4. Estrato _____
5. Residencia:
municipio _____ barrio _____
6. Tipo de parentesco con el
alumno(a) _____

Uso del servicio

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

7. ¿Cuánto tiempo lleva el niño(a) en la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Menos de un mes
- 2. Entre uno y seis meses
- 3. Entre seis meses y un año
- 4. Entre uno y tres años
- 5. Más de tres años

8. ¿Con qué frecuencia asiste el niño(a) a la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Una vez a la semana
- 2. Dos veces a la semana
- 3. Tres veces a la semana



Importancia de atributos

A la hora de utilizar el servicio de LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, que valor de importancia le da usted a los siguientes atributos. Por favor, valora los siguientes atributos, marca, en la escala, con una X siendo:

1= no importante

2= poco importante

3= importante

4= muy importante

IMPORTANCIA

	1	2	3	4
9. Con respecto a la Calidad de las canchas de entrenamiento.				
10. Con respecto a los implementos deportivos (pelotas, balones, conos y otros).				
11. Con respecto al uniforme de entrenamiento de la Escuela.				
12. Con respecto a los Festivales de fútbol organizados por la Escuela.				
13. Con respecto al contenido de las clases impartidas por los instructores.				
14. Con respecto al nivel de conocimiento de los Instructores de la Escuela.				
15. Con respecto a la atención brindada por parte de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL a mis necesidades.				
16. Con respecto al trato de los empleados de la Liga de Fútbol de Antioquia con los clientes.				
17. Con respecto al cumplimiento de las expectativas de iniciación y formación en la ESCUELA DE FÚTBOL.				
18. Con respecto al cumplimiento de las expectativas frente a la calidad del servicio.				
19. Con respecto a la calidad de la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA en comparación con otras Instituciones.				
20. Con el proceso de ingreso a los servicios de la Escuela.				
21. Con la relación calidad y costo.				



Satisfacción de atributos

Con respecto al servicio de LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, que valor de satisfacción le da usted a los siguientes atributos.

Por favor, valora los siguientes atributos, marca, en la escala, con una X siendo:

1= muy insatisfecho

2= insatisfecho

3= satisfecho

4= muy satisfecho

SATISFACCION

22. Con respecto a la Calidad de las canchas de entrenamiento.	1	2	3	4
23. Con respecto a los implementos deportivos (pelotas, balones, conos y otros).	1	2	3	4
24. Con respecto al uniforme de entrenamiento de la Escuela.	1	2	3	4
25. Con respecto a los Festivales de fútbol organizados por la Escuela.	1	2	3	4
26. Con respecto al contenido de las clases impartidas por los instructores.	1	2	3	4
27. Con respecto al nivel de conocimiento de los Instructores de la Escuela.	1	2	3	4
28. Con respecto a la atención brindada por parte de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL de mis necesidades.	1	2	3	4
29. Con respecto al trato de los empleados de la Liga de Fútbol de Antioquia con los clientes.	1	2	3	4
30. Con respecto a la satisfacción de expectativas en iniciación y formación en este deporte.	1	2	3	4
31. Con respecto al servicio esperado de LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
32. Con respecto a la calidad de la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA en comparación con otras Instituciones.	1	2	3	4
33. Con los procesos de Ingreso a LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
34. Con la relación calidad y costo.	1	2	3	4



Satisfacción general

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

35. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con la ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Muy insatisfecho
- 2. Insatisfecho
- 3. Satisfecho
- 4. Muy satisfecho

Intención de uso, recomendación y sugerencias.

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

36. ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de usar LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Sí
- 2. No

37. ¿Se resolvieron esos problemas de forma satisfactoria para usted?

- 1. Sí, fueron resueltos por los empleados LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL
- 2. Sí, fueron resueltos por alguien de fuera de la empresa
- 3. No
- 4. No hubo ningún problema

37. ¿Utilizaría usted el servicio de LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA de nuevo?

- 1. Seguro que no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Seguro que sí

38. ¿Ha recomendado usted LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Sí
- 2. No

39. ¿Recomendaría usted LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Completamente no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Completamente sí



Liga Antioqueña
de Fútbol

40. Conoce usted los otros servicios o programas (torneos, selección Antioquia) ofrecidos por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1.Si
 2.No

41. Basándose en su propia experiencia con LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, ¿buscaría usted a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL para utilizar otros servicios?

- 1.Si
 2.No

42. ¿Hay alguna cosa que le gustaría decirle a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL sobre LA ESCUELA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA que no le hayamos preguntado en esta encuesta? Si es así, por favor, díganos de que se trata:

La encuesta ha concluido, muchas **GRACIAS** por su colaboración.

LIGA ANTIOQUEÑA DE FUTBOL



Liga Antioqueña
de Fútbol

GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS DEPORTISTAS DE LOS TORNEOS DE LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA

Ayúdenos a mejorar. Por favor dedique unos momentos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para fortalecer nuestro servicio, Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación "SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA CON RESPECTO A LOS PROGRAMAS O SERVICIOS" llevada a cabo por LA LIGA

Información de tipo personal.

1. Sexo: __Masculino __Femenino
2. Edad _____
3. Grado de Escolaridad _____
4. Estrato _____
5. Residencia:
municipio _____ barrio _____
6. Categoría: _____

Uso del servicio

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

7. ¿Cuánto tiempo lleva participando en los Torneos organizados por la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Menos de un mes
- 2. Entre uno y seis meses
- 3. Entre seis meses y un año
- 4. Entre uno y tres años
- 5. Más de tres años

8. ¿Con qué frecuencia asiste a la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Una vez a la semana
- 2. Una vez al mes
- 3. Una vez por semestre
- 4. Una vez al año



Importancia de atributos

A la hora de utilizar el servicio de los torneos organizados por la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, que valor de importancia le da usted a los siguientes atributos

Por favor, valora los siguientes atributos, marca, en la escala, con una X siendo:

1= no importante

2= poco importante

3= importante

4= muy importante

IMPORTANCIA

	1	2	3	4
9. Con respecto a la Calidad de las canchas de competencia de los Torneos.				
10. Con respecto a los reglamentos de juegos de los torneos.				
11. Con respecto a los sistemas de juegos de los torneos.				
12. Con respecto al servicio de juzgamiento de los torneos.				
13. Con respecto a la información (boletines, programaciones, resoluciones, pagina Web) de los torneos.				
14. Con respecto a la premiación de los Torneos.				
15. Con el proceso de ingreso a los torneos organizados por la LIGA DE FUTBOL DE ANTIOQUIA.				
16. Con respecto al nivel de conocimientos de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.				
17. Con respecto a la atención brindada a las necesidades por parte de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.				
18. Con respecto al trato de los empleados de la Liga de Fútbol de Antioquia con los clientes.				
19. Con respecto al cumplimiento de las expectativas de iniciación, formación y competencia en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.				
20. Con respecto al cumplimiento de las expectativas frente a la calidad del servicio que esperaba en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.				
21. Con respecto a la calidad de los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL en comparación con los de otras Instituciones.				



Satisfacción atributos

Después de utilizar el servicio de los torneos organizados por la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, que valor de satisfacción le da usted a los siguientes atributos.

Por favor, valora los siguientes atributos, marca, en la escala, con una X siendo:

1= muy insatisfecho

2= insatisfecho

3= satisfecho

4= muy satisfecho

SATISFACCION

22. Con respecto a la Calidad de las canchas de competencia de los Torneos.	1	2	3	4
23. Con respecto a los reglamentos de juegos de los torneos.	1	2	3	4
24. Con respecto a los sistemas de juegos de los torneos.	1	2	3	4
25. Con respecto al servicio de juzgamiento de los torneos.	1	2	3	4
26. Con respecto a la información (boletines, programaciones, resoluciones, pagina Web) de los torneos.	1	2	3	4
27. Con respecto a la premiación de los Torneos.	1	2	3	4
28. Con el proceso de ingreso a los torneos organizados por la LIGA DE FUTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
29. Con respecto al nivel de conocimientos de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.	1	2	3	4
30. Con respecto a la atención brindada a las necesidades por parte de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.	1	2	3	4
31. Con respecto al trato de los empleados de la Liga de Fútbol de Antioquia con los clientes.	1	2	3	4
32. Con respecto al cumplimiento de las expectativas de iniciación, formación y competencia en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.	1	2	3	4
33. Con respecto al cumplimiento de las expectativas frente a la calidad del servicio que esperaba en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.	1	2	3	4



34. Con respecto a la calidad de los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL en comparación con los de otras Instituciones.	1	2	3	4
---	---	---	---	---

Satisfacción general

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

35. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1. Muy insatisfecho
- 2. Insatisfecho
- 3. Satisfecho
- 4. Muy satisfecho

Intención de uso, recomendación y sugerencias.

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

36. ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de participar de los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1. Sí
- 2. No

37. ¿Se resolvieron esos problemas de forma satisfactoria para usted?

- 1. Sí, fueron resueltos por los empleados LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL
- 2. Sí, fueron resueltos por alguien de fuera de la empresa
- 3. No
- 4. No hubo ningún problema

38. ¿Participaría usted en los torneos de la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA de nuevo?

- 1. Seguro que no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Seguro que sí

39. ¿Ha recomendado usted los torneos de la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Sí
- 2. No



40. ¿Recomendaría usted los torneos de la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Completamente no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Completamente sí

41. Conoce usted los otros servicios o programas (escuela y selecciones ofrecidos por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL ?

- 1. Si
- 2. No

42. Basándose en su propia experiencia con los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL, ¿buscaría usted a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL para utilizar otros servicios?

- 1. Si
- 2. No

43. ¿Hay alguna cosa que le gustaría decirle a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL sobre los torneos que no le hayamos preguntado en esta encuesta? Si es así, por favor, díganos de que se trata:

La encuesta ha concluido, muchas **GRACIAS** por su colaboración.

LIGA ANTIOQUEÑA DE FUTBOL



Liga Antioqueña
de Fútbol

GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS ENTRENADORES PARTICIPANTES EN LOS TORNEOS ORGANIZADOS POR LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA

Ayúdenos a mejorar. Por favor dedique unos momentos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para fortalecer nuestro servicio, Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación "SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA CON RESPECTO A LOS PROGRAMAS O SERVICIOS" llevada a cabo por LA LIGA

Información de tipo personal.

1. Sexo: 1.Masculino 2.Femenino
2. Edad _____
3. Grado de Escolaridad _____
4. Estrato _____
5. Residencia:
municipio _____ barrio _____

Uso del servicio

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

6. ¿Cuánto tiempo lleva participando en los Torneos organizados por la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1.Menos de un año
- 2.Entre uno y dos años
- 3.Entre tres y cinco años
- 4.Entre cinco y diez años
- 5.Más de diez años

7. ¿Con qué frecuencia asiste a la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1.Una vez a la semana
- 2.Una vez al mes
- 3.Una vez por semestre
- 4.Una vez al año



Importancia de atributos

A la hora de utilizar el servicio de los torneos organizados por la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, que valor de importancia le da usted a los siguientes atributos.

Por favor, valora los siguientes atributos, marca, en la escala, con una X siendo:

1= no importante

2= poco importante

3= importante

4= muy importante

IMPORTANCIA

	1	2	3	4
8. Con respecto a la Calidad de las canchas de competencia de los Torneos.				
9. Con respecto a los reglamentos de juegos de los torneos.				
10. Con respecto a los sistemas de juegos de los torneos.				
11. Con respecto al servicio de juzgamiento de los torneos.				
12. Con respecto a la información (boletines, programaciones, resoluciones, pagina Web) de los torneos.				
13. Con respecto a la premiación de los Torneos.				
14. Con el proceso de ingreso a los torneos organizados por la LIGA DE FUTBOL DE ANTIOQUIA.				
15. Con respecto al nivel de conocimientos de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.				
16. Con respecto a la atención brindada a las necesidades por parte de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.				
17. Con respecto al trato de los empleados de la Liga de Fútbol de Antioquia con los clientes.				
18. Con respecto al cumplimiento de las expectativas de iniciación, formación y competencia en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.				
19. Con respecto al cumplimiento de las expectativas frente a la calidad del servicio que esperaba en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.				
20. Con respecto a la calidad de los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL en comparación con los de otras Instituciones.				
21. Con la relación calidad y costo.				
22. Con respecto a los procesos de capacitación.				



Satisfacción atributos

Después de utilizar el servicio de los torneos organizados por la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, que valor de satisfacción le da usted a los siguientes atributos.

Por favor, valora los siguientes atributos, marca, en la escala, con una X siendo:

1= muy insatisfecho

2= insatisfecho

3= satisfecho

4= muy satisfecho

SATISFACCION

23. Con respecto a la Calidad de las canchas de competencia de los Torneos.	1	2	3	4
24. Con respecto a los reglamentos de juegos de los torneos.	1	2	3	4
25. Con respecto a los sistemas de juegos de los torneos.	1	2	3	4
26. Con respecto al servicio de juzgamiento de los torneos.	1	2	3	4
27. Con respecto a la información (boletines, programaciones, resoluciones, pagina Web) de los torneos.	1	2	3	4
28. Con respecto a la premiación de los Torneos.	1	2	3	4
29. Con el proceso de ingreso a los torneos organizados por la LIGA DE FUTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
30. Con respecto al nivel de conocimientos de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.	1	2	3	4
31. Con respecto a la atención brindada a las necesidades por parte de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.	1	2	3	4
32. Con respecto al trato de los empleados de la Liga de Fútbol de Antioquia con los clientes.	1	2	3	4
33. Con respecto al cumplimiento de las expectativas de iniciación, formación y competencia en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.	1	2	3	4
34. Con respecto al cumplimiento de las expectativas frente a la calidad del servicio que esperaba en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.	1	2	3	4
35. Con respecto a la calidad de los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL en comparación con los de otras Instituciones.	1	2	3	4
36. Con la relación calidad y costo.	1	2	3	4
37. Con respecto a los procesos de capacitación.	1	2	3	4



Satisfacción general

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

38. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1. Muy insatisfecho
- 2. Insatisfecho
- 3. Satisfecho
- 4. Muy satisfecho

Intención de uso, recomendación y sugerencias.

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

39. ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de participar de los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1. Sí
- 2. No

40. ¿Se resolvieron esos problemas de forma satisfactoria para usted?

- 1. Sí, fueron resueltos por los empleados LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL
- 2. Sí, fueron resueltos por alguien de fuera de la empresa
- 3. No
- 4. No hubo ningún problema

41. ¿Participaría usted en los torneos de la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA de nuevo?

- 1. Seguro que no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Seguro que sí

42. ¿Ha recomendado usted los torneos de la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Sí
- 2. No

43. ¿Recomendaría usted los torneos de la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Completamente no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Completamente sí



44. Conoce usted los otros servicios o programas (escuela y selecciones) ofrecidos por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1.Si
- 2.No

45. Basándose en su propia experiencia con los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL, ¿buscaría usted a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL para utilizar otros servicios?

- 1.Si
- 2.No

46. ¿Hay alguna cosa que le gustaría decirle a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL sobre los torneos que no le hayamos preguntado en esta encuesta? Si es así, por favor, díganos de que se trata:

La encuesta ha concluido, muchas **GRACIAS** por su colaboración.

LIGA ANTIOQUEÑA DE FUTBOL



Liga Antioqueña
de Fútbol

GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS DIRECTIVOS PARTICIPANTES EN LOS TORNEOS ORGANIZADOS POR LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA

Ayúdenos a mejorar. Por favor dedique unos momentos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para fortalecer nuestro servicio, Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación "SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA CON RESPECTO A LOS PROGRAMAS O SERVICIOS" llevada a cabo por LA LIGA

Información de tipo personal.

1. Sexo: 1.Masculino 2.Femenino
2. Edad _____
3. Grado de Escolaridad _____
4. Estrato _____
5. Residencia:
municipio _____ barrio _____

Uso del servicio

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

6. ¿Cuánto tiempo lleva participando en los Torneos organizados por la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1.Menos de un año
- 2.Entre uno y dos años
- 3.Entre tres y cinco años
- 4.Entre cinco y diez años
- 5.Más de diez años

7. ¿Con qué frecuencia asiste a la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1.Una vez a la semana
- 2.Una vez al mes
- 3.Una vez por semestre
- 4.Una vez al año



Liga Antioqueña
de Fútbol

Importancia de atributos

A la hora de utilizar el servicio de los torneos organizados por la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, que valor de importancia le da usted a los siguientes atributos.

Por favor, valora los siguientes atributos, marca, en la escala, con una X siendo:

1= no importante

2= poco importante

3= importante

4= muy importante

IMPORTANCIA

	1	2	3	4
8. Con respecto a la Calidad de las canchas de competencia de los Torneos.				
9. Con respecto a los reglamentos de juegos de los torneos.				
10. Con respecto a los sistemas de juegos de los torneos.				
11. Con respecto al servicio de juzgamiento de los torneos.				
12. Con respecto a la información (boletines, programaciones, resoluciones, pagina Web) de los torneos.				
13. Con respecto a la premiación de los Torneos.				
14. Con el proceso de ingreso a los torneos organizados por la LIGA DE FUTBOL DE ANTIOQUIA.				
15. Con respecto al nivel de conocimientos de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.				
16. Con respecto a la atención brindada a las necesidades por parte de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.				
17. Con respecto al trato de los empleados de la Liga de Fútbol de Antioquia con los clientes.				
18. Con respecto al cumplimiento de las expectativas de iniciación, formación y competencia en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.				
19. Con respecto al cumplimiento de las expectativas frente a la calidad del servicio que esperaba en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.				
20. Con respecto a la calidad de los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL en comparación con los de otras Instituciones.				
21. Con la relación calidad y costo.				



Satisfacción atributos

Después de utilizar el servicio de los torneos organizados por la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, que valor de satisfacción le da usted a los siguientes atributos.

Por favor, valora los siguientes atributos, marca, en la escala, con una X siendo:

1= muy insatisfecho

2= insatisfecho

3= satisfecho

4= muy satisfecho

SATISFACCION

22. Con respecto a la Calidad de las canchas de competencia de los Torneos.	1	2	3	4
23. Con respecto a los reglamentos de juegos de los torneos.	1	2	3	4
24. Con respecto a los sistemas de juegos de los torneos.	1	2	3	4
25. Con respecto al servicio de juzgamiento de los torneos.	1	2	3	4
26. Con respecto a la información (boletines, programaciones, resoluciones, pagina Web) de los torneos.	1	2	3	4
27. Con respecto a la premiación de los Torneos.	1	2	3	4
28. Con el proceso de ingreso a los torneos organizados por la LIGA DE FUTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
29. Con respecto al nivel de conocimientos de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.	1	2	3	4
30. Con respecto a la atención brindada a las necesidades por parte de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de organizar los Torneos.	1	2	3	4
31. Con respecto al trato de los empleados de la Liga de Fútbol de Antioquia con los clientes.	1	2	3	4
32. Con respecto al cumplimiento de las expectativas de iniciación, formación y competencia en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.	1	2	3	4
33. Con respecto al cumplimiento de las expectativas frente a la calidad del servicio que esperaba en los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL.	1	2	3	4
34. Con respecto a la calidad de los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL en comparación con los de otras Instituciones.	1	2	3	4
35. Con la relación calidad y costo.	1	2	3	4



Satisfacción general

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

36. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1. Muy insatisfecho
- 2. Insatisfecho
- 3. Satisfecho
- 4. Muy satisfecho

Intención de uso, recomendación y sugerencias.

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

37. ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de participar de los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1. Sí
- 2. No

38. ¿Se resolvieron esos problemas de forma satisfactoria para usted?

- 1. Sí, fueron resueltos por los empleados LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL
- 2. Sí, fueron resueltos por alguien de fuera de la empresa
- 3. No
- 4. No hubo ningún problema

39. ¿Participaría usted en los torneos de la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA de nuevo?

- 1. Seguro que no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Seguro que sí

40. ¿Ha recomendado usted los torneos de la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Sí
- 2. No

41. ¿Recomendaría usted los torneos de la LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Completamente no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Completamente sí



42. Conoce usted los otros servicios o programas (escuela y selecciones) ofrecidos por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1.Si
- 2.No

43. Basándose en su propia experiencia con los torneos organizados por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL, ¿buscaría usted a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL para utilizar otros servicios?

- 1.Si
- 2.No

44. ¿Hay alguna cosa que le gustaría decirle a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL sobre los torneos que no le hayamos preguntado en esta encuesta? Si es así, por favor, díganos de que se trata:

La encuesta ha concluido, muchas **GRACIAS** por su colaboración.

LIGA ANTIOQUEÑA DE FUTBOL



Liga Antioqueña
de Fútbol

GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS DEPORTISTAS DE LOS SELECCIONADOS DE LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA

Ayúdenos a mejorar. Por favor dedique unos momentos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para fortalecer nuestro servicio, Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación "SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA LIGA DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA CON RESPECTO A LOS PROGRAMAS O SERVICIOS" llevada a cabo por LA LIGA

Información de tipo personal.

1. Sexo: __Masculino __Femenino
2. Edad _____
3. Grado de Escolaridad _____
4. Estrato _____
5. Residencia:
municipio _____ barrio _____
6. Selección: _____

Uso del servicio

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

7. ¿Cuánto tiempo llevas en los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Menos de un mes
- 2. Entre uno y seis meses
- 3. Entre seis meses y un año
- 4. Entre uno y tres años
- 5. Más de tres años

8. ¿Con qué frecuencia asistes a los entrenamientos con los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Una vez a la semana
- 2. Dos veces a la semana
- 3. Tres veces a la semana
- 4. Cuatro o más veces a la semana



Satisfacción atributos

Teniendo en cuenta su experiencia más reciente con los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, por favor, valora los siguientes atributos, marca, en la escala, con una X siendo:

1= muy insatisfecho

2= insatisfecho

3= satisfecho

4= muy satisfecho

SATISFACCION

9. Con respecto a la Calidad de las canchas de entrenamiento.	1	2	3	4
10. Con respecto a los implementos deportivos (balones, conos, petos y otros).	1	2	3	4
11. Con respecto a los uniformes de entrenamiento y competencia.	1	2	3	4
12. Con respecto a los sitios de hospedaje durante la concentración.	1	2	3	4
13. Con respecto a la alimentación durante las concentraciones.	1	2	3	4
14. Con respecto al transporte en que viajan los seleccionados.	1	2	3	4
15. Con respecto al contenido de los entrenamientos impartidas por el cuerpo técnico de los seleccionados.	1	2	3	4
16. Con respecto a los conceptos técnicos, tácticos y estratégicos impartidos por el cuerpo técnico de los seleccionados.	1	2	3	4
17. Con respecto a la preparación Física impartida por el cuerpo técnico de los seleccionados.	1	2	3	4
18. Con respecto al nivel de conocimientos de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
19. Con respecto al trato de los miembros del Cuerpo técnico con los deportistas de los seleccionados.	1	2	3	4
20. Con respecto a la atención brindada de mis necesidades por parte de los empleados de LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL encargados de los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
21. Con respecto al cumplimiento de las expectativas de formación y competencia en los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
22. Con respecto a los procesos de Ingreso a los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4
23. Con respecto a la calidad de los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA en comparación con otras Instituciones.	1	2	3	4
24. Con respecto al cumplimiento de las expectativas frente a la calidad del servicio que esperaba en los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA.	1	2	3	4



Liga Antioqueña
de Fútbol

Satisfacción general

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

25. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Muy insatisfecho
- 2. Insatisfecho
- 3. Satisfecho
- 4. Muy satisfecho

Intención de uso, recomendación y sugerencias

(Por favor señale con una X la opción que usted considere correcta)

26. ¿Ha tenido usted algún problema a la hora participar con los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA?

- 1. Sí
- 2. No

27. ¿Se resolvieron esos problemas de forma satisfactoria para usted?

- 1. Sí, fueron resueltos por los empleados LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL
- 2. Sí, fueron resueltos por alguien de fuera de la empresa
- 3. No
- 4. No hubo ningún problema

28. ¿Participaría usted con los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA de nuevo?

- 1. Seguro que no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Seguro que sí

29. ¿Ha recomendado usted los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Sí
- 2. No

30. ¿Recomendaría usted los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA a otras personas?

- 1. Completamente no
- 2. Probablemente no
- 3. Probablemente sí
- 4. Completamente sí



Liga Antioqueña
de Fútbol

31. Conoce usted los otros servicios o programas (escuela y Torneos) ofrecidos por LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL?

- 1.Si
- 2.No

32. Basándose en su propia experiencia con los SELECCIONADOS DE FÚTBOL DE ANTIOQUIA, ¿buscaría usted a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL para utilizar otros servicios?

- 1.Si
- 2.No

33. ¿Hay alguna cosa que le gustaría decirle a LA LIGA ANTIOQUEÑA DE FÚTBOL sobre los torneos que no le hayamos preguntado en esta encuesta? Si es así, por favor, díganos de que se trata:

La encuesta ha concluido, muchas **GRACIAS** por su colaboración.

LIGA ANTIOQUEÑA DE FUTBOL