



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EN MERCADOTECNIA**

**AUTOR: JULIO CÉSAR TORRES VARELA**

**TEMA: APLICACIÓN DEL MODELO SERVQUAL EN LOS  
CENTROS ACTIVOS DEL MINISTERIO DEL DEPORTE EN EL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

**DIRECTOR: ING. FARID MANTILLA**

**CODIRECTOR: ING. VICTOR HUGO PACHACAMA**

**Sangolquí, Junio 2015**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE

INGENIERIA EN MERCADOTECNIA

**CERTIFICADO**

ING. FARID MANTILLA (Director)  
ING. VICTOR HUGO PACHACAMA (Codirector)

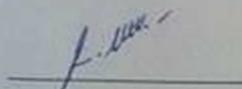
**CERTIFICAN**

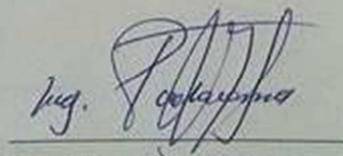
Que el trabajo titulado "**Aplicación del Modelo SERVQUAL en Los Centros Activos Del Ministerio Del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito**" realizado por Julio César Torres Varela, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

Debido a que la tesis contiene las características de complejidad y extensión que el tema amerita, se recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de 1 documento empastado y 1 disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Julio César Torres Varela que lo entregue al Ing. Marco Soasti, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, Junio del 2015.

  
Ing. Farid Mantilla  
DIRECTOR

  
Ing. Victor Hugo Pachacama  
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE  
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

JULIO CÉSAR TORRES VARELA

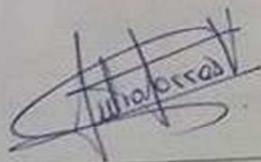
DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “**Aplicación del Modelo SERVQUAL en Los Centros Activos Del Ministerio Del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito**” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Junio del 2015



Sr. Julio César Torres Varela

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE

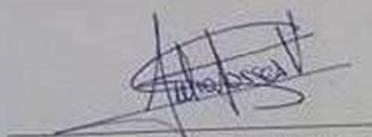
INGENIERIA EN MERCADOTECNIA

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Julio César Torres Varela

Autorizo a la Universidad de la Fuerzas Armadas, la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo **“Aplicación del Modelo SERVQUAL en Los Centros Activos Del Ministerio Del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Junio del 2015.



Sr. Julio César Torres Varela

## **DEDICATORIA**

*Dedico este trabajo a mi familia que ha sido un pilar fundamental durante toda mi vida académica.*

*A mi madre Ana Grace, una mujer luchadora y abnegada que con paciencia y amor supo estar en cada momento en el que la necesitaba.*

*A mi padre Julio César quien supo incentivar cada día con valor y tenacidad para conseguir mis metas. Eres fortaleza en mi vida que cada día me contagia para no descansar hasta ver mis sueños cumplidos.*

*A mis hermanos Fernando y Alex quienes siempre tuvieron las palabras exactas para fortalecer mi espíritu cuando se encontraba débil.*

*Además quiero agradecer a una persona muy especial, Erika que con su amor me motivo durante el camino a conseguir esta meta tan anhelada.*

*Julio César*

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios quien me lo ha dado todo. No podría sentir mayor agradecimiento por tan buenas personas que ha puesto en mi camino y las bendiciones que ha derramado sobre mi vida y mi familia.*

*A mis buenos maestros que tuve el privilegio de conocer durante mi carrera universitaria.*

*A mis guías en éste proceso, Ing. Farid Mantilla y el Ing. Victor Hugo Pachacama quienes han sabido motivar mi necesidad de búsqueda de la verdad.*

*A los funcionarios y administrativos de los Centros Activos del Ministerio del Deporte que han puesto su granito de arena para que esta investigación pueda llevarse a cabo.*

*Julio César*

## **INDICE DE CONTENIDOS**

CAPITULO I .....	1
1.1 Antecedentes .....	1
1.2 Visión “Ministerio del Deporte” .....	4
1.3 Misión “Ministerio del Deporte” .....	4
1.4 Problemática del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito .....	5
1.5 Estructura Orgánica.....	9
CAPITULO II .....	10
2.1 Datos relevantes del estudio.....	10
2.2 Teorías de soporte .....	15
CAPITULO III .....	23
3.1 Problema.....	23
3.1.1 Necesidades.....	23
3.1.2 Justificación .....	23
3.1.3 Propósito .....	24
3.1.4 Definición del Problema .....	25
3.1.5 Objetivos .....	26
3.1.6 Hipótesis .....	26
3.1.7 Ética del Investigador .....	27
3.2 Fase Metodológica .....	27
3.2.1 Tipo de Investigación.....	27
3.2.2 Técnicas de Muestreo .....	28
3.2.3 Fuentes de Información.....	28
3.2.4 Matriz de Planteamiento del Cuestionario .....	30
3.2.5 Diseño del formulario de recolección de datos.....	35
3.2.6 Prueba Piloto.....	37
3.2.7 Encuesta Final .....	39
3.2.8 Determinación de la Población y Muestra .....	42
3.2.9 Ubicación en el Mapa de los Centros Activos del Distrito Metropolitano De Quito .....	44
3.2.10 Calculo de la Población por Administraciones Zonales de 15 A 55 años .....	44
3.3 Fase de Análisis.....	47

3.3.1	Análisis Univariado .....	47
3.3.2	Análisis Bivariado.....	57
3.3.7	Análisis de las Brechas SERVQUAL por ítem.....	65
3.3.8	Matriz QFD (Quality Function Deployment) .....	119
CAPITULO IV .....		125
4.1.	Informe de Objetivos.....	125
4.2.	Informe de Hipótesis .....	127
4.3.	Conclusiones .....	129
4.4	Recomendaciones.....	130
Bibliografía .....		131

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles Disciplina “Futbol” Fuente: Ministerio del Deporte.....	10
Tabla 2: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles Disciplina “Baloncesto" Fuente: Ministerio del Deporte.....	11
Tabla 3: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles Disciplina “Atletismo” .....	12
Tabla 4: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles en Medallas de Oro Fuente: Ministerio del Deporte.....	13
Tabla 5: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles en Medallas de Plata Fuente: Ministerio del Deporte.....	13
Tabla 6: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles en Medallas de Bronce Fuente: Ministerio del Deporte.....	14
Tabla 7: Dimensiones del Modelo Servqual Fuente: Zeithaml, Valarie A. Parasuraman, A y Berry, Leonard L. 2007.....	20
Tabla 8: Escala de Medición Servqual.....	21
Tabla 9: Fuentes de Información Primaria.....	28
Tabla 10: Fuentes de Información Secundaria.....	29
Tabla 11: Matriz de Planteamiento del Cuestionario.....	34
Tabla 12: Diseño de formulario de recolección de datos.....	37
Tabla 13: Encuesta Piloto .....	38
Tabla 14: Encuesta Final.....	41
Tabla 15: Segmentación de la población .....	42
Tabla 16: Número de habitantes por cantón y segmento .....	42
Tabla 17: Cálculo del segmento.....	45
Tabla 18: Asignación de Zonas.....	45
Tabla 19: Fijación proporcional.....	46
Tabla 20: Edad por Porcentajes .....	47
Tabla 21: Género por Porcentajes.....	48
Tabla 22: Estado Civil por Porcentajes.....	50
Tabla 23: Nivel de Educación por Porcentajes .....	51
Tabla 24: Ingresos por Rangos .....	53
Tabla 25: Frecuencia de Uso por Semana.....	54
Tabla 26: Servicios Utilizados .....	56
Tabla 27: Anova Ingresos .....	58
Tabla 28: Anova Género .....	59
Tabla 29: Tabla de Contingencia Género y Frecuencia de Uso Semanal.....	60
Tabla 30: Tabla de Correlación Edad, Estado Civil e Ingresos .....	62
Tabla 31: Tabla Chi Cuadrado.....	63
Tabla 32: Brecha de la Apariencia de los Equipos .....	65
Tabla 33: Brecha del Atractivo de las Instalaciones.....	67
Tabla 34: Brecha de la Limpieza .....	68
Tabla 35: Brecha del Atractivo de las Áreas verdes y Piletas .....	70
Tabla 36: Brecha del Cumplimiento de Promesas de los Empleados.....	71
Tabla 37: Brecha del Interés de los empleados en solucionar problemas.....	73
Tabla 38: Brecha de la Eficacia (realiza el servicio correcto a la primera) .....	74

Tabla 39: Brecha del Tiempo de Cumplimiento del Trabajo .....	76
Tabla 40: Brecha de la Eficiencia de los Servicios (exento de errores).....	77
Tabla 41: Brecha del Nivel de Comunicación que tiene con los Empleados. ....	79
Tabla 42: Brecha de la Velocidad del Servicio.....	80
Tabla 43: Brecha del Nivel de Disponibilidad de la Atención. ....	82
Tabla 44: Brecha de si se Informa cuándo serán Desempeñados los Servicios.....	83
Tabla 45: Brecha de la Confianza que brinda el Comportamiento de los Empleados.....	85
Tabla 46: Brecha del Nivel de Seguridad que siente con la Inversión que realiza el Estado ..	86
Tabla 47: Brecha del Nivel de Amabilidad que muestran los Empleados.....	88
Tabla 48: Brecha del Grado de Conocimiento de los Empleados para resolver Inquietudes. .	89
Tabla 49: Brecha de la Atención Individualizada que existe (instructor, entrenador).....	91
Tabla 50: Brecha de la Conveniencia de Horarios de Atención .....	92
Tabla 51: Brecha del Cumplimiento de las Necesidades Deportivas en el Centro Activo.....	94
Tabla 52: Brecha del Grado de Preocupación que tienen los Empleados con sus Intereses. .	95
Tabla 53: Brecha del Nivel en que los Empleados comprenden sus Necesidades Específicas. .....	97
Tabla 54: Media de las Expectativas y Percepciones. ....	102
Tabla 55: Media de las Brechas por ítem.....	104
Tabla 56: Análisis por Ítems .....	116
Tabla 57: Resumen de Ítems con Insatisfacción.....	118
Tabla 58: Matriz QFD de Estrategias .....	124
Tabla 59: Cumplimiento de Objetivos .....	126

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Sobrepeso y Obesidad Fuente: ENSANUT.....	7
Ilustración 2: Organigrama Ministerio del Deporte.....	9
Ilustración 3: Diagrama de Ishikawa .....	25
Ilustración 4: Pregunta Filtro .....	38
Ilustración 5: Centros Activos del DMQ .....	44
Ilustración 6: Rangos de Edad .....	47
Ilustración 7: Género de los Usuarios .....	49
Ilustración 8: Estado Civil de los Usuarios.....	50
Ilustración 9: Nivel de Educación de los Usuarios .....	52
Ilustración 10: Ingresos por Rangos .....	53
Ilustración 11: Frecuencia de Uso por Semana.....	55
Ilustración 12: Servicios más Utilizados por Porcentaje .....	56
Ilustración 13: Anova Ingresos .....	58
Ilustración 14: Anova Género.....	59
Ilustración 15: Contingencia Género y Frecuencia de Uso Semanal.....	61
Ilustración 16: Correlación Edad y Estado Civil .....	62
Ilustración 17: Chi Cuadrado .....	64

Ilustración 18: Brecha de la Apariencia de equipos por Porcentaje .....	66
Ilustración 19: Brecha del Atractivo Físico de las Instalaciones por Porcentaje.....	67
Ilustración 20: Brecha de la Limpieza por Porcentaje .....	69
Ilustración 21: Brecha del Atractivo de las Áreas Verdes y Piletas por Porcentaje .....	70
Ilustración 22: Brecha del Cumplimiento de Promesas por Porcentaje.....	72
Ilustración 23: Brecha del Interés de los Empleados en Solucionar Problemas por Porcentaje .....	73
Ilustración 24: Brecha de la Eficacia (servicio correcto a la primera) por Porcentaje .....	75
Ilustración 25: Brecha del Tiempo de Cumplimiento del Trabajo por Porcentaje .....	76
Ilustración 26: Brecha de la Eficiencia de los Servicios por Porcentaje.....	78
Ilustración 27: Brecha del Nivel de Comunicación por Porcentaje.....	79
Ilustración 28: Brecha de la Velocidad del Servicio por Porcentaje .....	81
Ilustración 29: Brecha del Nivel de Disponibilidad de Atención por Porcentaje .....	82
Ilustración 30: Brecha si se Informa cuando serán Desempeñados los Servicios por Porcentaje .....	84
Ilustración 31: Brecha de la Confianza que brinda el Comportamiento de los Empleados.....	85
Ilustración 32: Brecha de la Seguridad que siente con la Inversión que realiza el Estado .....	87
Ilustración 33: Brecha del Nivel de Amabilidad de los Empleados por Porcentaje .....	88
Ilustración 34: Brecha del grado de Conocimiento de los Empleados para resolver Inquietudes.....	90
Ilustración 35: Brecha de la Atención Individualizada existente por Porcentaje .....	91
Ilustración 36: Brecha de la Conveniencia de Horarios de Atención por Porcentaje .....	93
Ilustración 37: Brecha del Cumplimiento de las Necesidades Deportivas en el Centro Activo .....	94
Ilustración 38: Brecha del Grado de Preocupación que tienen los Empleados con sus Intereses .....	96
Ilustración 39: Brecha del Nivel en que los Empleados comprenden sus Necesidades Específicas .....	97
Ilustración 40: Expectativa por Dimensiones .....	106
Ilustración 41: Percepción por Dimensiones .....	107
Ilustración 42: Brecha existente por Dimensiones.....	108
Ilustración 43: Comparativo entre Expectativas y Percepciones.....	109
Ilustración 44: Posicionamiento de Dimensiones en los Cuadrantes.....	110
Ilustración 45: Resumen por Dimensiones .....	111

## RESUMEN

Siempre el evaluar la satisfacción de un servicio presenta un alto grado de dificultad al buscar evaluar la percepción que tienen los usuarios. El modelo SERVQUAL creado por Parasuman, Zeithmal y Berry (1985, 1988) es un instrumento de medición de la satisfacción del servicio con un alto nivel de fiabilidad. El modelo busca encontrar la diferencia entre las percepciones de los usuarios y las expectativas que estos se han formado previamente. El modelo SERVQUAL fue aplicado a los Centros Activos del Ministerio del Deporte ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito con el objetivo de determinar la satisfacción real de sus clientes y establecer estrategias para la eliminación de errores en el servicio.

La investigación llevo a conocer resultados de insatisfacción general del 31,81%. Este dato analizado por ítems entrego información clara acerca de los mayores deficiencias en cuanto a satisfacción del usuario se refiere. En cuanto a las dimensiones de la calidad encontramos que los Elementos Tangibles tienen una insatisfacción del 42,4%, la dimensión de Fiabilidad con un 27,6%, Capacidad de Respuesta con un 30,4%, Seguridad con un 27,5%, Empatía con un 31,3%. Lo cual nos indica que la dimensión con mayores índices de insatisfacción es referente a los Elementos Tangibles.

Como conclusiones se logró determinar la brecha existente entre percepción y expectativa, la misma que muestra a través de una cifra negativa la insatisfacción, en donde todas las dimensiones poseen un nivel alto de insatisfacción. Siendo que Tangibilidad es la dimensión que más alta brecha de insatisfacción posee.

#### **PALABRAS CLAVE**

- **MODELO SERVQUAL**
- **CENTRO ACTIVO**
- **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**
- **DEPORTE**
- **MINISTERIO DEL DEPORTE**

#### **SUMMARY**

Always evaluate service satisfaction has a high degree of difficulty when looking for assessing the perception of users. The SERVQUAL model created by Parasuman, Zeithmal and Berry (1985, 1988) is an instrument for measuring service satisfaction with a high level of reliability. The model seeks to find the difference between user perceptions and expectations that they have been previously formed. The SERVQUAL model was applied to the active centers of the Sports Ministry located in the Metropolitan District of Quito in order to determine actual customer satisfaction and establish strategies for the elimination of errors in the services.

The research results led to meet general dissatisfaction 31.81%. This data analyzed by items give clear information about the major deficiencies in terms of user satisfaction. In the dimensions of quality the tangible items have a dissatisfaction of 42.4%, with the dimension of Reliability 27.6%, Responsiveness with 30.4%, Security 27.5%, and Empathy with 31.3%. Which indicates the dimension with the highest levels of dissatisfaction is related to tangible items.

In conclusion it was determined the gap between perception and expectation, showing itself through a negative figure dissatisfaction, where all dimensions have a level of dissatisfaction. Since tangibility is the highest gap dimension of dissatisfaction has. Besides positioning within the quadrants of the dimensions we find that the reliability dimension is one of the strengths of the active centers and unlike this are the dimensions of tangibility as an opportunity for improvement

#### KEYWORDS

- **SERVQUAL MODEL**
- **ACTIVE CENTER**
- **MARKET RESEARCH**
- **SPORT**
- **THE SPORTS MINISTRY**

# CAPITULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 Antecedentes

#### Ministerio del Deporte

Este ministerio nace con el propósito de promover el deporte en los diferentes sectores del país, además de que entre sus objetivos se encuentra mejorar la calidad de vida de las personas fomentando el deporte, e impulsar el desarrollo del deporte de nivel profesional buscando jóvenes promesas en las diferentes disciplinas a través de los Centros Activos del Ministerio del Deporte

Ministerio del Deporte en su ámbito también colabora con espacios públicos donde la sociedad pueda interactuar y hacer actividades de esparcimiento, ya que cuenta con un total de 6 Centros Activos de Propiedad del Pueblo, 5 en Quito y 1 en Cuenca, los mismos que se incrementarán en el futuro en varias ciudades del país.

El Ministerio del Deporte demuestra su compromiso con el pueblo ecuatoriano por medio del fomento de la práctica deportiva, dando las herramientas necesarias a la comunidad para mejorar su calidad de vida, y buscando un Ecuador libre de sedentarismo.

“Estos Centros nacen gracias al Decreto Presidencial promulgado por nuestro mandatario, el Economista Rafael Correa Delgado, que obligó a las empresas e instituciones públicas a entregar sus sedes sociales para el beneficio de toda la comunidad. Para los mismos, el Ministerio del Deporte invierte un total de 642.000 dólares para su operación, e invertirá 20 millones para realizar las reformas y adecuaciones necesarias para el beneficio de la comunidad que asiste en un promedio 33.500 personas cada mes. Próximamente se incrementarán 6 Centros más, los cuales están en proceso de adjudicación, en Guayaquil, Quito y Chimborazo” (Ministerio del Deporte, 2015)

En 2010 se abrieron las puertas del primer centro en Quito y hasta la fecha ya son seis los que se encuentran a disposición de la ciudadanía, de manera gratuita.

- Centro Activo 1: ubicado en las calles El Universo y El Sol, cuenta con: cinco canchas de fútbol, gimnasio, tres canchas de ecuavoley, piscina semiolímpica, pista atlética, piscina para niños, tres canchas de tenis, coliseo polideportivo, dos canchas de squash, cancha de baloncesto y dos paredones.
- Centro Activo 2: ubicado en la calle Ñaquito 34-774 y José Padilla, este centro tiene: una cancha de fútbol natural y dos canchas de ecuavoley.
- Centro Activo 3: localizado en la parroquia de Cumbayá, calle León Febres Cordero junto al Colegio SEK. Aquí encuentra: una cancha de fútbol, una cancha de indor, cancha de ecuavoley, cancha de tenis, cancha de baloncesto y un paredón.
- Centro Activo 5: ubicado en el Valle de los Chillos, parroquia Alangasí. Es uno de los centros que más afluencia tuvo en 2014. Cuenta con: dos canchas de indor, tres canchas de voleibol, piscina semiolímpica, piscina para niños, dos canchas de baloncesto y un gimnasio.
- Centro Activo 6: se encuentra en la parroquia Cochapamba, barrio San Carlos, en las calles San Martín Ochoa de Jáuregui y Melchor de Valdez. Este centro posee: dos canchas de fútbol, una piscina recreativa, una piscina para niños, un paredón, tres canchas de ecuavoley y tres canchas de tenis.
- Centro Activo 8: También llamado Angamarca, este se ubica en la Calle Juan de Dios Tipan y Gaspar de Villaroel, en la Vía al Tingo del Valle de los Chillos. Este centro posee dos canchas de fútbol, 1 cancha de voleibol, y una cancha de baloncesto.
- Centro Activo 9: Este se ubica en la Av. General Enriquez a 200 metros del San Luis. Este Centro posee dos canchas de tenis, un gimnasio, dos canchas de baloncesto, dos piscinas y cuartos húmedos.

Los centros atienden de lunes a viernes de 06h00 a 22h00; mientras que feriados, sábados y domingos abren de 07h00 a 20h00. Además se debe destacar que el presente estudio comprenderá únicamente el Distrito Metropolitano de Quito, para lo cual existen varios Centros Activos que no son mencionados por que geográficamente no representan parte de la presente investigación. También se debe mencionar que los Centros Activos han sido nombrados según sus fechas de adjudicación, es por ello que se encuentran números de manera que sean más fácilmente reconocidos.

## **Concentración Deportiva de Pichincha**

Como resultado del crecimiento de la actividad física en Pichincha, se fueron formando nuevos clubes y academias como: Deportivo Quito, Sociedad Deportiva Gladiador, Universitario, Colegio Mejía, Centro Deportivo Latino, Titán, Sport Club Benalcázar, Academia de Box Quito, Sport Club Juan Montalvo, Sud América, Internacional, Sport Club Nacional, Independiente, Primero de Mayo, etc.

Cada uno de los clubes agrupaba entre treinta y doscientos deportistas que participaban en distintas disciplinas deportivas, constituyendo un verdadero movimiento social-deportivo. Sin embargo, ese movimiento estaba marcado por la dispersión, y la falta de una coordinación permanente entre los clubes y los torneos que debían organizarse. Era evidente que el deporte requería de una mejor organización.

Conscientes de esa situación, dirigentes de clubes y academias deportivas, multiplicaron contactos y reuniones para dialogar sobre la necesidad de contar con una instancia rectora y organizativa, que permita dirigir y coordinar las acciones del deporte provincial. Es así como luego de varias reuniones de trabajo, decidieron conformar la Concentración Deportiva del Pichincha; la misma que fue fundada el día 3 de febrero de 1924, con el nombre de Liga deportiva de Pichincha.

### **Los Fundadores**

La reunión de fundación de la Liga Deportiva de Pichincha se realizó en el local del Club Gladiador, a las 15:30, del 3 de febrero 1924, con la presencia de los siguientes delegados de los clubes y academias.

- Mayor. Rafael de la torre del Club Deportivo Quito.
- Sr. Ernesto Paladines de Sociedad Deportiva Gladiador.
- Dr. Carlos Andrade Marín del Club Universitario.
- Dr. Julio Aráuz del Colegio Mejía.
- Sr. Francisco Naranjo del Centro Deportivo Latino.
- Sr. Luis Terán del Club Titán.
- Sr. José María Plaza, por el Sport Club Benalcázar.
- Sr. Ezequiel Ortiz de la Academia de Box Quito.

- Sr. Abel Carrión del Sport Club Juan Montalvo.
- Sr. Juan Herrera del Club Sud América.
- Sr. Luis Chiriboga del Club Internacional.
- Sr. Carlos Murgueitio del Sport Club Nacional.
- Sr. Alfonso Rodríguez del Club Independiente.
- Sr. José Coba del Club Primero de Mayo.

En esta asamblea se discuten y resuelven el estatuto y reglamento de la Liga, que en sus objetivos plantea: “Fundarse en Quito la Liga Deportiva de Pichincha con el objeto de intensificar el deporte en todos sus aspectos, por lo cual reunirá en su seno a todas las colectividades que practiquen algún deporte conocido o por conocerse, formadas dentro de la provincia de Pichincha”.

El 2 de septiembre de 1925 se cambia el nombre de Liga Deportiva de Pichincha por Federación Deportiva de Pichincha; y, el 20 de julio de 1939, en la asamblea del deporte provincial se resuelve llamarla CONCENTRACIÓN DEPORTIVA DE PICHINCHA. (Concentración Deportiva de Pichincha, 2015)

## **1.2 Visión “Ministerio del Deporte”**

Es una Institución líder en el campo de la cultura física y el movimiento; reguladora del deporte, la educación física y la recreación; comprometida con el desarrollo integral del ser humano, que cuente con una administración transparente que demuestre eficiencia y eficacia en las acciones.

## **1.3 Misión “Ministerio del Deporte”**

El Ministerio es el organismo rector de la Actividad Física y el Deporte que define las políticas, los objetivos y las estrategias del sector, como generador del buen vivir.

#### **1.4 Problemática del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito**

Conociendo de antemano acerca de la creciente tendencia mundial del cuidado de la Salud, y la importancia que esto tiene para la sociedad, el gobierno actual ha tomado parte en el desarrollo social y deportivo de las personas. Es por esa razón que dentro del Plan Nacional para el Buen Vivir existen varios objetivos con esta línea directriz, los cuales buscan guiar a la sociedad a crear hábitos y costumbres sanas, no solamente en el ámbito de la alimentación sino también buscar un mejor estilo de vida. Este estilo de vida más alto, debe priorizar la buena alimentación, seguida de ejercicio y tiempo de esparcimiento de calidad, no con el único objetivo de encontrarse saludable la persona sino de mejorar la relación con sus familiares y de mejorar en su relación con la sociedad, además de que se buscará prolongar la esperanza de vida.

Por consiguiente los Centros Activos adjudicados por el gobierno del Presidente Rafael Correa se han convertido en pieza fundamental del cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir respecto a Salud y Calidad de Vida se refiere. Por lo cual la razón de la presente tesis es administrar correctamente los servicios brindados por los Centros Activos, conociendo que son lugares a los cuales ingresa alta demanda de personas y en ocasiones también deportistas de elite, los cuales encuentran en las instalaciones del Ministerio del Deporte una oportunidad para mejorar sus habilidades y destrezas.

Se dice que lo que no se mide no se administra. Sin una medición, usted no puede estar seguro de si hay brechas en la calidad del servicio, mucho menos los tipos de brechas, en donde se ubican y cuales acciones correctivas potenciales deberían tomarse. Además, se requiere de una medición para determinar si las metas de mejora se cumplen después de implementar los cambios (Lovelock, 2004)

La correcta administración de los Centros Activos permitirá invertir de la mejor manera el presupuesto que el Estado brinda al Ministerio del Deporte. Además de que se buscará que los deportistas visualicen los Centros Activos como un lugar de preparación con el más alto nivel en calidad y servicio se refiere, para fomentar así una cultura deportiva. Uno de los factores imprescindibles en un centro deportivo de alto nivel es la necesidad permanentemente de tener personal capacitado en deportes específicos, además de personal capacitado en terapia física, de rehabilitación y de emergencias médicas.

Adicional a esto uno de los propósitos que debe tener mayor impacto es el de generar una conciencia acerca del tipo de vida que actualmente llevan las personas y de esa manera darle mayor importancia al ejercicio y a una correcta alimentación. Es decir se buscará que las personas que no han generado aun el ejercicio como un hábito puedan ser entrenadas y supervisadas para así empezar a practicar un deporte. Y este punto es muy válido ya que los Centros Activos son lugar de entrenamiento de cientos de Deportistas por día, ya que posee espacios para practicar diferentes disciplinas como el Fútbol, Baloncesto, Natación, Gimnasio, Squash, Tenis, Voleibol, Bailoterapia entre otros. Una de las metas de los Centros Activos debe estar centrada en atraer personas en búsqueda de mejorar su estilo de vida a través de una cultura deportiva; Es en este punto donde se necesitan personas preparadas para guiar y potencializar las habilidades ya existentes y fortalecer otras que pueden ser de gran ayuda en un determinado deporte.

Mucho se conoce acerca de los beneficios directos que tiene el ejercicio físico en la salud de las personas. Es por ello que en el mundo están cambiando los hábitos de las personas, hacia una cultura de buena alimentación. Además de la alimentación es importante destacar que esta debe ir acompañada de una rutina de ejercicio diario, que beneficiará en muchos aspectos a las personas. El beneficio directo más notorio es la pérdida de peso, razón por la cual se presentara a continuación datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición del Ecuador, para así conocer un poco más cuantitativamente acerca de los datos de obesidad en nuestro país.

Los resultados de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición revelan una realidad poco alentadora sobre nuestra manera de alimentarnos. El informe señala que 5'558.185 ecuatorianos de entre 19 y 59 años sufren de sobrepeso u obesidad. El problema también se repite en dos segmentos más de la población. Un 29,9% de menores de 5 a 11 años está con sobrepeso y el 26% de adolescentes entre 12 y 19 años también. (El Telégrafo, 2013)

La prevalencia nacional de delgadez en adultos es 1.3% y la prevalencia de sobrepeso y obesidad es 62.8%. La prevalencia de sobrepeso y obesidad es 5.5 pp mayor en las mujeres (65.5%) que en los hombres (60%), y el mayor índice se presenta en la cuarta y quinta décadas de vida, con prevalencias superiores a 73%.<sup>1</sup> (ENSANUT, 2011-2013)

---

<sup>1</sup> Tomado de la *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT)*

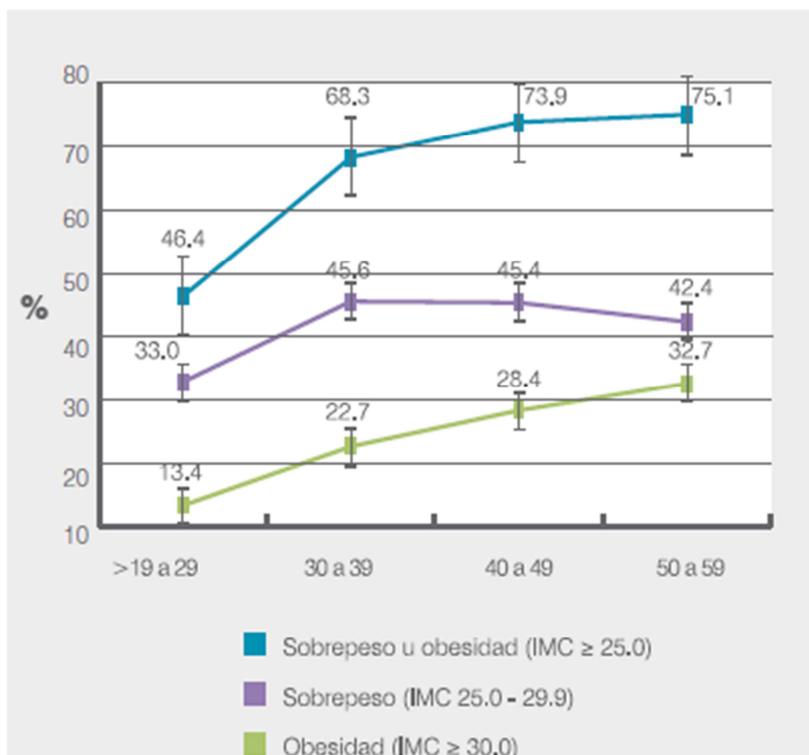


Ilustración 1: Sobrepeso y Obesidad

Fuente: ENSANUT

Estos datos nos dan una luz respecto a cómo se encuentra la población Ecuatoriana en su peso, y estos datos son influyentes en su salud debido a que muchas enfermedades están relacionadas con un peso excesivo en nuestro cuerpo, o también llamada obesidad.

Debido a la importancia que tiene la actividad física en la salud de las personas en el Ecuador se maneja un documento de planificación general denominado “Plan Nacional para el Buen Vivir” el mismo que está sustentado con 12 macro objetivos nacionales. Estos objetivos que se encuentran alineados en diferentes áreas donde el mejoramiento oportuno es necesario para el país.

Dentro del Plan Nacional para el Buen Vivir en el objetivo número 3, séptimo apartado se menciona acerca de Fomentar el tiempo dedicado al ocio activo y el uso del tiempo libre en actividades físicas, deportivas y otras que contribuyan a mejorar las condiciones físicas, intelectuales y sociales de la población. Además el objetivo número 4, apartado primero que

menciona acerca de Fortalecer la formación profesional de artistas y deportistas de alto nivel competitivo.<sup>2</sup>

Al conocer un poco más acerca de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir tenemos una perspectiva más amplia acerca del lineamiento futuro que busca el gobierno para el desarrollo del país. No únicamente un desarrollo económico, sino también un desarrollo social. Es por esta razón que los objetivos antes mencionados tienen un lineamiento hacia el deporte, razón por la cual el gobierno ha optado por crear los Centros Activos.

Cabe recalcar que en función de la problemática planteada anteriormente el Ministerio del Deporte ha creado Centros Activos en diferentes sectores del país con un total de 5 Centros Activos en Quito y uno ubicado en la ciudad de Cuenca. Esto con el propósito de cumplir con los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir.

Los Centros Activos nacen gracias al Decreto Presidencial promulgado por nuestro mandatario, el Economista Rafael Correa Delgado, que obligo a las empresas e instituciones públicas a entregar sus sedes sociales para el beneficio de toda la comunidad. Para los mismos, el Ministerio del Deporte invierte un total de 642.000 dólares para su operación, e invertirá 20 millones para realizar las reformas y adecuaciones necesarias para el beneficio de la comunidad que asiste en un promedio 33.500 personas cada mes. Próximamente se incrementaran 6 centros más, a los cuales están en proceso de adjudicación, en Guayaquil, Quito y Chimborazo. (Ministerio del Deporte, 2015)

---

<sup>2</sup> Tomado del *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*

## 1.5 Estructura Orgánica

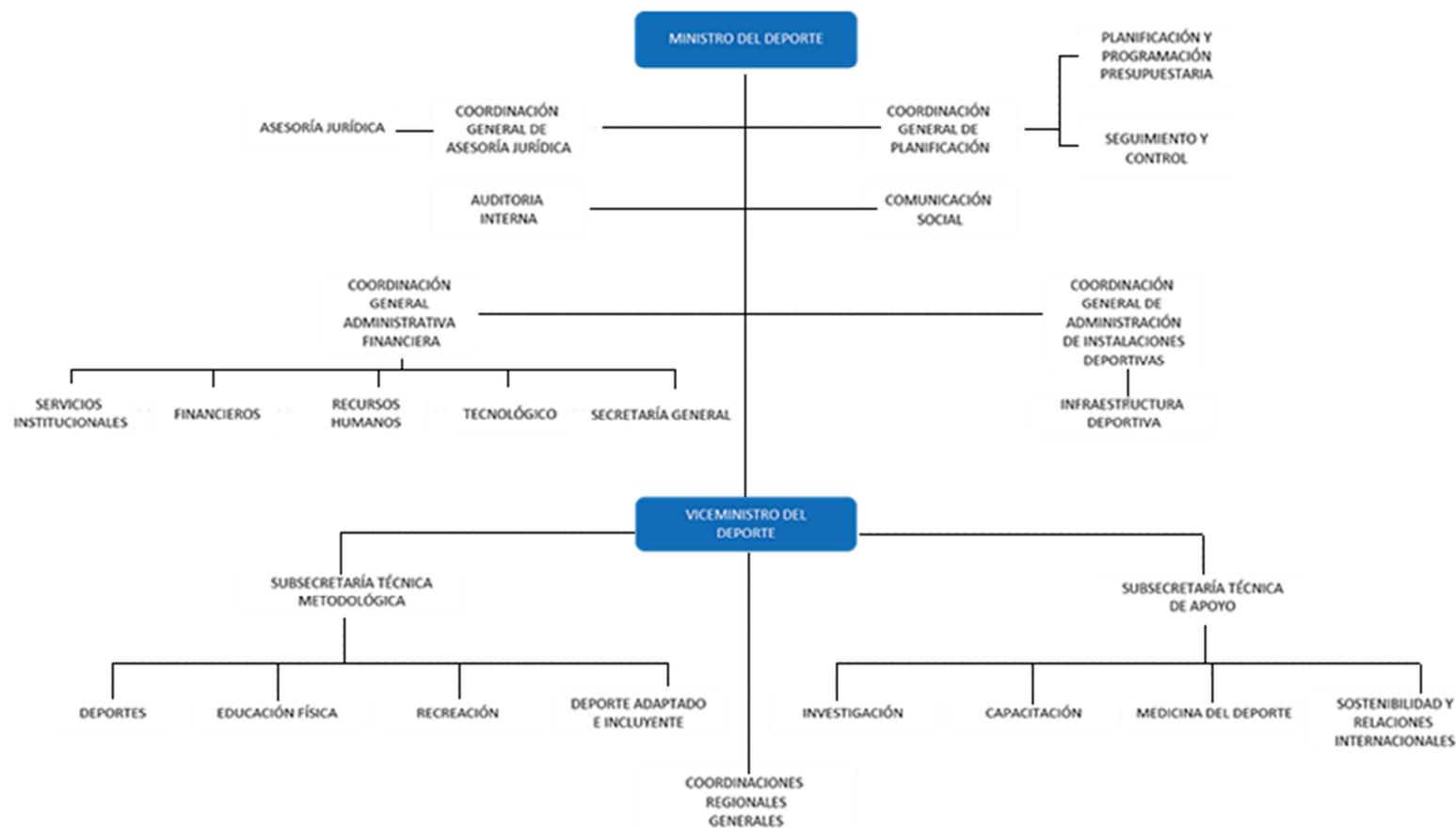


Ilustración 2: Organigrama Ministerio del Deporte

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Datos relevantes del estudio

#### Medallero de los Juegos Deportivos Nacionales Juveniles

##### Disciplina "Fútbol"

AÑO	TITULO	CATEGORÍA	
		VARONES	DAMAS
2011	Oro	El Oro	Pichincha
	Plata	Imbabura	Guayas
	Bronce	Manabí	Santa Elena
2012	Oro	Manabí	Guayas
	Plata	Guayas	Pichincha
	Bronce	Morona Santiago	Los Ríos
2013	Oro	Guayas	Guayas
	Plata	Esmeraldas	Los Ríos
	Bronce	Imbabura	Pichincha
2014	Oro	Guayas	Los Ríos
	Plata	Los Ríos	Pichincha
	Bronce	Pichincha	Guayas

Tabla 1: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles Disciplina "Fútbol"

Fuente: Ministerio del Deporte

En la tabla anterior se puede visualizar los títulos obtenidos por provincias en las Competencias Nacionales Juveniles en la disciplina fútbol. Como se muestra existe la

categoría damas de la cual existen tres provincias muy competitivas como son Pichincha, Guayas y Los Ríos. En la categoría varones se tiene a Guayas como campeón 2013 y 2014 consecutivamente lo cual lo muestra como un equipo mucho más sólido y con deportistas más preparados que las demás provincias.

### Medallero de los Juegos Deportivos Nacionales Juveniles

#### Disciplina "Baloncesto"

AÑO	TITULO	CATEGORÍA	
		VARONES	DAMAS
2011	Oro	Pichincha	Pichincha
	Plata	Guayas	Azuay
	Bronce	Manabí	Guayas
2012	Oro	Guayas	Guayas
	Plata	Manabí	Manabí
	Bronce	Pichincha	Pichincha
2013	Oro	Guayas	Pichincha
	Plata	Manabí	Guayas
	Bronce	Pichincha	El Oro
2014	Oro	Manabí	Pichincha
	Plata	Guayas	Chimborazo
	Bronce	Azuay	Manabí

Tabla 2: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles Disciplina "Baloncesto"

Fuente: Ministerio del Deporte

En la presente tabla se puede visualizar que dentro de la disciplina Baloncesto las provincias con mayor participación son Pichincha y Guayas, las cuales se ven favorecidas con gran cantidad de títulos en el medallero, superior a otras provincias en las dos categorías damas y varones.

## Medallero de los Juegos Deportivos Nacionales Juveniles

### Disciplina "Atletismo"

AÑO	PROVINCIA	MEDALLAS			TOTAL MEDALLAS	POSICIÓN
		Oro	Plata	Bronce		
2011	Pichincha	12	11	7	30	1°
	Guayas	7	10	8	25	2°
	Azuay	5	6	2	13	3°
2012	Pichincha	9	13	9	31	1°
	Imbabura	7	5	6	18	2°
	Guayas	5	3	6	14	3°
2013	Pichincha	13	6	7	26	1°
	Guayas	6	4	8	18	2°
	Chimborazo	5	4	4	13	3°
2014	Pichincha	17	9	3	29	1°
	Guayas	5	8	2	15	2°
	Esmeraldas	5	1	12	18	3°

Tabla 3: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles Disciplina "Atletismo"

Fuente: Ministerio del Deporte

De acuerdo al análisis anual realizado desde el 2011 hasta el 2014 por provincias del deporte "Atletismo" podemos destacar que Pichincha es líder obteniendo el primer lugar en los 4 años consecutivamente. Cabe recalcar que las competencias que se realizan dentro del deporte Atletismo son varias, por lo cual en esta tabla se ha señalado el número de medallas obtenidas de oro, plata y bronce por cada provincia y se designa los puestos según el número de preas conseguidas.

## Juegos Deportivos Nacionales Juveniles

### Medallas de Oro

2011		2012		2013		2014	
Provincia	Medallas	Provincia	Medallas	Provincia	Medallas	Provincia	Medallas
<b>Pichincha</b>	75	Pichincha	74	Pichincha	97	Pichincha	98
<b>Guayas</b>	55	Guayas	53	Guayas	62	Guayas	52
<b>Los Ríos</b>	26	Azuay	32	Manabí	27	Manabí	24

Tabla 4: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles en Medallas de Oro

Fuente: Ministerio del Deporte

En la tabla 4 referente a las Medallas de Oro obtenidas en las Competencias Nacionales Juveniles de los años 2011, 2012, 2013 y 2014 se puede ver a Pichincha como principal provincia con mayor número de medallas de oro con 75, 74, 97 y 98 medallas de oro respectivamente. Se encuentra muy superior a la provincia de Guayas que se encuentra como segundo máximo ganador de medallas de oro con 55, 53, 62 y 52 respectivamente. En datos generales podemos destacar que la provincia de Pichincha ha obtenido el mayor número de preseas de oro, para lo cual se puede decir que Pichincha mantiene un prestigio deportivo a través de los años y en las diferentes disciplinas que se encuentran en competencias.

## Juegos Deportivos Nacionales Juveniles

### Medallas de Plata

2011		2012		2013		2014	
Provincia	Medallas	Provincia	Medallas	Provincia	Medallas	Provincia	Medallas
<b>Guayas</b>	67	Pichincha	77	Pichincha	59	Pichincha	71
<b>Pichincha</b>	57	Guayas	51	Guayas	55	Guayas	55
<b>Azuay</b>	22	Azuay	25	Chimborazo	31	Manabí	26

Tabla 5: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles en Medallas de Plata

Fuente: Ministerio del Deporte

Respecto a medallas de Plata se refiere se debe destacar a la Provincia de Guayas con una excelente participación en el año 2011 a obtener 67 preseas superando a la provincia de Pichincha, no así los siguientes años 2012, 2013, 2014 vuelve a ser vencida en preseas de Plata por la provincia de Pichincha. Podemos destacar de los datos de las medallas de Plata que aún existe fuerte impacto de la provincia de Pichincha con destacadas participaciones y deportistas.

### Juegos Deportivos Nacionales Juveniles

#### Medallas de Bronce

2011		2012		2013		2014	
Provincia	Medallas	Provincia	Medallas	Provincia	Medallas	Provincia	Medallas
Guayas	60	Pichincha	57	Pichincha	60	Guayas	50
Pichincha	42	Guayas	56	Guayas	57	Pichincha	46
Manabí	40	Manabí	41	Manabí	33	Manabí	26

Tabla 6: Juegos Deportivos Nacionales Juveniles en Medallas de Bronce

Fuente: Ministerio del Deporte

Dentro de las medallas de Bronce podemos observar que Guayas tiene el primer lugar en los años 2011 y 2014, al igual que Pichincha posee el primer lugar en medallas de bronce en los años 2012 y 2013. Un dato importante es que el número de preseas de Pichincha y Guayas en medallas de bronce se encuentra muy cercano, es decir el nivel competitivo de los dos es parejo, lo cual nos da la pauta del nivel deportivo que se manejan en las dos provincias.

## 2.2 Teorías de soporte

### Teoría de los Valores de Consumo

Existen varias teorías sobre las motivaciones del comportamiento humano, partiendo desde la jerarquía de necesidades (Maslow, 1943), quien agrupa las necesidades fundamentales en cinco categorías fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima y realización. Su principal aporte a la comprensión del comportamiento del consumidor es el hecho de que estas necesidades antes mencionadas no se presentan con el mismo grado de intensidad para los individuos, y que tienen permanente interacción unas con otras.

Desde este punto de vista los autores Sheth, Newman y Gross (1991) describen la decisión del consumidor como un rompecabezas donde se complementan varios valores que pueden tener mayor o menor importancia, pero no pueden desaparecer al momento de tomar una decisión de compra.

**1. Valor funcional:** Utilidad percibida de un bien, con respecto a los atributos físicos y la necesidad física que satisface.

**2. Valor social:** La utilidad percibida de un bien que resulta del hecho de su asociación con uno o varios grupos sociales. Un bien tiene un valor social por el hecho de su asociación positiva o negativa con grupos demográficos, socioeconómicos o culturales.

**3. Valor emocional:** Resulta de los sentimientos o reacciones efectivas que provoca la interacción con ese bien o servicio. Un bien tiene un valor emocional por el hecho de su asociación a estados afectivos específicos.

**4. Valor epistemológico:** Utilidad percibida de un bien que resulta de su capacidad para provocar la curiosidad, aportar la novedad o satisfacer un deseo de conocimiento. Un bien tiene un valor epistemológico por el hecho de aportar alguna cosa nueva o diferente.

**5. Valor circunstancial:** Utilidad percibida de un bien que resulta de una situación o de un contexto específico al cual se enfrenta quien decide.

La Teoría de los Valores de Consumo será de gran utilidad para analizar la calidad de los servicios brindados por los Centros Activos del Ministerio del Deporte, ya que dichos Centros poseen estos 5 Valores los cuales en mayor o menor medida, pero nunca desaparecerán al momento de la decisión de compra. A pesar de que en este caso los Centros Activos del Ministerio del Deporte son gratuitos también se toma una decisión ya que existen también espacios públicos de muy buena calidad en los cuales se puede realizar las mismas actividades. Es decir se convierte en una decisión de compra o de utilización de servicios siendo más claro en la terminología.

- **Valor funcional:** En este punto los Centros Activos cumplen la función de desarrollar actividades deportivas y recreativas mismas que ayudan a mejorar la salud de las personas y a la vez contribuyen a su salud emocional. Dentro de los atributos físicos tenemos las instalaciones como son piscina, canchas de futbol, baloncesto, voleibol, squash.

- **Valor social:** Los Centros Activos al ser de uso del pueblo es un valor positivo para los usuarios ya que en el uno se encontrará constantemente con grupos sociales que hacen uso exclusivo de las instalaciones para mejorar sus habilidades y destrezas físicas es por ello que el valor social es que se trata de un punto de encuentro para deportistas principiantes e intermedios de la ciudad de Quito.

- **Valor emocional:** Los Centros Activos no buscan intencionalmente provocar una reacción afectiva hacia el bien y el servicio, pero en la mayoría de ocasiones sucede en mayor o menor grado debido a la calidad de las instalaciones y la organización de las mismas las cuales hacen que un usuario tenga dicha reacción afectiva hacia los Centros Activos.

- **Valor epistemológico:** En valor epistemológico la mayoría de las veces se puede decir que existe en menor cantidad en los Centros Activos debido a que las instalaciones no buscan un crecimiento o llamar mayor cantidad de gente. La mayoría de instalaciones tienen gran cantidad de espacios para cada deporte y

muchos deportes nuevos y no muy conocidos como el squash, pero en su mayoría no poseen novedad o provocan curiosidad a los usuarios.

- **Valor circunstancial:** La utilidad percibida de los Centros Activos va a depender como menciona la teoría de quienes son los usuarios y como lo valoran. Es un valor circunstancial debido a que la percepción del bien va a resultar de una situación o contexto específico y lo decidirán los ciudadanos usuarios de los Centros Activos que son deportistas principiantes y desarrollados en diferentes disciplinas deportivas.

### **Marketing de Servicios**

"Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico" (Kotler, 2008)

"Los servicios son actividades que pueden identificarse aisladamente, son actividades esencialmente intangibles que proporcionan satisfacción y que no se encuentran forzosamente ligadas a la venta de bienes." (George, 1981)

Según el paso del tiempo los servicios se han ido desarrollando y creciendo como economía. En países desarrollados el marketing se ha encargado de estudiar los servicios y analizar la forma de aplicar con éxito las estrategias del mix de marketing y así satisfacer las necesidades del consumidor de la mejor manera. Como consecuencia de lo antes mencionado, el Marketing de Servicios se entiende como una ampliación del concepto tradicional. Es por eso que el marketing de servicios debe redefinir los conceptos básicos, ya que se trata de un nuevo bien.

Constantemente nos encontramos como usuarios en la búsqueda de la mejor experiencia, es por esa razón que el mercado de los servicios se encuentra constantemente

en evolución. Por tal razón una empresa ya no puede estancarse en una verdad, o en una satisfacción temporal de sus clientes, actualmente resulta imprescindible invertir en conocer las necesidades de sus clientes, además de identificar el perfil de compradores que posee la empresa.

En este caso los Centros Activos siendo de beneficio para el pueblo tampoco pueden estancarse en sus servicios y sus beneficios ya que son propiedad del pueblo y es necesario que se encuentren constantemente en un proceso de innovación, ya que fruto de estos se encontrará futuras promesas deportivas en las diferentes disciplinas.

### **Modelo SERVQUAL**

El modelo SERVQUAL fue elaborado por Zeithaml Parasuraman y Berry con el fin de mejorar la calidad del servicio ofrecido por una empresa y actualmente es el método que más utilización tiene debido a su alta fiabilidad y a su amplio nivel de evaluación en las diferentes áreas del servicio.

“Un servicio es de calidad cuando las percepciones igualan o superan las expectativas que sobre él se había formado. Por tanto, para la evaluación de la calidad de servicio será necesario disponer de las expectativas y las percepciones reales de los clientes. Sin esta diferencia la calidad de servicio no se puede medir correctamente” (Zeithaml, 2007)

Se definen diez criterios generales o dimensiones, los cuales son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente. (Zeithaml, 2007)

En una organización resulta indispensable realizar un control de la satisfacción del cliente, ya que es el cliente quien genera el rédito para la empresa. Es por ello que es importante tomar correctivos para mejorar la calidad de los servicios y así lograr posicionamiento, es decir garantizar la experiencia del cliente y crear fidelidad en él. Aunque esto es un proceso que demandará mucho tiempo y esfuerzo, pero resultará con clientes que apoyan la marca, incluso frente a cualquier situación.

Después de una Investigación se estará en la destreza de:

- Definir el servicio de calidad como la diferencia o la discrepancia que existe entre las expectativas y las percepciones de los usuarios.
- Sugerir la existencia de algunos factores clave que condicionan las expectativas de los consumidores: comunicación boca-oído, necesidades personales, experiencias comunicaciones externas.
- Identificar diez dimensiones generales que representan los criterios de evaluación que utilizan los consumidores para valorar la calidad de un servicio (Zeithaml, 2007)

La elaboración de un Instrumento que comprende en dos secciones:

- la primera, dedicada a las expectativas, contiene 22 declaraciones dirigidas a identificar las expectativas generales de los usuarios en relación al servicio y,
- una sección dedicada a las percepciones, que se estructuran en función de la combinación de 22 declaraciones para medir la percepción de calidad de una empresa específica dentro de la categoría de servicios analizada. (Zeithaml, 2007)

### Dimensiones del Modelo SERVQUAL

Fiabilidad	Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso
Capacidad de Respuesta	Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido
Seguridad	Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza
Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación

Tabla 7: Dimensiones del Modelo Servqual

Fuente: Zeithaml, Valarie A. Parasuraman, A y Berry, Leonard L. 2007.

### El Cuestionario SERVQUAL

El cliente encuestado debe valorar por separado y para cada ítem cuáles serán sus expectativas y cuáles son sus percepciones. Por lo tanto, el cuestionario consta de 44 preguntas (22 ítems para conocer las expectativas y 22 ítems para conocer las percepciones) y de cinco cuestiones adicionales para que el encuestado valore la importancia relativa de cada una de las dimensiones de la calidad de servicio repartiendo un total de 100 personas entre las diferentes dimensiones” (Camisón, 2007) Las 22 declaraciones son referentes a las cinco dimensiones de evaluación de la calidad y están agrupados de la siguiente manera:

### Escala de Medición SERVQUAL

Dimensión	Ítems	Aspecto Valorado	Expectativa(E)	Percepción(P)
<b>Elementos Tangibles</b>	1	Equipamiento de aspecto moderno	1 a 7	1 a 7
	2	Instalaciones físicas visualmente atractivas		
	3	Apariencia pulcra de los colaboradores		
	4	Elementos tangibles atractivos		
<b>Fiabilidad</b>	5	Cumplimiento de las promesas	1 a 7	1 a 7
	6	Interés en la resolución de problemas		
	7	Realizar el servicio a la primera		
	8	Concluir en el plazo prometido		
	9	No cometer errores		
<b>Capacidad de</b>	10	Colaboradores	1 a 7	1 a 7



CONTINUA

<b>Respuesta</b>	comunicativos		
	11 Colaboradores rápidos		
	12 Colaboradores dispuestos a colaborar		
	13 Colaboradores que respondan		
<b>Seguridad</b>	14 Colaboradores que transmitan confianza	1 a 7	1 a 7
	15 Clientes seguros con su proveedor		
	16 Colaboradores amables		
	17 Colaboradores bien formados		
<b>Empatía</b>	18 Atención individualizada al cliente	1 a 7	1 a 7
	19 Horario conveniente		
	20 Atención personalizada de los colaboradores		
	21 Preocupación por los intereses de los clientes		
	22 Comprensión por las necesidades de los clientes		

Tabla 8: Escala de Medición Servqual

Fuente: Zeithaml, Valarie A. Parasuraman, A y Berry, Leonard L. 2007.

### Aplicaciones del Modelo SERVQUAL

Zeithaml, (2007) menciona que los datos obtenidos del SERVQUAL evalúan la calidad global del servicio, tal y como la perciben los clientes y, por tanto, pueden ser utilizados para cuantificar las deficiencias en la calidad del servicio con diferentes niveles de análisis. Además, estos datos determinan cuales son las dimensiones o los criterios más importantes para el cliente, lo que permite centrar en esas áreas los esfuerzos para mejorar la calidad del

servicio. Este es, el SERVQUAL que permite determinar la importancia relativa de las cinco dimensiones en la valoración global de las percepciones de calidad por parte de los clientes”.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) mencionan que tiene otras aplicaciones que son las siguientes:

- Compara las expectativas y las percepciones de los clientes a lo largo del tiempo, se puede seguir el comportamiento de las expectativas y percepciones de los clientes aplicando el SERVQUAL cada cierto tiempo de manera sucesiva.
- Examinar segmentos de clientes que poseen diferentes percepciones sobre la calidad. El SERVQUAL, permite clasificar los clientes de la empresa en segmentos diferenciados y examinar las diferencias que puedan existir en las percepciones de calidad de servicio entre ellos.

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Problema**

El problema general es la falta de compromiso de las autoridades deportivas con los deportistas usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte. Es por ello la necesidad de hacer esta investigación para conocer la realidad en la percepción que tienen los usuarios respecto a los Centros Activos.

##### **3.1.1 Necesidades**

- El nivel de satisfacción de los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito
- La frecuencia de uso de los Centros Activos del Ministerio del Deporte
- El perfil de los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito
- Los aspectos que deben optimizarse en los Centros Activos de manera integral para mejorar la satisfacción de sus usuarios deportistas
- Los puntos fuertes de los Centros Activos del Ministerio del Deporte

##### **3.1.2 Justificación**

De acuerdo a los factores antes mencionados y conociendo de antemano que el Ministerio del Deporte debe mantener e innovar las instalaciones, además de que constantemente mejorar el servicio con el propósito de buscar la satisfacción de los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte, que son de uso de los

ciudadanos. En ese contexto puedo destacar que no existen elementos que determinen la calidad de los Centros Activos y es por esta razón que es difícil determinar el nivel de satisfacción que tienen los usuarios con el mismo.

Actualmente son 5 los Centros Activos en el Distrito Metropolitano de Quito, y además existe uno en Cuenca. Los lugares donde se han creado estos Centros Activos han sido propiedades adjudicadas a Empresas e Instituciones Públicas a entregar sus sedes sociales para el beneficio de toda la Comunidad. Es así que actualmente el gobierno invierte un total 642.000 dólares. Conociendo que se está invirtiendo una suma grande a los Centros Activos, es importante que el dinero sea bien invertido buscando mejorar la calidad de los servicios e innovar en lo que la ciudadanía requiere, para ello es de suma importancia el presente estudio que ayudara a conocer el nivel de satisfacción del servicio que se brinda a los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte.

### **3.1.3 Propósito**

Determinar la situación real que percibe el deportista, usuario de los Centros Activos pertenecientes al Ministerio del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito. Al mencionar íntegramente se refiere a todos los aspectos que los usuarios dan valor y los aspectos que van a ser medidos por la encuesta Servqual, por medio de la cual tendremos más claramente las necesidades de los usuarios respecto a los Centros Activos.

Además es importante destacar que en dichos Centros Activos se buscan conocer futuros talentos para competencias nacionales e internacionales en diferentes disciplinas, para lo cual es importante mantener unas instalaciones de calidad y que brinde un servicio óptimo para el deportista.

3.1.4 Definición del Problema

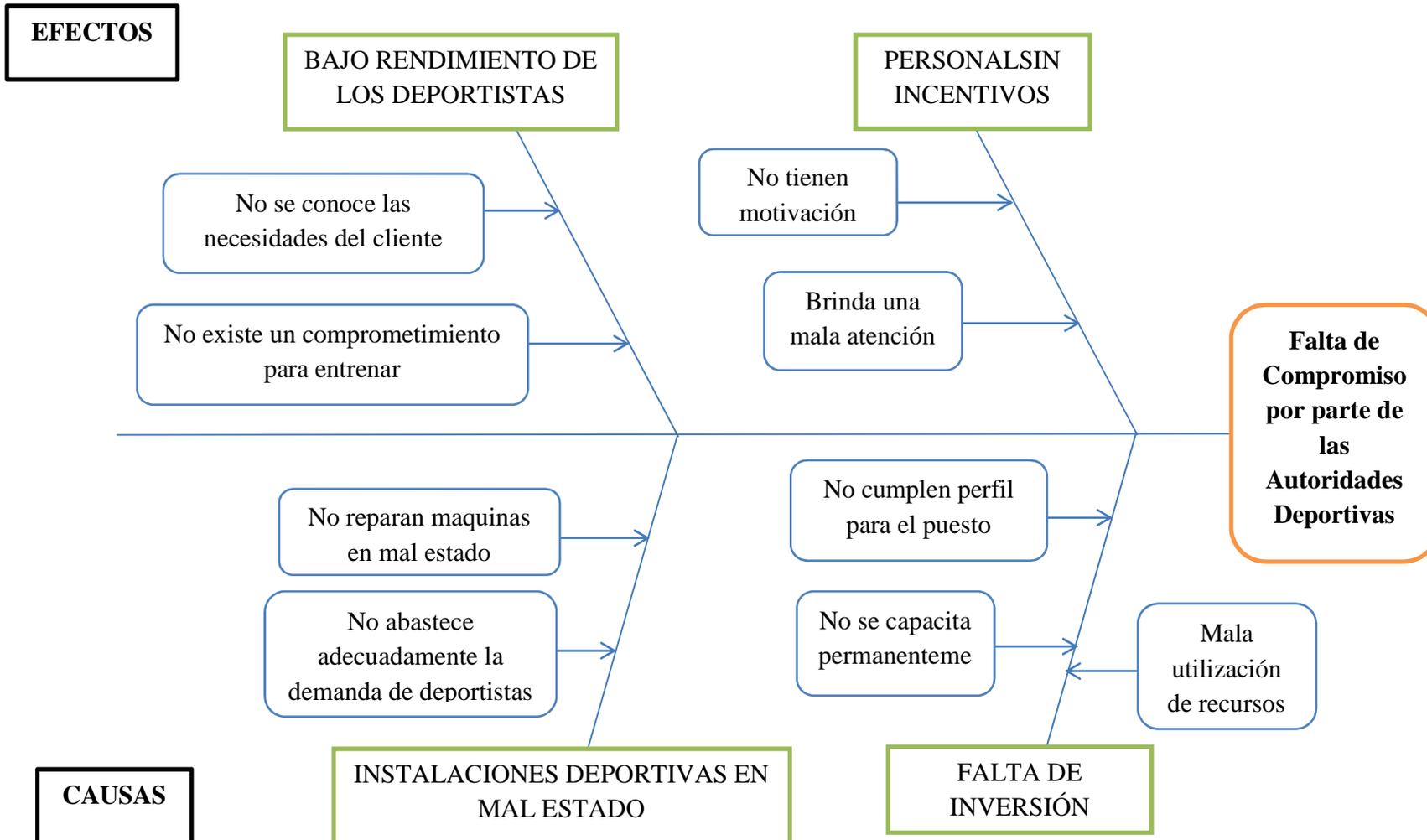


Ilustración 3: Diagrama de Ishikawa

### **3.1.5 Objetivos**

#### **3.1.5.1 Objetivo General**

Determinar el nivel de satisfacción de los servicios brindado por los Centros Activos del Ministerio del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

#### **3.1.5.2 Objetivos Específicos**

- Recopilar información con base teórica sostenible que permita el desarrollo y análisis de la investigación.
- Obtener información comprobada de datos deportivos en competencias nacionales para su presente investigación y análisis.
- Aplicar la metodología de investigación del Modelo SERVQUAL para el levantamiento de datos y generación de resultados, para así determinar en qué ítems evaluados existe un alto nivel de insatisfacción.
- Proponer estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio de los Centros Activos en los ámbitos en los cuales tienen falencias.
- Diseñar discusiones y líneas de investigación que sirvan como precedente para incrementar la calidad del servicio en los Centros Activos.

### **3.1.6 Hipótesis**

- Ho: El nivel de satisfacción de los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito es Totalmente Satisfactorio.

- H1: El nivel de insatisfacción de los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito es bajo en un 30%
- H2: La dimensión del modelo SERVQUAL que requiere mayor porcentaje de mejoramiento es la dimensión de Elementos Tangibles, al menos con el 40%.
- H3: Las expectativas de los usuarios de los Centros Activos son bajas en todas las dimensiones.

### **3.1.7 Ética del Investigador**

La presente investigación es con fines académicos y de beneficio a la comunidad para lo cual se tratará este tema con absoluta discreción y seriedad. El investigador mantendrá prudencia, puntualidad, y responsabilidad en el mismo.

## **3.2 Fase Metodológica**

### **3.2.1 Tipo de Investigación**

El tipo de investigación a utilizarse en el presente proyecto será descriptiva o también conocida como la investigación estadística, ya que describen los datos y estos deben tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. La herramienta que se utilizara para obtener la información es la Encuesta que será muy útil para obtener una información más veraz en cuanto a percepción de la calidad se refiere.

### 3.2.2 Técnicas de Muestreo

Para el presente estudio se utilizara el Muestreo Estratificado, ya que nos permitirá dividir a la población en sub poblaciones o estratos, y atender a criterios que son importantes para el presente estudio.

Es una ventaja utilizar este tipo de muestreo ya que se lograra un mayor grado de representatividad en la muestra y ayuda a disminuir las posibilidades de error.

### 3.2.3 Fuentes de Información

En la investigación se obtendrá información a partir de fuentes primarias y Secundarias, las cuales serán de mucha utilidad debido a que ayudarán a generar conclusiones más acertadas respecto a la calidad de los servicios deportivos de los Centros Activos.

#### 3.2.3.1 Fuentes de información primaria

Al conocer que las fuentes de información primarias son aquellas que son originadas de manera específica por el investigador, se empleará:

TIPO	FUENTE
Encuestas	Aplicadas a los usuarios de los servicios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 9: Fuentes de Información Primaria

### 3.2.3.2 Fuentes de información secundaria

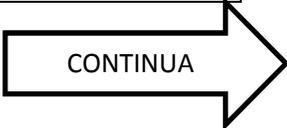
Conociendo que las fuentes de información secundarias son aquellas que se han recolectado anteriormente para fines diferentes a la presente investigación y por diversos autores, se va a hacer uso de los mismos para propiciar a una investigación mucho mas clara e imparcial del problema a resolver, además de que estos datos se obtendrán de manera rápida y poco costosa. Se utilizará:

TIPO	FUENTE
<b>Textos/Documentos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet</li> <li>• Tesis de aplicación del modelo SERVQUAL</li> <li>• INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)</li> <li>• ENSANUT (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición)</li> </ul>
<b>Libros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing de Servicios</li> <li>• Investigación de Mercados</li> </ul>

Tabla 10: Fuentes de Información Secundaria

### 3.2.4 Matriz de Planteamiento del Cuestionario

OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLE GENÉRICA	ESCALA	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA
Determinar las características socioeconómicas y demográficas de los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte	CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	Razón	Edad	Abierta
		Nominal	Estado Civil	Soltero, Casado, Divorciado, Unión Libre, Viudo
		Nominal	Nivel de Educación	Sin Estudios, Primaria, Secundaria, Tercer Nivel, Cuarto Nivel
		Razón	Ingresos	100-200 , 201-300. 301-400, Más de 400
		Ordinal	¿Ha utilizado usted uno de los Centros Activos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito?	SI, NO
		Razón	A la semana, ¿Cuántas veces acude a un Centro Activo?	1,2,3,4,5,6,7
		Nominal	¿Qué servicios de los Centros Activos ha utilizado?	Futbol, Baloncesto, Gimnasio, Natación, Tenis, Voleybol
Aplicar el Modelo SERVQUAL utilizando las cinco dimensiones:	TANGIBILIDAD	Ordinal	La apariencia que tienen los equipos en los Centros Activos	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho


 CONTINUA

Tangibilidad		Ordinal	Las instalaciones físicas según su atractivo físico	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	La apariencia física según su limpieza	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	Los materiales asociados con el servicio son atractivos	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
Aplicar el Modelo SERVQUAL utilizando las cinco dimensiones: Confiabilidad	CONFIABILIDAD	Ordinal	Los empleados cumplen lo que prometen	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	El interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	La eficacia de los Centros Activos (servicio óptimo a la primera)	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho


 CONTINUA

		Ordinal	El tiempo de cumplimiento del trabajo	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	La eficiencia de sus servicios (exento de errores)	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
Aplicar el Modelo SERVQUAL utilizando las cinco dimensiones: Capacidad de Respuesta	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Ordinal	El nivel de comunicación que tiene con los empleados	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	La velocidad del servicio	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	El nivel de disponibilidad de atención	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	Los empleados informan exactamente cuándo serán desempeñados los servicios	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho



Aplicar el Modelo SERVQUAL utilizando las cinco dimensiones: Seguridad	SEGURIDAD	Ordinal	La confianza que brinda el comportamiento de los empleado	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	El nivel de seguridad que usted siente con la inversión que realiza el Estado hacia los Centros Activos.	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	El nivel de amabilidad que muestran los empleados	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	El grado de conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
Aplicar el Modelo SERVQUAL utilizando las cinco dimensiones: Empatía	EMPATÍA	Ordinal	La atención individualizada que existe	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	Los horarios de atención por conveniencia	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho


 CONTINUA

		Ordinal	La atención de los Centros Activos según su personalización	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	El grado de preocupación que tienen los empleados con sus intereses	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho
		Ordinal	El nivel en que los empleados comprenden sus necesidades específicas	1: Muy Insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Medianamente 4: Satisfecho 5: Muy Satisfecho

Tabla 11: Matriz de Planteamiento del Cuestionario

## Diseño del formulario de recolección de datos

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE**  
**CUESTIONARIO PARA LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS**  
**CENTROS ACTIVOS DEL MINISTERIO DEL DEPORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO**  
**DE QUITO**

Objetivo: Medir la satisfacción de los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte del DMQ con la finalidad de mejorar los servicios brindados por el bien y desarrollo social y deportivo de los ciudadanos.

La presente tiene el carácter de confidencial cuyo uso será exclusivo para el análisis e investigación académica.

Edad:

Género: FEMENINO  MASCULINO

Estado Civil: SOLTERO  CASADO  DIVORCIADO   
 UNION LIBRE  VIUDO

Nivel de Educación:

SIN ESTUDIOS  PRIMARIA  SECUNDARIA   
 TERCER NIVEL  CUARTO NIVEL

Ingresos:

100-200  201-300  301-400  MAS DE 400

1. ¿Ha utilizado usted uno de los Centros Activos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito?  SI  NO

Si, su respuesta es NO, le agradecemos por su colaboración con esta encuesta.

2. A la semana, ¿Cuántas veces acude a un Centro Activo?

3. ¿Qué servicios de los Centros Activos ha utilizado?

Fútbol                       Baloncesto                       Gimnasio   
 Natación                       Tenis                       Voleybol

Para responder las siguientes preguntas marque con una X, siendo que:

1=Muy Insatisfecho; 2=Insatisfecho; 3= Medianamente; 4=Satisfecho; 5=Muy Satisfecho

### DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES

1	La apariencia que tienen los equipos en los Centros Activos. (maquinas, pesas, tableros, arcos)									
	Expectativa					Percepción				
2	Las instalaciones físicas según su atractivo físico. (edificios, cuartos de ejercicio, paredes)									
	Expectativa					Percepción				
3	La apariencia física según su limpieza.									
	Expectativa					Percepción				
4	Los materiales asociados con el servicio son atractivos. (áreas verdes, piletas)									
	Expectativa					Percepción				

### DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD

5	Los empleados cumplen lo que prometen.									
	Expectativa					Percepción				
6	El interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes.									
	Expectativa					Percepción				
7	La eficacia de los Centros Activos. (realiza el servicio correcto a la primera)									
	Expectativa					Percepción				
8	El tiempo de cumplimiento del trabajo. (se cumple el horario establecido por el servicio)									
	Expectativa					Percepción				
9	La eficiencia de sus servicios. (exento de errores)									
	Expectativa					Percepción				

### DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA

10	El nivel de comunicación que tiene con los empleados.									
	Expectativa					Percepción				
11	La velocidad del servicio.									
	Expectativa					Percepción				
12	El nivel de disponibilidad de atención. (el servicio que busca esta siempre disponible)									
	Expectativa					Percepción				
13	Los empleados informan exactamente cuándo serán desempeñados los servicios.									
	Expectativa					Percepción				

**DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD**

14	La confianza que brinda el comportamiento de los empleados.									
	Expectativa					Percepción				
15	El nivel de seguridad que usted siente con su inversión realizada.									
	Expectativa					Percepción				
16	El nivel de amabilidad que muestran los empleados.									
	Expectativa					Percepción				
17	El grado de conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes.									
	Expectativa					Percepción				

**DIMENSIÓN 5: EMPATÍA**

18	La atención individualizada que existe. (instructor, entrenador, guía para utilizar el servicio)									
	Expectativa					Percepción				
19	Los horarios de atención por conveniencia. (son convenientes los horarios)									
	Expectativa					Percepción				
20	La atención de los Centros Activos según su personalización. (cubre todas las necesidades)									
	Expectativa					Percepción				
21	El grado de preocupación que tienen los empleados con sus intereses.									
	Expectativa					Percepción				
22	El nivel en que los empleados comprenden sus necesidades específicas.									
	Expectativa					Percepción				

Tabla 12: Diseño de formulario de recolección de datos

**3.2.6 Prueba Piloto**

El tamaño de la muestra representa el número de elementos que se incluirá en el Estudio. (Malhotra, 2008). Se tomará un nivel de confianza del 95%, lo cual proporcionará en la tabla Z un valor de 1.96 y a la vez contamos con un margen de error del 5% para el cálculo de la muestra.

Los datos de p y q se tomarán a partir de los resultados obtenidos en la prueba piloto cuya pregunta filtro es:

¿Ha utilizado usted uno de los Centros Activos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito?

SI

NO

Donde se determinó el valor de  $p$  y  $q$ , que son:

$$p = 0.80$$

$$q = 0.20$$

Opciones de Respuesta	Respuesta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
SI	8	80%	80%
NO	2	20%	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>	

Tabla 13: Encuesta Piloto

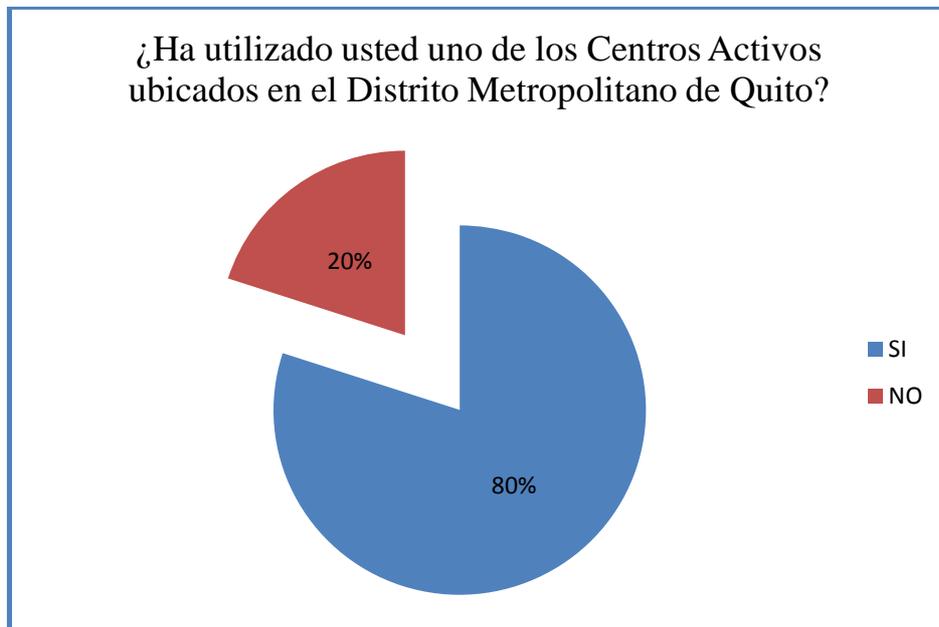


Ilustración 4: Pregunta Filtro

Con la encuesta piloto se pudo determinar errores que se suscitaron, los cuales fueron corregidos para la aplicación de la encuesta final. Las correcciones que se realizaron fue en las preguntas descritas a continuación:

- **Pregunta 2:** Se delimito a la pregunta debido a que genera un campo de respuesta muy amplio. Se decidió colocar las opciones de 1 a 7.
- **Pregunta 3:** Se agregó la opción de pista para trotar y bailoterapia, ya que no se encontraba entre las mismas y existen algunos usuarios que si lo practican.
- **Pregunta 18:** La pregunta se cambió debido a que la inversión realizada a los Centros Activos la realiza el Estado.

### 3.2.7 Encuesta Final

#### UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE

#### CUESTIONARIO PARA LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS CENTROS ACTIVOS DEL MINISTERIO DEL DEPORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Objetivo: Medir la satisfacción de los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte del DMQ con la finalidad de mejorar los servicios brindados.

La presente tiene el carácter de confidencial cuyo uso será exclusivo para el análisis e investigación académica.

Edad:

Género: FEMENINO  MASCULINO

Estado Civil: SOLTERO  CASADO  DIVORCIADO   
UNION LIBRE  VIUDO

Nivel de Educación:

SIN ESTUDIOS  PRIMARIA  SECUNDARIA   
TERCER NIVEL  CUARTO NIVEL

Ingresos:

100-200  201-300  301-400  MAS DE 400

1. ¿Ha utilizado usted uno de los Centros Activos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito? SI  NO

Si, su respuesta es NO, le agradecemos por su colaboración con esta encuesta.

2. A la semana, ¿Cuántas veces acude a un Centro Activo?

Seleccione únicamente una opción.


3. ¿Qué servicios de los Centros Activos ha utilizado?

Fútbol  Baloncesto  Gimnasio  Bailoterapia   
 Natación  Tenis  Voleybol  Pista

Para responder las siguientes preguntas marque con una X, siendo que:

1=Muy Insatisfecho; 2=Insatisfecho; 3= Medianamente; 4=Satisfecho; 5=Muy Satisfecho

#### DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES

1	La apariencia que tienen los equipos en los Centros Activos. (maquinas, pesas, tableros, arcos)									
	Expectativa					Percepción				
2	Las instalaciones físicas según su atractivo físico. (edificios, cuartos de ejercicio, paredes)									
	Expectativa					Percepción				
3	La apariencia física según su limpieza.									
	Expectativa					Percepción				
4	Los materiales asociados con el servicio son atractivos. (áreas verdes, piletas)									
	Expectativa					Percepción				

#### DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD

5	Los empleados cumplen lo que prometen.									
	Expectativa					Percepción				
6	El interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes.									
	Expectativa					Percepción				
7	La eficacia de los Centros Activos. (realiza el servicio correcto a la primera)									
	Expectativa					Percepción				
8	El tiempo de cumplimiento del trabajo. (se cumple el horario establecido por el servicio)									
	Expectativa					Percepción				
9	La eficiencia de sus servicios. (exento de errores)									
	Expectativa					Percepción				

**DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA**

10	El nivel de comunicación que tiene con los empleados.									
	Expectativa						Percepción			
11	La velocidad del servicio.									
	Expectativa						Percepción			
12	El nivel de disponibilidad de atención. (el servicio que busca esta siempre disponible)									
	Expectativa						Percepción			
13	Los empleados informan exactamente cuándo serán desempeñados los servicios.									
	Expectativa						Percepción			

**DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD**

14	La confianza que brinda el comportamiento de los empleados.									
	Expectativa						Percepción			
15	El nivel de seguridad que usted siente con la inversión que realiza el Estado hacia los Centros Activos.									
	Expectativa						Percepción			
16	El nivel de amabilidad que muestran los empleados.									
	Expectativa						Percepción			
17	El grado de conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes.									
	Expectativa						Percepción			

**DIMENSIÓN 5: EMPATÍA**

18	La atención individualizada que existe. (instructor, entrenador, guía para utilizar el servicio)									
	Expectativa						Percepción			
19	Los horarios de atención por conveniencia. (son convenientes los horarios)									
	Expectativa						Percepción			
20	La atención de los Centros Activos según su personalización. (cubre todas las necesidades)									
	Expectativa						Percepción			
21	El grado de preocupación que tienen los empleados con sus intereses.									
	Expectativa						Percepción			
22	El nivel en que los empleados comprenden sus necesidades específicas.									
	Expectativa						Percepción			

Tabla 14: Encuesta Final

### 3.2.8 Determinación de la Población y Muestra

Para el presente estudio se tomara los datos del INEC respecto a la población del Distrito Metropolitano de Quito únicamente tomando a la población de 15 a 55 años de edad del último censo de Población realizado en el año 2010. La segmentación de la población que se utilizará será la siguiente:

Variable	Público Externo	
<b><u>Geográfica</u></b>	Provincia	Pichincha
	Cantones	Quito
<b><u>Demográfica</u></b>	Género	Femenino y Masculino
	Edad	15 - 55 años
	Estado Civil	Cualquier estado civil
	Nivel de Educación	Cualquier nivel de educación
	Religión	Cualquier religión
	Ocupación	Cualquier ocupación
	Ingresos	Cualquier nivel de ingresos

Tabla 15: Segmentación de la población

PROVINCIA	POBLACIÓN	CANTÓN	POBLACIÓN	15 -55 AÑOS
<b>PICHINCHA</b>	2'576 287	Quito	2'239 191	1'353 174

Tabla 16: Número de habitantes por cantón y segmento

Fuente: INEC, Censo 2010

$$N = 1\,353\,144$$

$$Z = 95\%$$

$$e = 0,05$$

$$p = 0,80$$

$$q = 0,20$$

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2 N + z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,80)(0,20)(1\,353\,144)}{(0,05)^2 (1\,353\,144) + (1,96)^2 (0,80)(0,20)}$$

$$n = \frac{831\,718,07846}{3382,86 + 0,614656}$$

$$n = 245,82 = 246 \text{ Encuestas}$$

### 3.2.9 Ubicación en el Mapa de los Centros Activos del Distrito Metropolitano De Quito

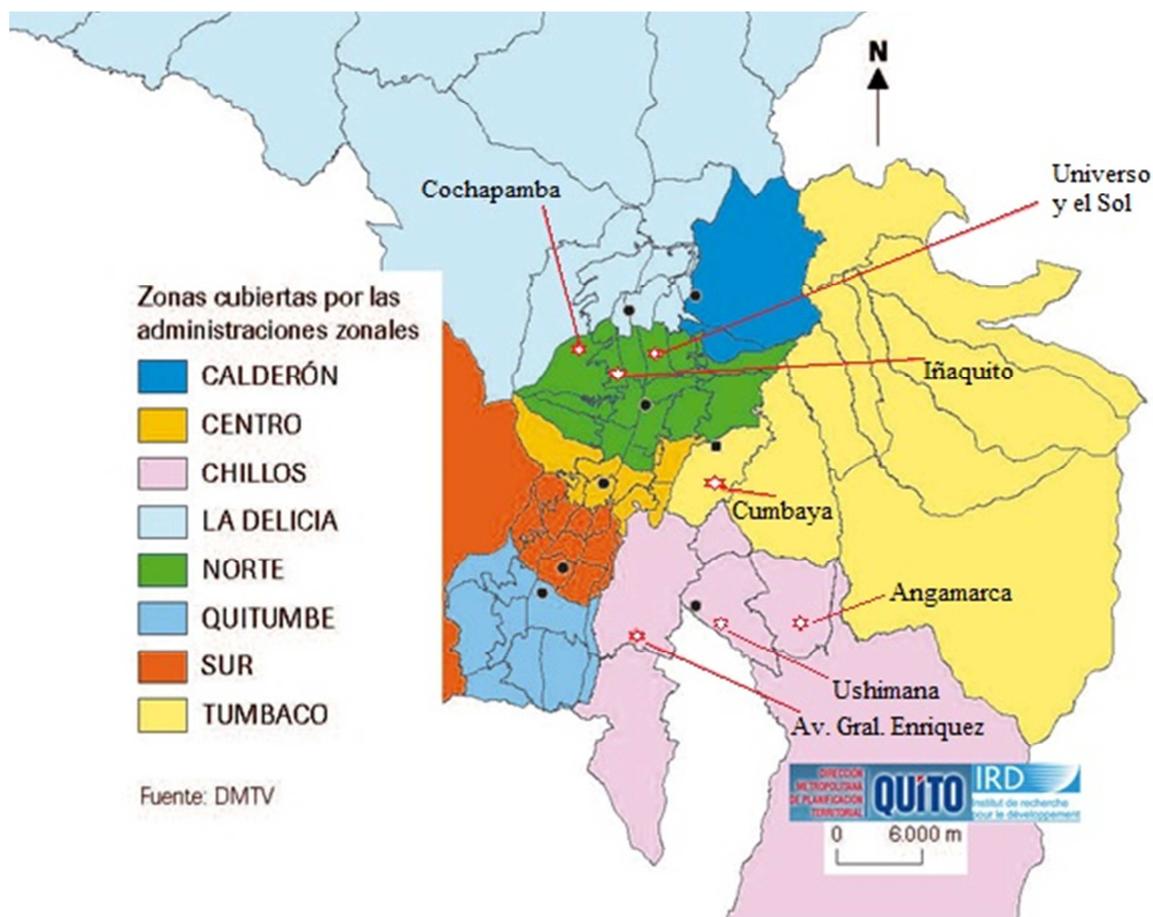


Ilustración 5: Centros Activos del DMQ

### 3.2.10 Cálculo de la Población por Administraciones Zonales de 15 A 55 años

Para el presente cálculo se obtuvo del Censo del 2010 la población de cada Administración Zonal y por medio de un cálculo porcentual se conoce que el 59,82% de la población posee entre 15 y 55 años de edad. Por medio de este porcentaje se calculó la población de cada Administración Zonal con la edad de segmentación dando como resultado los siguientes datos.

Porcentaje	Población	
<b>X</b>	1353174	Población 15-55
<b>100</b>	2262076	Población Total

Tabla 17: Cálculo del segmento

ESTRATO	CENTRO ACTIVO	ZONAS	POBLACIÓN DE 15 A 55 AÑOS	TOTAL POR ESTRATO
<b>NH1</b>	Calles El Universo y El Sol	LA DELICIA	204061	356452
		CALDERON	97258	
		AEROPUERTO	55133	
<b>NH2</b>	Calle Ñaquito	EUGENIO ESPEJO	232525	232525
<b>NH3</b>	Cumbaya	TUMBACO	48698	48698
<b>NH4</b>	Ushimana	MANUELA SAENZ	130835	130835
<b>NH5</b>	San Carlos	NOROCCIDENTE	24816	34520
		NORCENTRAL	9704	
<b>NH6</b>	Angamarca	LOS CHILLOS	101792	101792
<b>NH7</b>	Av. Gral Enriquez	QUITUMBE	190859	448352
		ELOY ALFARO	257493	
			<b>POBLACIÓN TOTAL DMQ DE 15 A 55 AÑOS</b>	1353174

Tabla 18: Asignación de Zonas

### Fórmula para el Cálculo de Estratos

$$NH = n * \frac{NH1}{N}$$

Se realizó la fijación proporcional de las Encuestas en base a dos criterios. Primeramente la ubicación geográfica de los Centros Activos y como segundo criterio se realizó pensando en la demanda de usuarios de cada Centro Activo ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito. Dando como resultado la siguiente distribución:

FIJACIÓN PROPORCIONAL		
CENTRO ACTIVO	ESTRATO	NÚMERO DE ENCUESTAS
Calles El Universo y El Sol	NH1	65
Calle Ñaquito	NH2	42
Cumbaya	NH3	9
Ushimana	NH4	24
San Carlos	NH5	6
Angamarca	NH6	19
Av. Gral Enriquez	NH7	81
		246

Tabla 19: Fijación proporcional

### 3.3 Fase de Análisis

#### 3.3.1 Análisis Univariado

Edad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menor de 18	37	15.0	15.0	15.0
	De 19 a 26	64	26.0	26.0	41.1
	De 27 a 40	76	30.9	30.9	72.0
	De 41 a 64	64	26.0	26.0	98.0
	De 65 en Adelante	5	2.0	2.0	100.0
	Total	246	100.0	100.0	

Tabla 20: Edad por Porcentajes

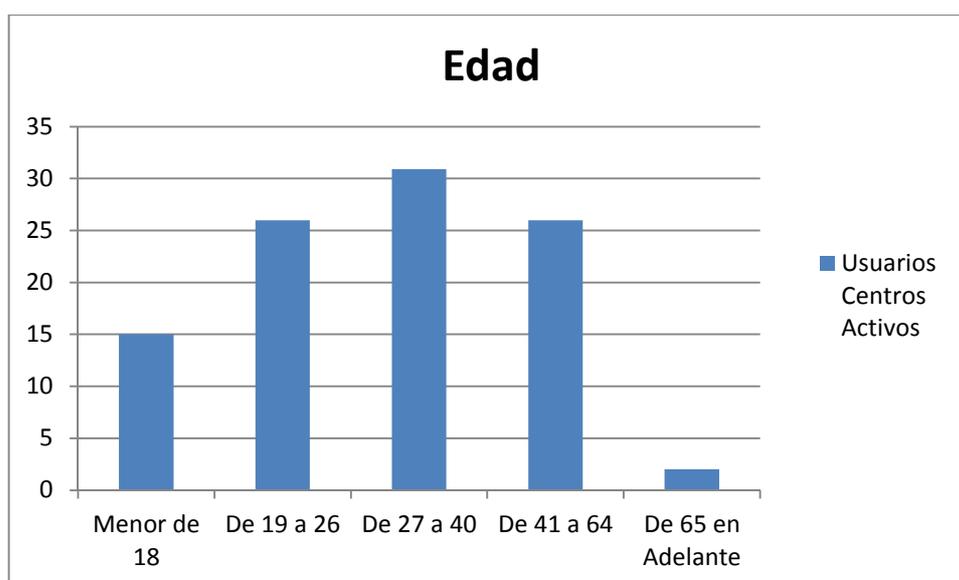


Ilustración 6: Rangos de Edad

**Análisis Ejecutivo:** En este análisis se puede determinar que el mayor porcentaje de usuarios de los Centros Activos se encuentran en el rango de edad de 27 a 40 años, con un 30,9%. Seguido del rango de edad de 19 a 26 años y 41 a 64 años, con un 26% cada uno. Es decir el segmento más importante y al que se debe dirigir los esfuerzos de marketing son los usuarios de 65 años en adelante y los jóvenes menores de 18 años al ser una población que tiene necesidades deportivas específicas para mantener una buena salud.

**Análisis Comparativo:** Según el Censo de Población y Vivienda de noviembre de 2010, la población Ecuatoriana asciende a 14,5 millones de personas de los cuales un 17,2% corresponde a personas de entre 20 a 30 años de edad, y un 13,9% corresponde a personas de entre 31 a 40 años. En el Distrito Metropolitano de Quito un bajo porcentaje es de 31 a 40 años de edad con el 13,9% de personas, no así el rango de edad en donde más usuarios utilizan los Centros Activos es de 27 a 40 años, y se puede determinar que ese grupo minoritario es el segmento de usuarios de los Centros Activos.

### Género

Género		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	140	56.9	56.9	56.9
	Femenino	106	43.1	43.1	100.0
	Total	246	100.0	100.0	

Tabla 21: Género por Porcentajes

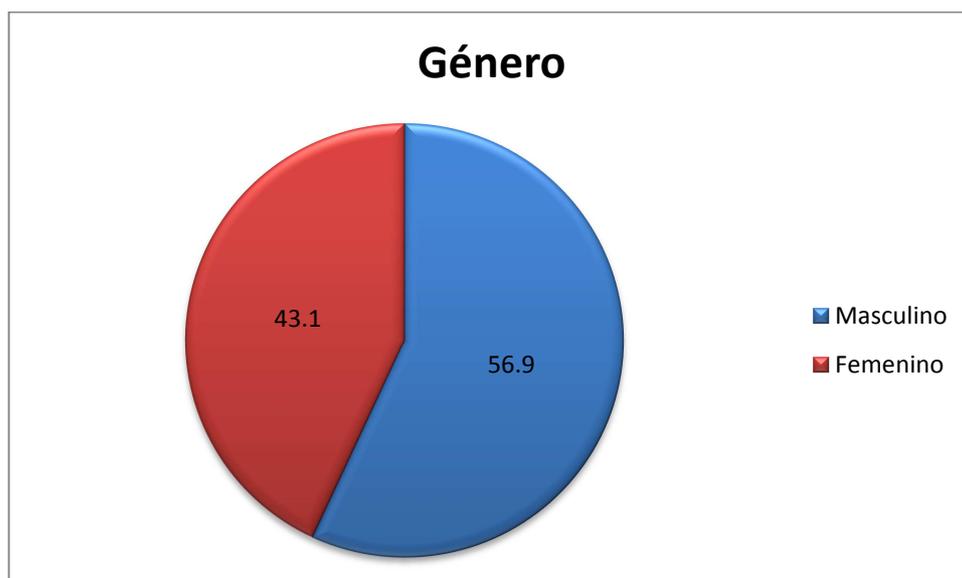


Ilustración 7: Género de los Usuarios

**Análisis Ejecutivo:** En esta pregunta se puede determinar que el 56,9% de los usuarios de los Centros Activos son Hombres, frente a un 43,1% Mujeres. Lo cual es una cifra bastante alentadora al existir una relativa equidad en el uso de los servicios de estos Centros Deportivos para la ciudadanía.

**Análisis Comparativo:** En el Ecuador según el censo de noviembre de 2010, se conoce que el 49,41% de la población son de género masculino y el 50,59% de la población son de género femenino. Se puede notar una pequeña diferencia siendo que los usuarios de los Centros Activos son un mayor porcentaje hombres, a pesar de que en el Distrito Metropolitano de Quito existe un mayor porcentaje de mujeres.

### Estado Civil

#### Estado civil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
o Soltero	123	50.0	50.0	50.0
o Casado	87	35.4	35.4	85.4
Válidos Divorciado	16	6.5	6.5	91.9
Unión Libre	17	6.9	6.9	98.8
Viudo	3	1.2	1.2	100.0
Total	246	100.0	100.0	

Tabla 22: Estado Civil por Porcentajes

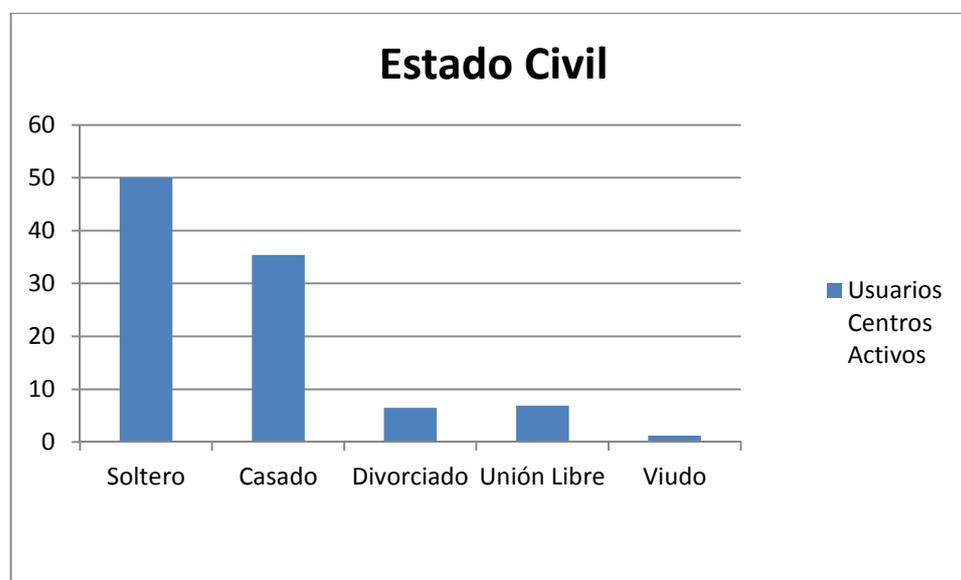


Ilustración 8: Estado Civil de los Usuarios

**Análisis Ejecutivo:** El presente análisis determina que un 50% de los usuarios de los Centros Activos son Solteros, seguido por un 35,4% de Casados. Estos datos resultan de mucha utilidad para determinar el perfil que tienen los usuarios, además de poder brindar un servicio óptimo de acuerdo a sus necesidades específicas.

**Análisis Comparativo:** De acuerdo a datos obtenidos del INEC (marzo, 2012), la mayor cantidad de pobladores en Pichincha son Casados con un 40,1%, siguiendo a los Solteros con un 36,9%, y siguiendo a los de Union Libre con un 13,1%. Estos datos brindan una luz respecto al perfil de los usuarios de los Centros Activos, ya que existiendo una mayoría de Casados en Pichincha, en los Centros Activos el mayor porcentaje de usuarios es de Solteros con un 50%.

### Nivel de Educación

#### Nivel de Educación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin Estudios	1	.4	.4	.4
Primaria	11	4.5	4.5	4.9
Válid idos Secundaria	139	56.5	56.5	61.4
Tercer Nivel	88	35.8	35.8	97.2
Cuarto Nivel	7	2.8	2.8	100.0
Total	246	100.0	100.0	

Tabla 23: Nivel de Educación por Porcentajes

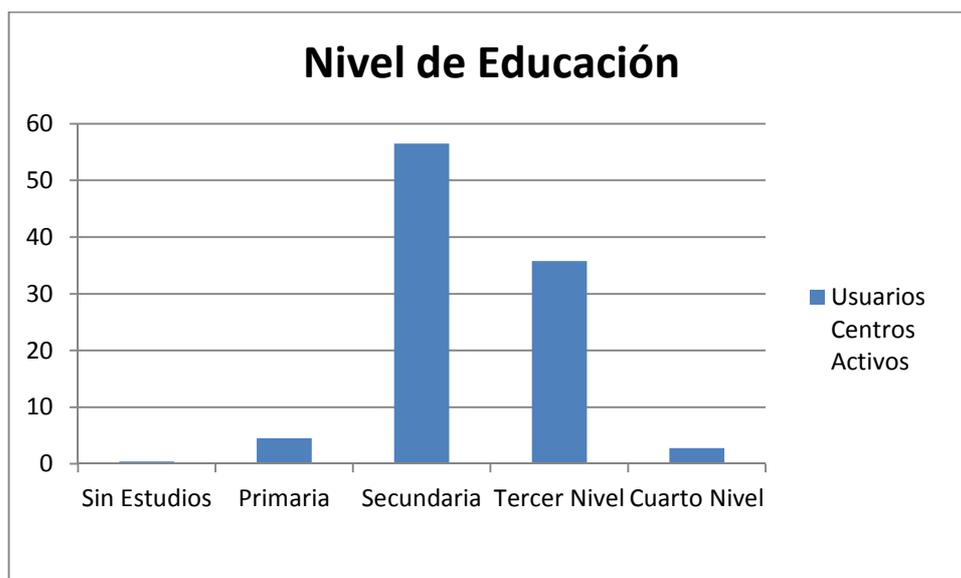


Ilustración 9: Nivel de Educación de los Usuarios

**Análisis Ejecutivo:** La pregunta demográfica del Nivel de Educación revela que la mayor parte de usuarios están cursando o terminaron la Secundaría sin continuar con sus estudios posteriormente a ello. Es un dato importante debido a que servirá como referencia para el análisis del perfil del usuario en estudios a futuro.

**Análisis Comparativo:** Según datos emitidos por el INEC, la ciudad de Quito es la segunda ciudad del país con mayor promedio de escolaridad (10,44 años) superada únicamente por San Cristobal (10,57). Este análisis resulta alentador para la ciudad, a la vez que comparado con los usuarios podemos destacar que estudiantes de Secundaría son quienes acuden más a hacer deporte en las instalaciones deportivas. (Noticias Quito)

## Nivel de Ingresos

### Ingresos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100\$ - 200\$	66	26.8	26.8	26.8
201\$ - 300\$	11	4.5	4.5	31.3
301\$ - 400\$	47	19.1	19.1	50.4
Más de 400\$	122	49.6	49.6	100.0
Total	246	100.0	100.0	

Tabla 24: Ingresos por Rangos

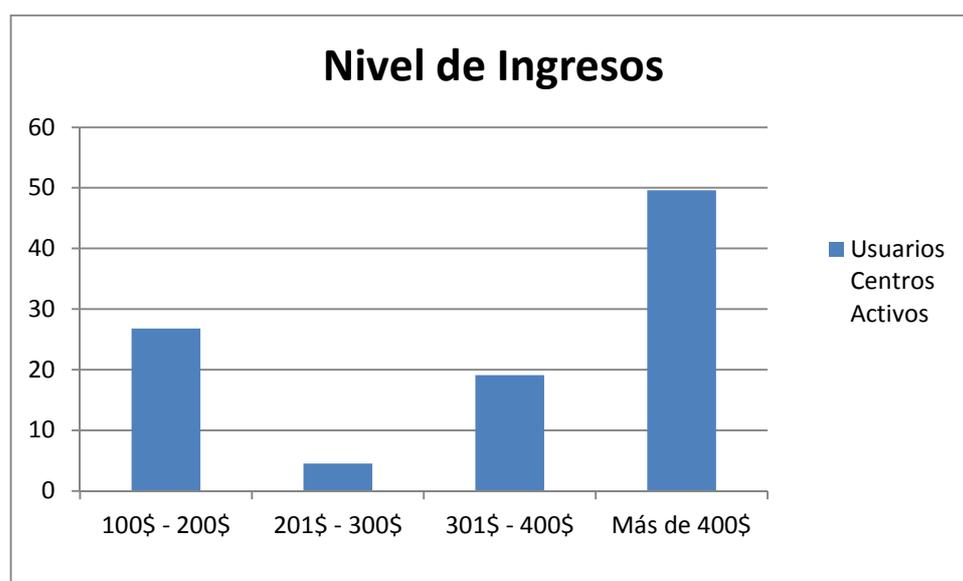


Ilustración 10: Ingresos por Rangos

**Análisis Ejecutivo:** El Nivel de Ingresos de los usuarios de los Centros Activos está determinado por un 49,6% que tienen un ingreso de más de 400 \$ mensuales, seguidos por un 26,8% de personas que tienen un ingreso de 100 \$ a 200 \$. Este es un factor clave debido a que hablamos de un mayor porcentaje de usuarios que tienen ingresos aceptables y probablemente estarían dispuestos a pagar un valor económico

por un servicio de excelente calidad. Esta información es útil para un próximo estudio y análisis de los usuarios.

**Análisis Comparativo:** Según datos del INEC (marzo, 2012), los Ecuatorianos tenemos un ingreso corriente mensual por hogar de 893\$ el cual está incluido los no monetarios y monetarios, es decir todos los ingresos. Podemos destacar que los usuarios de los Centros Activos reciben parte de estos ingresos familiares ya que los miembros de la familia tienen gastos.

### Frecuencia de Uso de los Centros Activos por Semana

#### A la semana, cuantas veces utiliza un Centro Activo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	55	22.4	24.6	24.6
2	47	19.1	21.0	45.5
3	46	18.7	20.5	66.1
4	26	10.6	11.6	77.7
5	42	17.1	18.8	96.4
6	5	2.0	2.2	98.7
7	3	1.2	1.3	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdido Siste.	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 25: Frecuencia de Uso por Semana

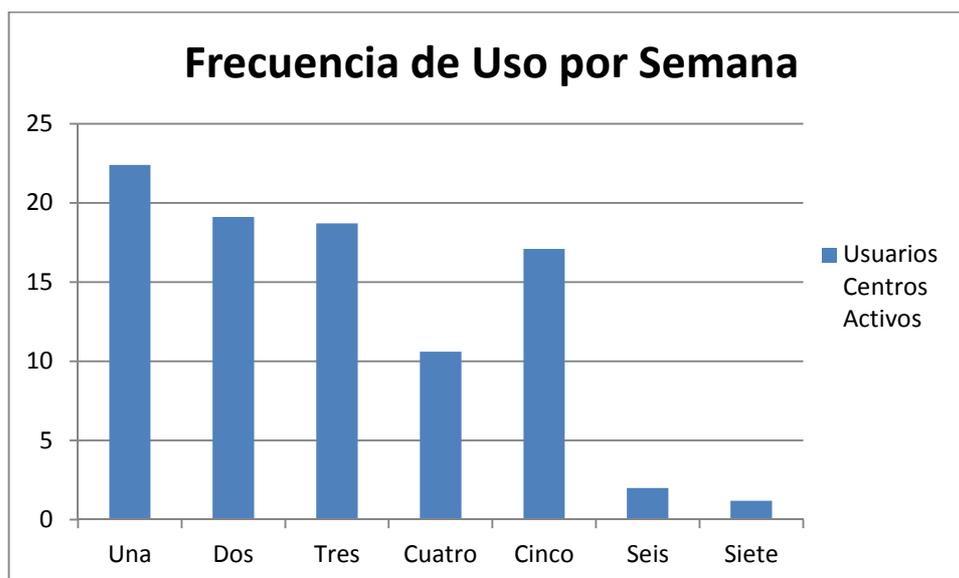


Ilustración 11: Frecuencia de Uso por Semana

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto a la frecuencia de uso de los Centros Activos encontramos que un 22,4% de las personas utiliza una vez a la semana seguido de un 19,8% y 18,7% que mencionan que asisten dos y tres veces por semana respectivamente. Es un dato importante debido a que los usuarios solo frecuentan los Centros Activos de 1 hasta 3 días por semana para hacer deporte y servirá para futuros estudios de comportamientos deportivos de la población.

**Análisis Comparativo:** Según un estudio en casi todas las actividades deportivas existentes los usuarios respondieron utilizarlos una o dos veces por semana, lo que presenta mayor frecuencia. (Camacho, Soto, Cantón, & Rodríguez, 2008). Es así que comparado con la presente investigación podemos mencionar que los usuarios con mayor porcentaje respondieron asistir una vez por semana.

### Que Servicios ha Utilizado

#### Que servicios de los Centros Activos ha utilizado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Fútbol	87	35.4	38.8	38.8
Baloncesto	9	3.7	4.0	42.9
Gimnasio	73	29.7	32.6	75.4
Natación	18	7.3	8.0	83.5
Tenis	2	.8	.9	84.4
Voleibol	11	4.5	4.9	89.3
Bailoterapia	8	3.3	3.6	92.9
Pista	16	6.5	7.1	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdido Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 26: Servicios Utilizados

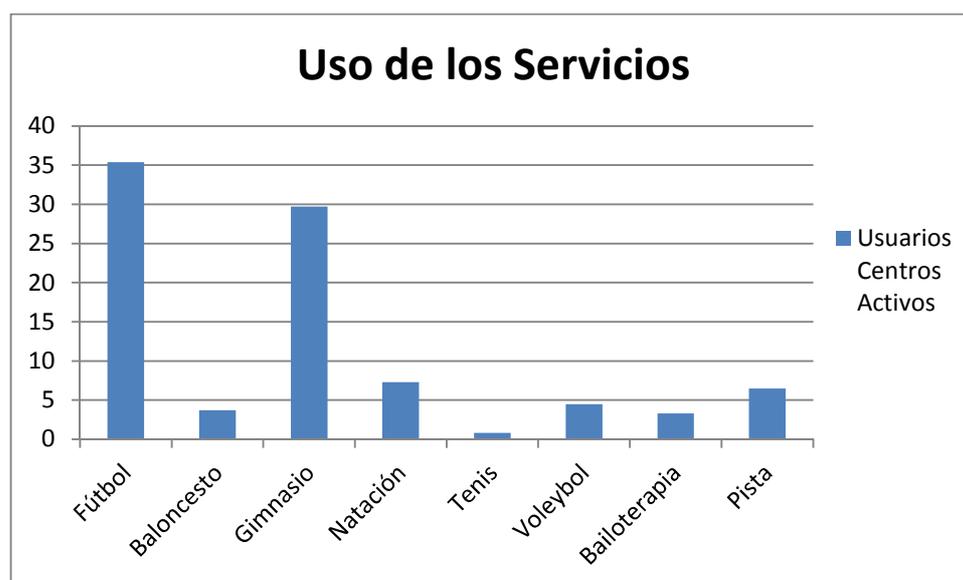


Ilustración 12: Servicios más Utilizados por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** Respecto a los servicios que se utilizan en los Centros Activos tenemos con un 35,4% al deporte fútbol, hablando de canchas sintéticas, césped y áreas para practicar fútbol. Mientras que tenemos a Gimnasio con un 29,7%, hablando de equipos con pesas, máquinas y áreas de gimnasio.

**Análisis Comparativo:** En un estudio llevado a cabo en España se detalla acerca de los servicios más utilizados en Centros Deportivos, entre los cuales encontramos Gimnasia en primer lugar, siguiendo a Sala de Fitness y en tercer lugar Estiramientos. (Camacho, Soto, Cantón, & Rodríguez, 2008). Así podemos destacar que los perfiles de los consumidores de los Centros Activos y Centros Deportivos en España tienen preferencias totalmente diferentes, así mismo necesidades deportivas diferentes.

### **3.3.2 Análisis Bivariado**

El análisis bivariado nos permite analizar dos o más variables de estudio, utilizando técnicas estadísticas que se presentarán a continuación.

#### **3.3.2.1 Anova**

**H<sub>0</sub>:** Si es mayor que 0.05 se rechaza. No existe una relación entre los ingresos y la frecuencia de uso semanal de los Centros Activos

**H<sub>1</sub>:** si es menor que 0.05 se acepta. Existe una relación entre los ingresos y la frecuencia de uso semanal de los Centros Activos

### ANOVA de un factor

Ingresos

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	21.232	6	3.539	2.166	.047
Intra-grupos	354.514	217	1.634		
Total	375.746	223			

Tabla 27: Anova Ingresos

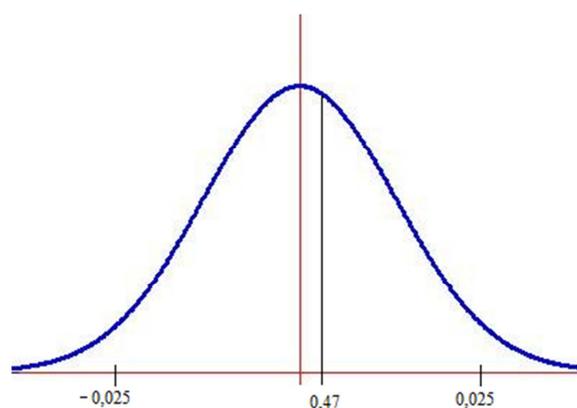


Ilustración 13: Anova Ingresos

**Análisis Ejecutivo:** Se consideraron las variables de los Ingresos y la Frecuencia de Uso semanal de los Centros Activos, en donde se puede observar un nivel de significancia menor que 0,05, es decir ambas variables se encuentran relacionadas y tienen medias similares para lo cual se acepta la hipótesis alternativa

#### Hipótesis

**H<sub>0</sub>:** Si es mayor que 0.05 se rechaza. No existe una relación entre el género y los servicios de los Centros Activos que ha utilizado

**H<sub>1</sub>:** si es menor que 0.05 se acepta. Existe una relación entre el género y los servicios de los Centros Activos que ha utilizado

### ANOVA de un factor

Género

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	9.971	7	1.424	6.855	.000
Intra-grupos	44.886	216	.208		
Total	54.857	223			

Tabla 28: Anova Género

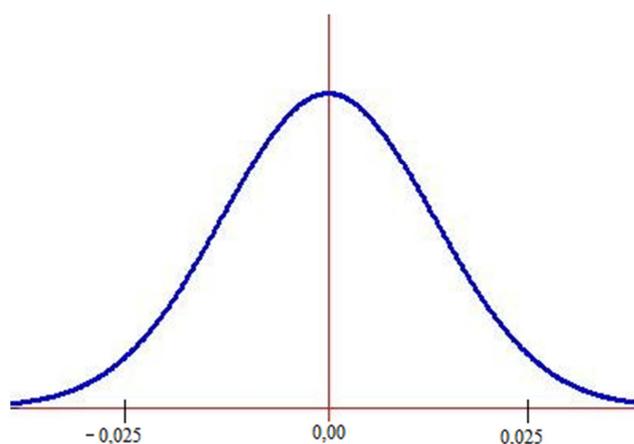


Ilustración 14: Anova Género

**Análisis Ejecutivo:** Se consideraron las variables Género y los Servicios que utilizados en los Centros Activos, en donde se puede observar un nivel de significancia menor que 0,05 es decir ambas variables se encuentran relacionadas y tienen medias similares para lo cual se acepta la hipótesis alternativa.

### 3.3.2.2 Tabla de Contingencia (CROSSTAB)

Se utilizó las variables Género y a la semana cuantas veces acude a un Centro Activo y brindando los siguientes resultados.

#### Tabla de contingencia Género \* A la semana, cuantas veces utiliza un Centro Activo

Recuento

		A la semana, cuantas veces utiliza un Centro Activo						Total
		1	2	3	4	5		
Género	Masculino	3	2	2	1	2		128
	Femenino	4	6	8	4	1		
Total		2	2	1	1	2		96
		1	1	8	2	1		
		5	4	4	2	4		224
		5	7	6	6	2		

Tabla 29: Tabla de Contingencia Género y Frecuencia de Uso Semanal

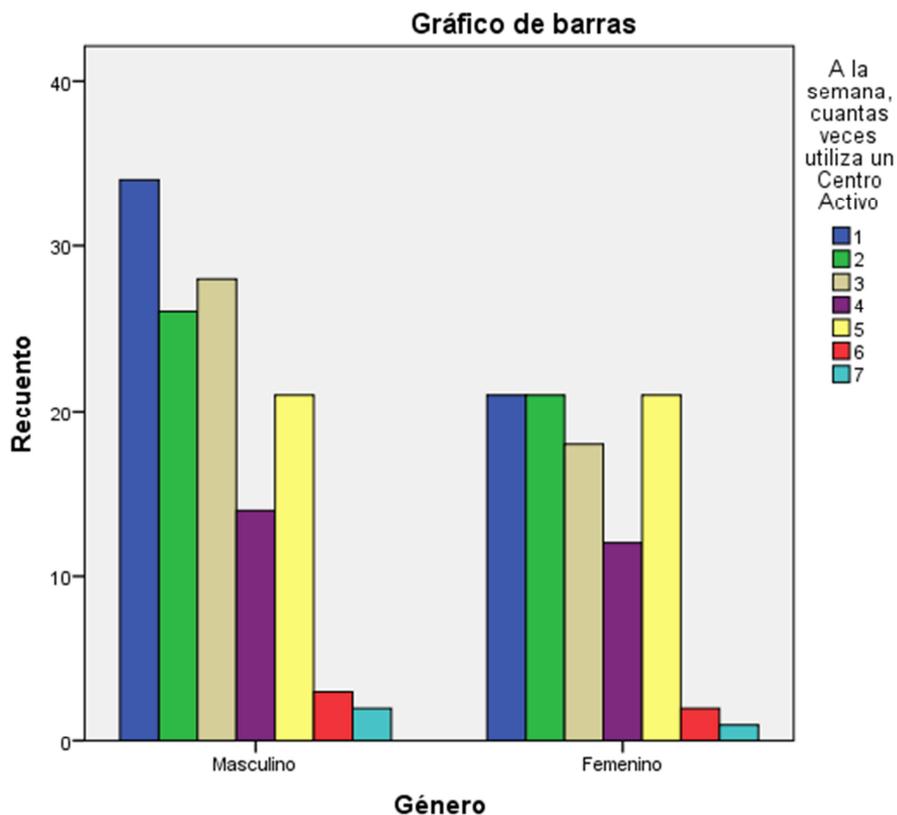


Ilustración 15: Contingencia Género y Frecuencia de Uso Semanal

**Análisis Ejecutivo:** En la tabla anterior se puede detallar la relación entre las variables establecidas. Al realizar el cruce de las mismas se evidencia que el mayor contingente fue de 34, es decir que los usuarios que más asisten a los Centros Activos son de género Masculino y lo hacen una vez a la semana, por tanto se determina una asociación entre variables lo que determina que el proyecto es bueno.

### 3.3.2.3 Análisis de Correlación

#### Correlaciones

		Edad	Estado civil	Ingresos
Edad	Correlación de Pearson	1	.510**	.462**
	Sig. (bilateral)		.000	.000
	N	246	246	246
Estado civil	Correlación de Pearson	.510**	1	.196**
	Sig. (bilateral)	.000		.002
	N	246	246	246
Ingresos	Correlación de Pearson	.462**	.196**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.002	
	N	246	246	246

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 30: Tabla de Correlación Edad, Estado Civil e Ingresos

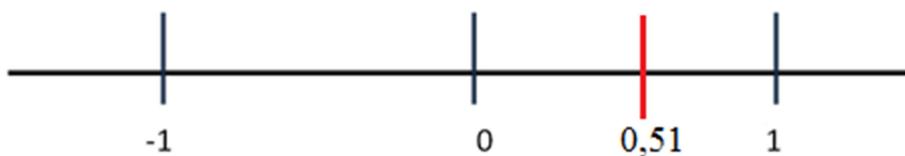


Ilustración 16: Correlación Edad y Estado Civil

**Análisis Ejecutivo:** Se observa que existe una mediana correlación entre las variables Edad y Estado Civil, siendo que es una de las correlaciones más altas. Mientras que en cuanto a la Edad y los Ingresos tenemos una baja correlación, lo que significa que las variables Edad y Estado Civil se relacionan.

### 3.3.6 Chi Cuadrado

Más del 25% de los Usuarios de los Centros Activos tienen ingresos altos.

**H<sub>0</sub>:**  $\mu \geq 25\%$

**H<sub>1</sub>:**  $\mu < 25\%$

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12.777 <sup>a</sup>	3	.005
Razón de verosimilitudes	12.435	3	.006
Asociación lineal por lineal	1.921	1	.166
N de casos válidos	246		

a. 2 casillas (25.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .98.

Tabla 31: Tabla Chi Cuadrado

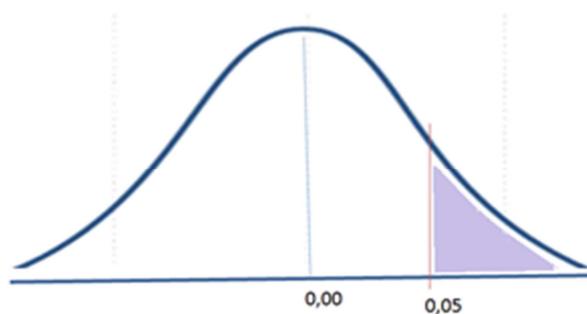
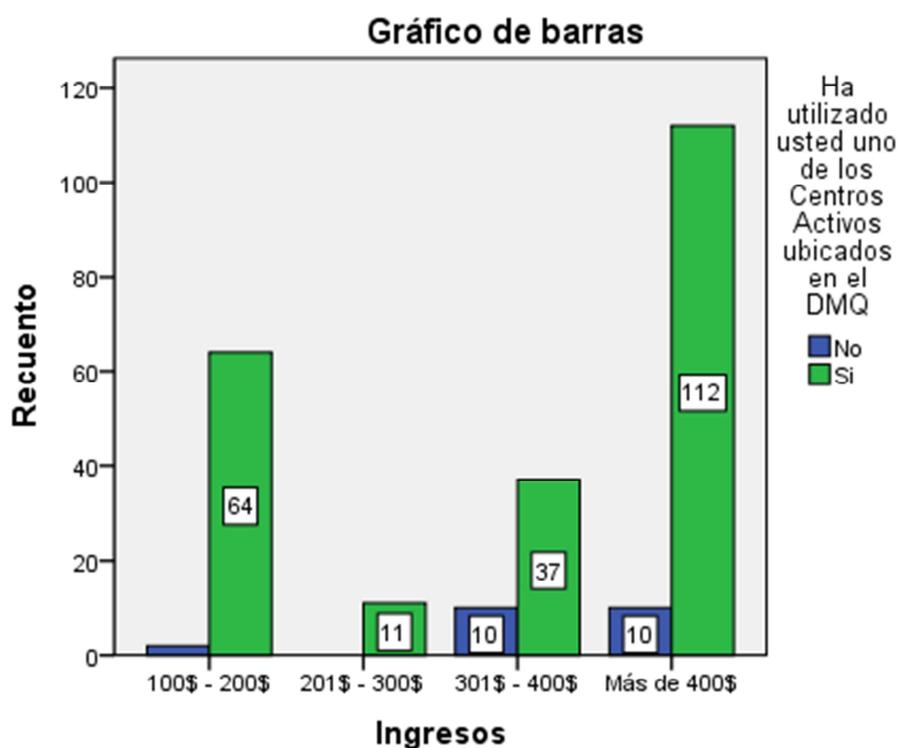


Ilustración 17: Chi Cuadrado



**Análisis Ejecutivo:** Se acepta la hipótesis nula ya que el nivel de significancia es menor al alfa de 0,05 y se encuentra dentro de la zona de aceptación. Es decir que más del 25% de los usuarios encuestados poseen ingresos altos, mencionando ingresos altos como un ingreso mayor a 400\$.

### 3.3.7 Análisis de las Brechas SERVQUAL por ítem

#### Apariencia de los Equipos

#### B1 Apariencia de los equipos en los Centros Activos. (maquinas, pesas, tableros, arcos)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	3	1.2	1.3	1.3
-3	6	2.4	2.7	4.0
-2	32	13.0	14.3	18.3
-1	61	24.8	27.2	45.5
0	101	41.1	45.1	90.6
1	17	6.9	7.6	98.2
2	2	.8	.9	99.1
3	1	.4	.4	99.6
4	1	.4	.4	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdido Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 32: Brecha de la Apariencia de los Equipos

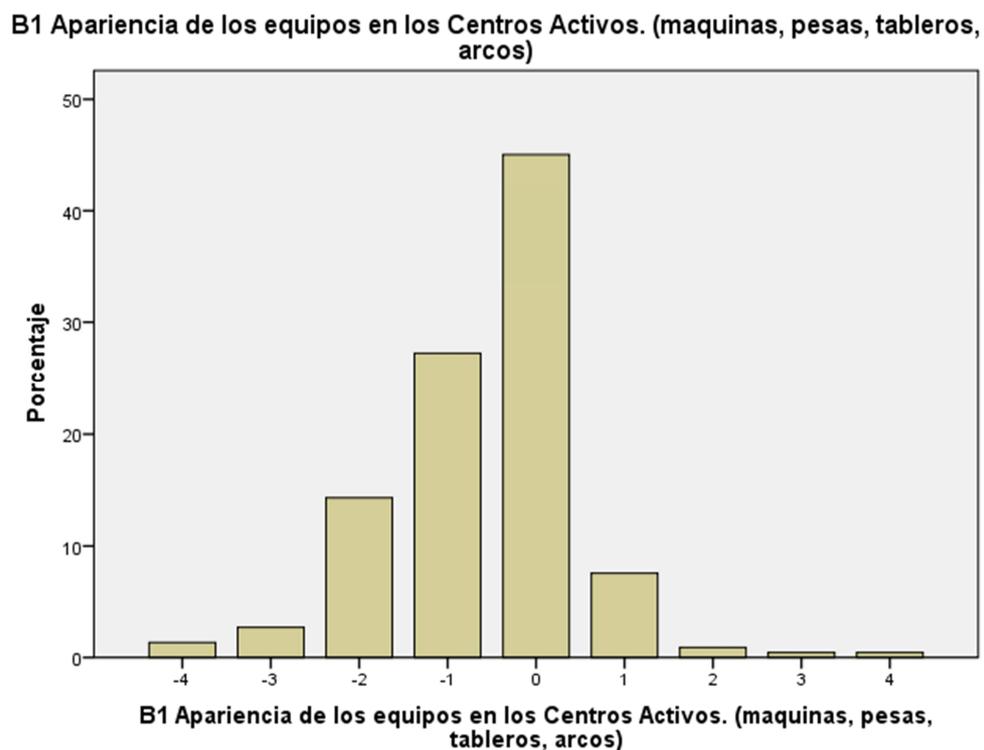


Ilustración 18: Brecha de la Apariencia de equipos por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En el ítem de la apariencia de los equipos como maquinas, pesas, tableros y arcos se ha encontrado una insatisfacción del 45,5%, lo cual es considerablemente alta. A pesar de que la satisfacción es del 54,5% superando así al porcentaje de usuarios insatisfechos es una variable que se debe tomar en cuenta para un futuro análisis.

### Atractivo de las Instalaciones Físicas

**B2 Instalaciones físicas según su atractivo físico. (edificios, cuartos de ejercicio, paredes)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	1	.4	.4	.4
-3	5	2.0	2.2	2.7
-2	25	10.2	11.2	13.8
-1	58	23.6	25.9	39.7
0	119	48.4	53.1	92.9
1	12	4.9	5.4	98.2
2	4	1.6	1.8	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 33: Brecha del Atractivo de las Instalaciones

**B2 Instalaciones físicas según su atractivo físico. (edificios, cuartos de ejercicio, paredes)**

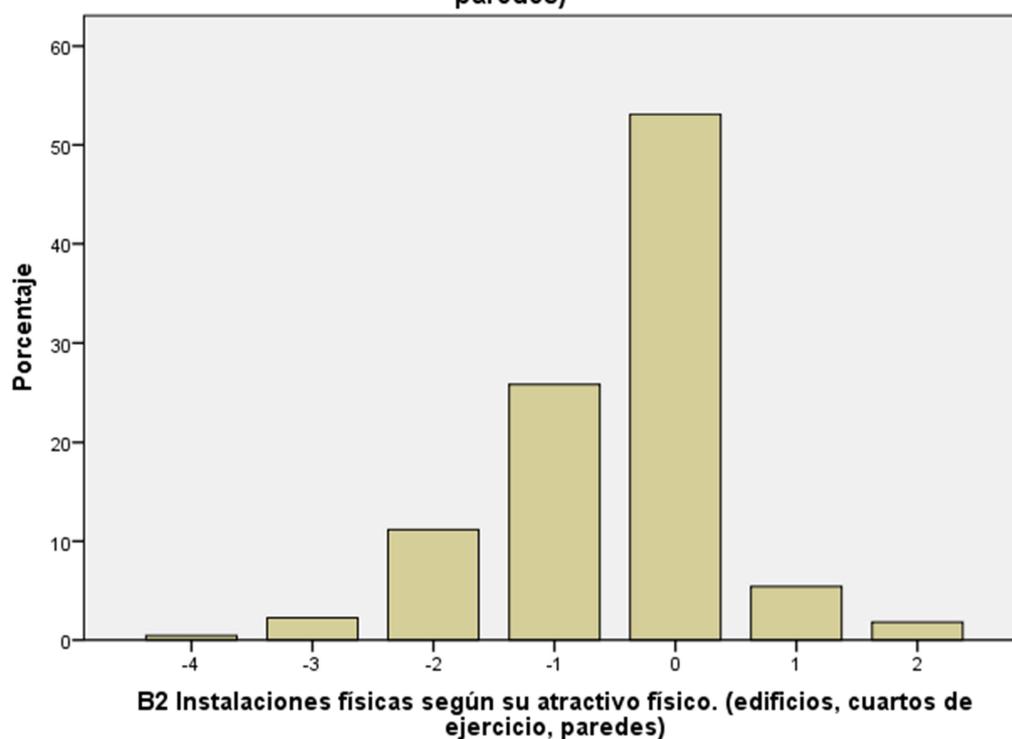


Ilustración 19: Brecha del Atractivo Físico de las Instalaciones por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto al atractivo físico de las instalaciones encontramos una insatisfacción del 39,7% siendo un porcentaje de insatisfacción relativamente bajo ya que existe una satisfacción del 60,3%. En cuanto al atractivo de las instalaciones podemos destacar que la satisfacción es alta pero es un valor que se puede mejorar.

### Limpieza

#### B3 Apariencia física según su limpieza.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	5	2.0	2.2	2.2
-3	4	1.6	1.8	4.0
-2	34	13.8	15.2	19.2
-1	44	17.9	19.6	38.8
Válidos 0	122	49.6	54.5	93.3
1	11	4.5	4.9	98.2
2	4	1.6	1.8	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 34: Brecha de la Limpieza

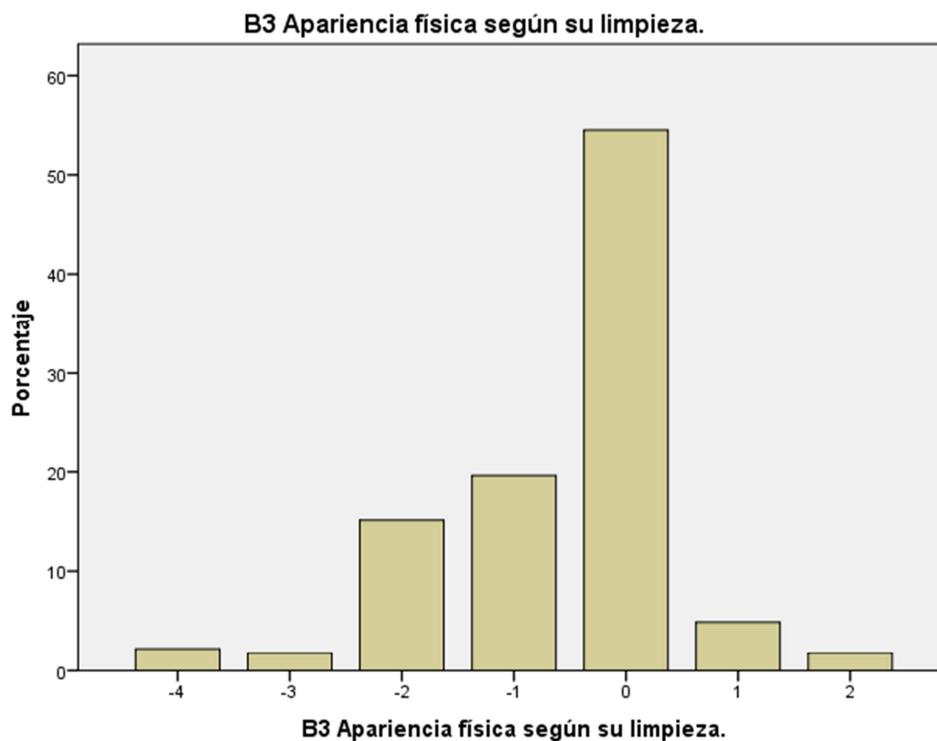


Ilustración 20: Brecha de la Limpieza por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto a la limpieza encontramos que la insatisfacción es del 38,8% siendo una cifra relativamente baja ya que existe una satisfacción del 61,2%. Aunque a la vez nos demuestra que la limpieza es un ítem que se puede mejorar.

### Atractivo de Materiales Asociados (áreas verdes, piletas)

**B4 Atractivo de los materiales asociados con el servicio. (áreas verdes, piletas)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	3	1.2	1.3	1.3
-3	6	2.4	2.7	4.0
-2	33	13.4	14.7	18.8
-1	60	24.4	26.8	45.5
0	110	44.7	49.1	94.6
1	8	3.3	3.6	98.2
2	4	1.6	1.8	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 35: Brecha del Atractivo de las Áreas verdes y Piletas

**B4 Atractivo de los materiales asociados con el servicio. (áreas verdes, piletas)**

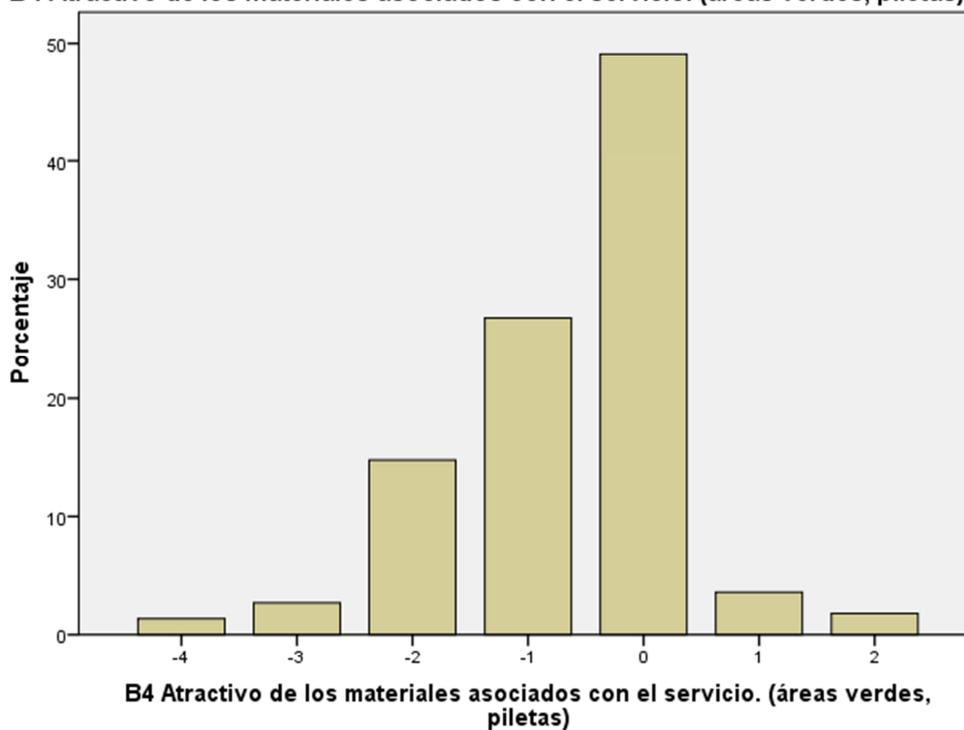


Ilustración 21: Brecha del Atractivo de las Áreas Verdes y Piletas por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto al atractivo de los materiales asociados al servicio como áreas verdes, piletas, pisos podemos destacar que existe una insatisfacción del 45,5% la cual es considerablemente alta. A su vez encontramos que existe una satisfacción de 54,5%. Concluimos que es una variable que tiene que mejorar y ser tratada con mayor atención.

### Cumplimiento de las Promesas de los Empleados

**B5 Cumplimiento de promesas de los empleados.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	3	1.2	1.3	1.3
-3	1	.4	.4	1.8
-2	17	6.9	7.6	9.4
Válidos -1	39	15.9	17.4	26.8
0	148	60.2	66.1	92.9
1	14	5.7	6.3	99.1
2	2	.8	.9	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 36: Brecha del Cumplimiento de Promesas de los Empleados



Ilustración 22: Brecha del Cumplimiento de Promesas por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** Respecto al cumplimiento de las promesas por parte de los empleados podemos detallar que existe una insatisfacción del 26,8% la cual es una cifra bastante baja. Además de que por ende tenemos una satisfacción del 73,2%. Podemos concluir de que las promesas de los empleados tienen a sus usuarios bastante satisfechos aunque es una cifra que si se puede mejorar.

## Interés de los Empleados en Solucionar Problemas

### B6 Interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	2	.8	.9	.9
-3	5	2.0	2.2	3.1
-2	13	5.3	5.8	8.9
-1	54	22.0	24.1	33.0
Válidos 0	139	56.5	62.1	95.1
1	9	3.7	4.0	99.1
2	1	.4	.4	99.6
3	1	.4	.4	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 37: Brecha del Interés de los empleados en solucionar problemas

### B6 Interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes.



Ilustración 23: Brecha del Interés de los Empleados en Solucionar Problemas por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto al ítem del interés de los empleados por solucionar problemas de los usuarios encontramos que existe una insatisfacción del 33% lo cual es bastante aceptable al no ser una cifra muy alta. Así lo determinamos obtenido la relación de la satisfacción que es del 67%. Podemos concluir que es un ítem que los usuarios se encuentran bastante satisfechos pero se puede mejorar.

### Eficacia (realiza el servicio correcto a la primera)

#### B7 Eficacia de los Centros Activos. (realiza el servicio correcto a la primera)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	2	.8	.9	.9
-3	2	.8	.9	1.8
-2	18	7.3	8.0	9.8
-1	40	16.3	17.9	27.7
Válidos 0	149	60.6	66.5	94.2
1	11	4.5	4.9	99.1
2	2	.8	.9	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 38: Brecha de la Eficacia (realiza el servicio correcto a la primera)

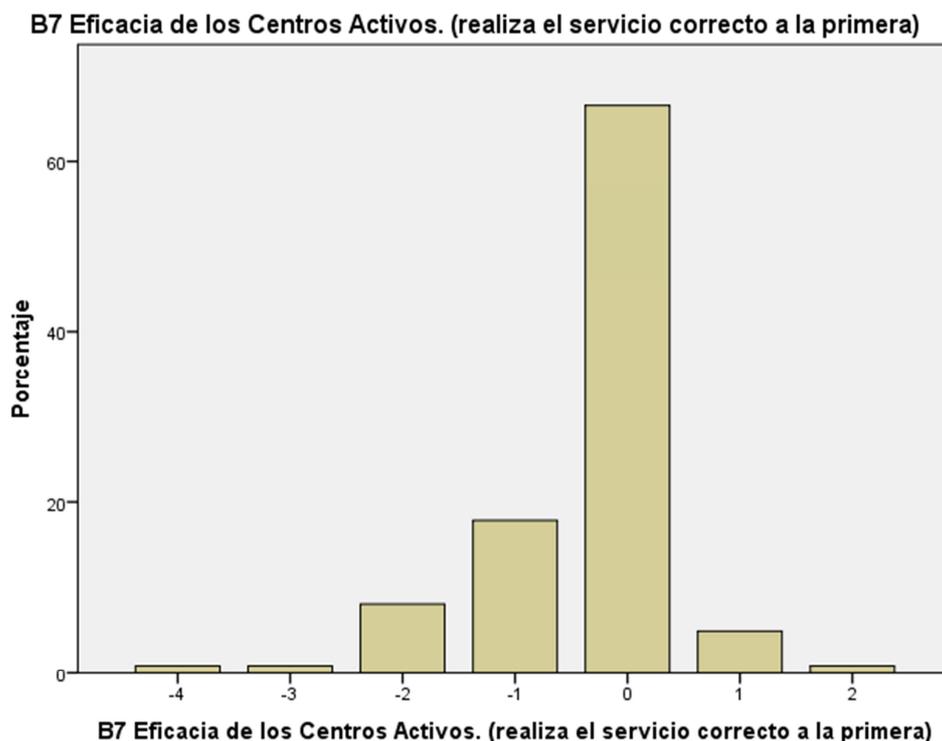


Ilustración 24: Brecha de la Eficacia (servicio correcto a la primera) por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto a la Eficacia existente en los Centros Activos es decir si se realiza el servicio correcto desde la primera vez que se utilizó encontramos que existe una insatisfacción del 27,7% la cual es una cifra baja comparado con la satisfacción existente que es de 72,3%. Para lo cual podemos concluir que la eficacia es una variable que tiene bastante satisfechos a los usuarios, aunque es una cifra que si se puede mejorar.

### Se Cumple el Horario Establecido por el Servicio

**B8 Tiempo de cumplimiento del trabajo. (se cumple el horario establecido por el servicio)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	1	.4	.4	.4
-3	1	.4	.4	.9
-2	8	3.3	3.6	4.5
-1	26	10.6	11.6	16.1
0	176	71.5	78.6	94.6
1	10	4.1	4.5	99.1
2	2	.8	.9	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 39: Brecha del Tiempo de Cumplimiento del Trabajo

**B8 Tiempo de cumplimiento del trabajo. (se cumple el horario establecido por el servicio)**

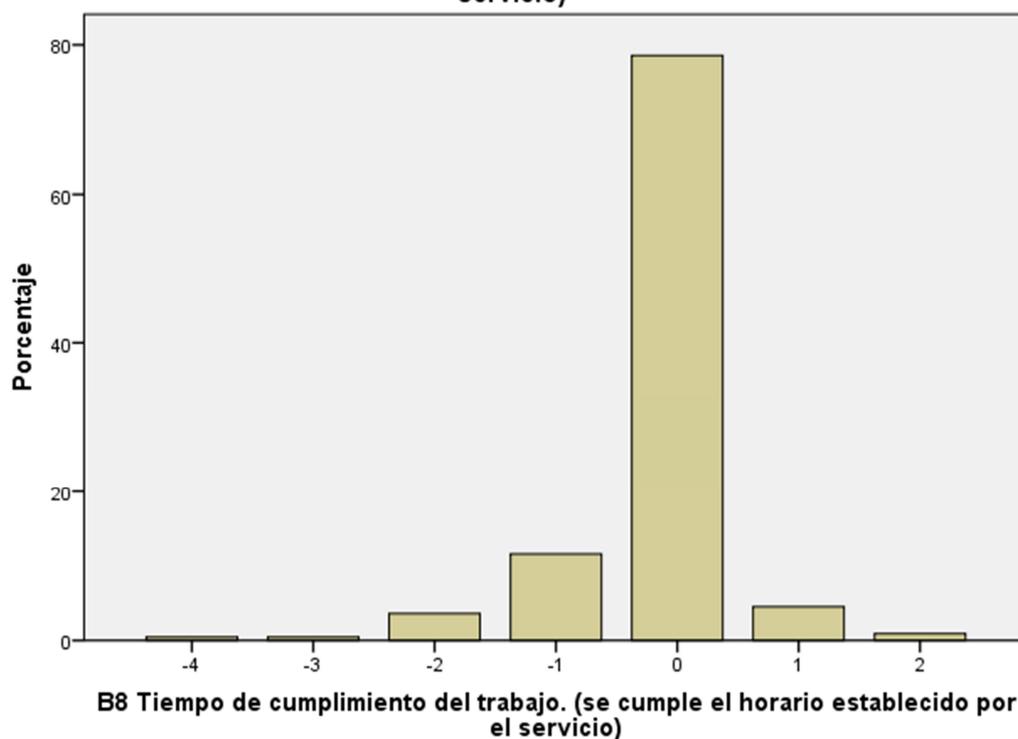


Ilustración 25: Brecha del Tiempo de Cumplimiento del Trabajo por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** El tiempo de cumplimiento del trabajo es un ítem que encontramos una insatisfacción de 16,1% la cual es una cifra bastante baja y positiva para los Centros Activos. Es decir que existe una satisfacción del 83,9%. Podemos concluir además que esta variable se convierte en una de las fortalezas de los Centros Activos.

### Eficiencia de los Servicios (exento de errores)

#### B9 Eficiencia de los servicios. (exento de errores)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	1	.4	.4	.4
-3	4	1.6	1.8	2.2
-2	21	8.5	9.4	11.6
Válidos -1	50	20.3	22.3	33.9
0	138	56.1	61.6	95.5
1	6	2.4	2.7	98.2
2	4	1.6	1.8	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 40: Brecha de la Eficiencia de los Servicios (exento de errores)

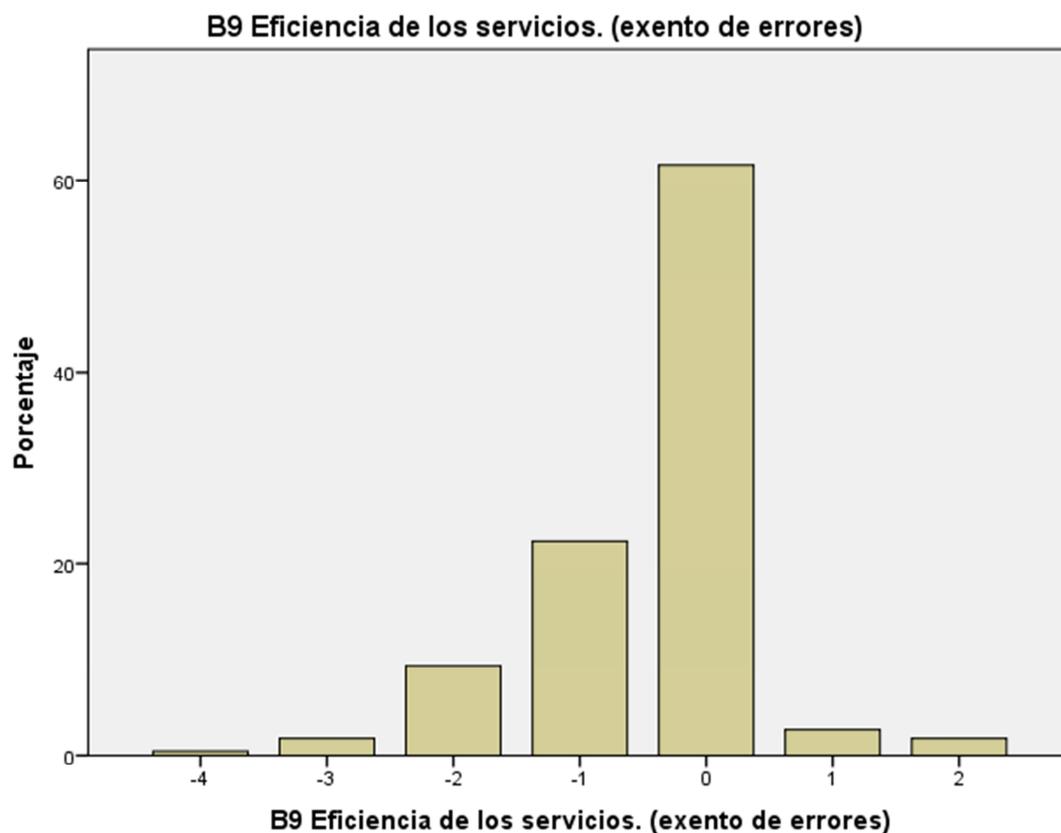


Ilustración 26: Brecha de la Eficiencia de los Servicios por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto a la eficiencia de los servicios, es decir que el servicio se encuentra exento de errores encontramos una insatisfacción del 33,9% la cual es una cifra relativamente alta. A pesar de que el porcentaje de satisfacción es mayor con un 66,1%. Podemos concluir que no existe una insatisfacción sumamente alta en cuanto a la eficiencia del servicio, pero es una variable que se puede mejorar.

## Nivel de Comunicación con los Empleados

**B10 Nivel de comunicación que tiene con los empleados.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	5	2.0	2.2	2.2
-3	6	2.4	2.7	4.9
-2	25	10.2	11.2	16.1
Válidos -1	47	19.1	21.0	37.1
0	131	53.3	58.5	95.5
1	10	4.1	4.5	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 41: Brecha del Nivel de Comunicación que tiene con los Empleados.



Ilustración 27: Brecha del Nivel de Comunicación por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto al nivel de comunicación que los usuarios tienen con los empleados encontramos una insatisfacción del 37,1% la cual es una cifra considerable para realizar mejorar. Podemos compararla con la satisfacción que es del 62,9%. Concluimos que a pesar de ser la satisfacción mayor a la insatisfacción es una cifra que se puede mejorar.

### Velocidad del Servicio

#### B11 Velocidad del servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	2	.8	.9	.9
-3	2	.8	.9	1.8
-2	21	8.5	9.4	11.2
-1	43	17.5	19.2	30.4
Válidos 0	149	60.6	66.5	96.9
1	5	2.0	2.2	99.1
2	1	.4	.4	99.6
3	1	.4	.4	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 42: Brecha de la Velocidad del Servicio

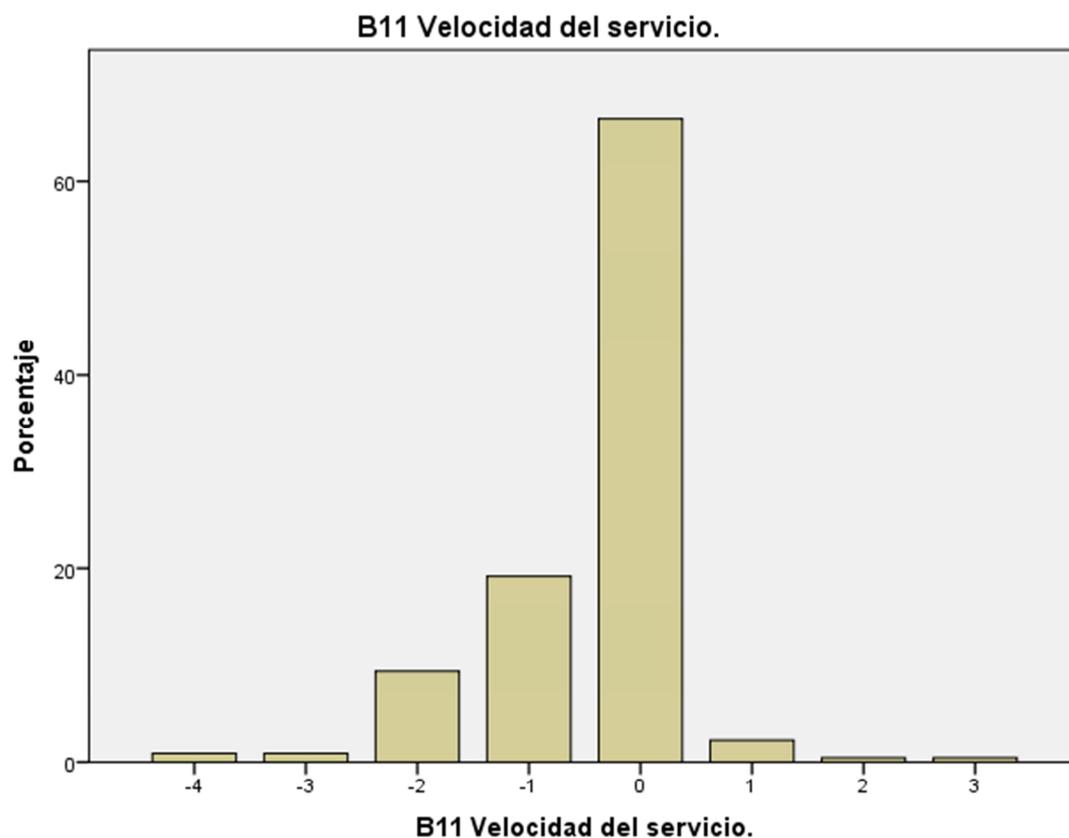


Ilustración 28: Brecha de la Velocidad del Servicio por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** La velocidad del servicio encontramos que es un ítem con una insatisfacción del 30,4% la cual es una cifra considerable para realizar mejoras. A pesar de existir una satisfacción del 69,6% es una cifra porcentual que se puede mejorar a partir de estrategias.

## Disponibilidad de la Atención del Servicio

**B12 Nivel de disponibilidad de atención. (el servicio que busca esta siempre disponible)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	2	.8	.9	.9
-3	4	1.6	1.8	2.7
-2	16	6.5	7.1	9.8
-1	44	17.9	19.6	29.5
0	148	60.2	66.1	95.5
1	9	3.7	4.0	99.6
3	1	.4	.4	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 43: Brecha del Nivel de Disponibilidad de la Atención.

**B12 Nivel de disponibilidad de atención. (el servicio que busca esta siempre disponible)**

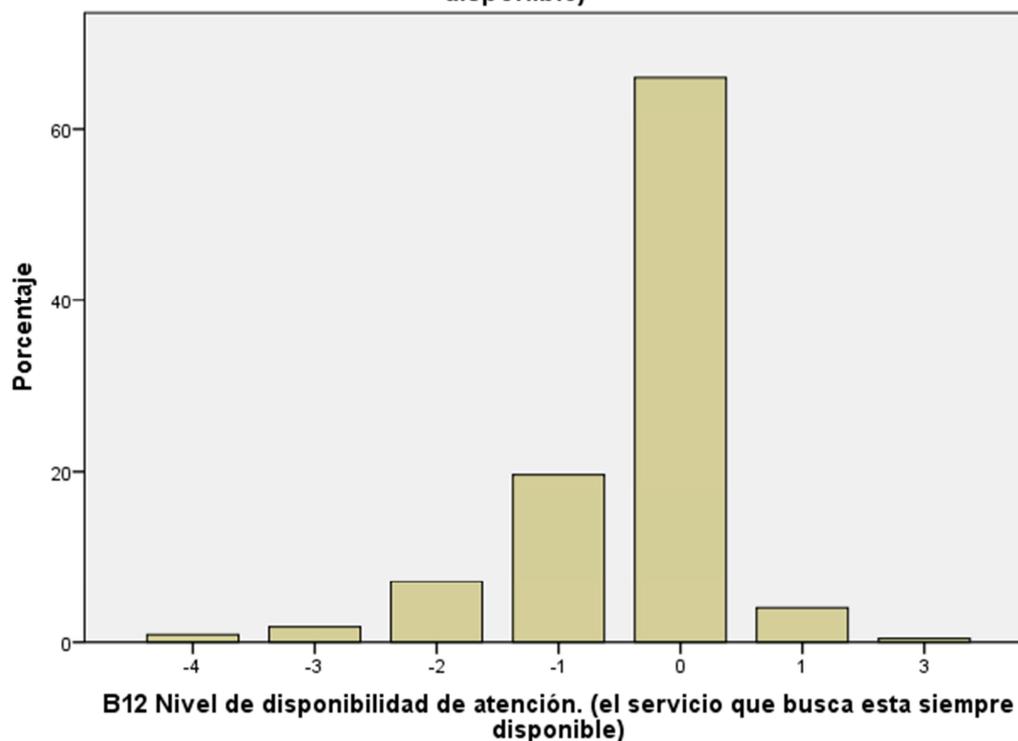


Ilustración 29: Brecha del Nivel de Disponibilidad de Atención por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto a la disponibilidad de la atención encontramos un porcentaje de insatisfacción del 29,5% el cual es considerable como para realizar mejoras. Y podemos compararlo con la satisfacción que es del 70,5% que es mucho mayor que la insatisfacción, pero a la vez es una cifra que se puede mejorar en base a estrategias.

### Se Informa Cuando serán Desempeñados los Servicios

**B13 Se informa exactamente cuándo serán desempeñados los servicios por parte de los empleados.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	2	.8	.9	.9
-3	5	2.0	2.2	3.1
-2	22	8.9	9.8	12.9
-1	26	10.6	11.6	24.6
Válidos 0	157	63.8	70.1	94.6
1	10	4.1	4.5	99.1
2	2	.8	.9	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 44: Brecha de si se Informa cuándo serán Desempeñados los Servicios

**B13 Se informa exactamente cuándo serán desempeñados los servicios por parte de los empleados.**

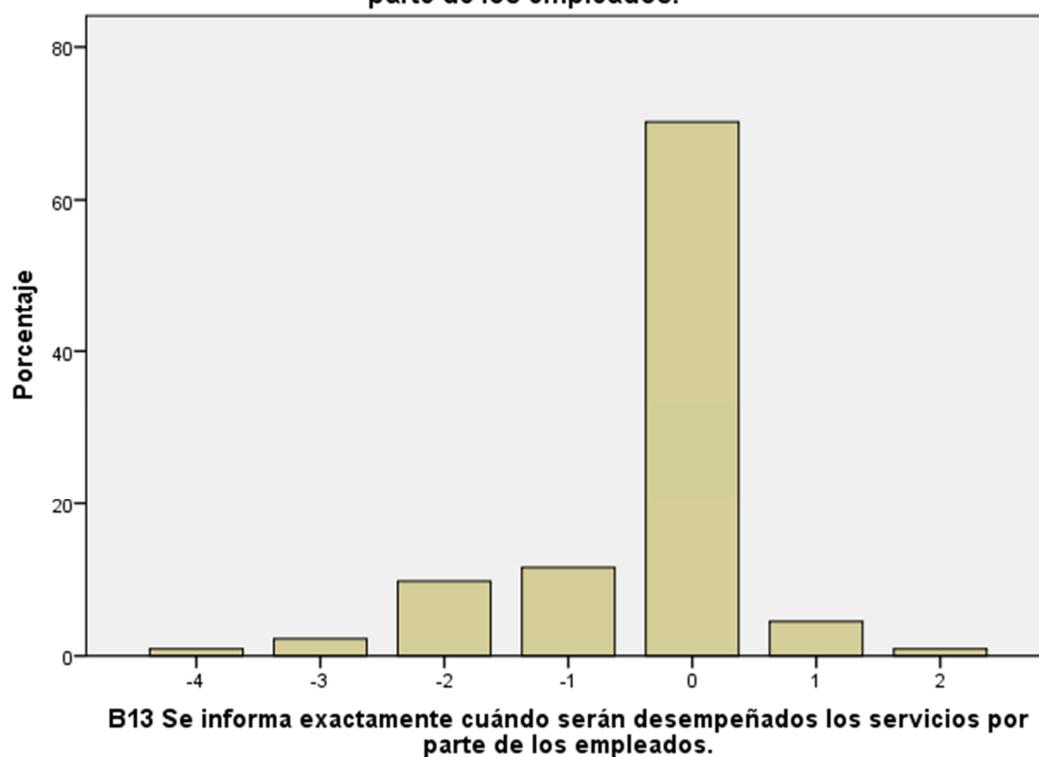


Ilustración 30: Brecha si se Informa cuando serán Desempeñados los Servicios por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto al ítem si se informa exactamente cuándo serán desempeñados los servicios encontramos una insatisfacción del 24,6% lo cual nos indica que es una de las fortalezas de los Centros Activos. Además podemos compararla con la satisfacción que es de un 75,4% una cifra bastante alentadora, que de igual manera puede ser mejorada.

## Confianza que Brinda el Comportamiento de los Empleados

**B14 Confianza que brinda el comportamiento de los empleados.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	3	1.2	1.3	1.3
-3	2	.8	.9	2.2
-2	12	4.9	5.4	7.6
-1	36	14.6	16.1	23.7
0	164	66.7	73.2	96.9
1	5	2.0	2.2	99.1
2	2	.8	.9	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 45: Brecha de la Confianza que brinda el Comportamiento de los Empleados.

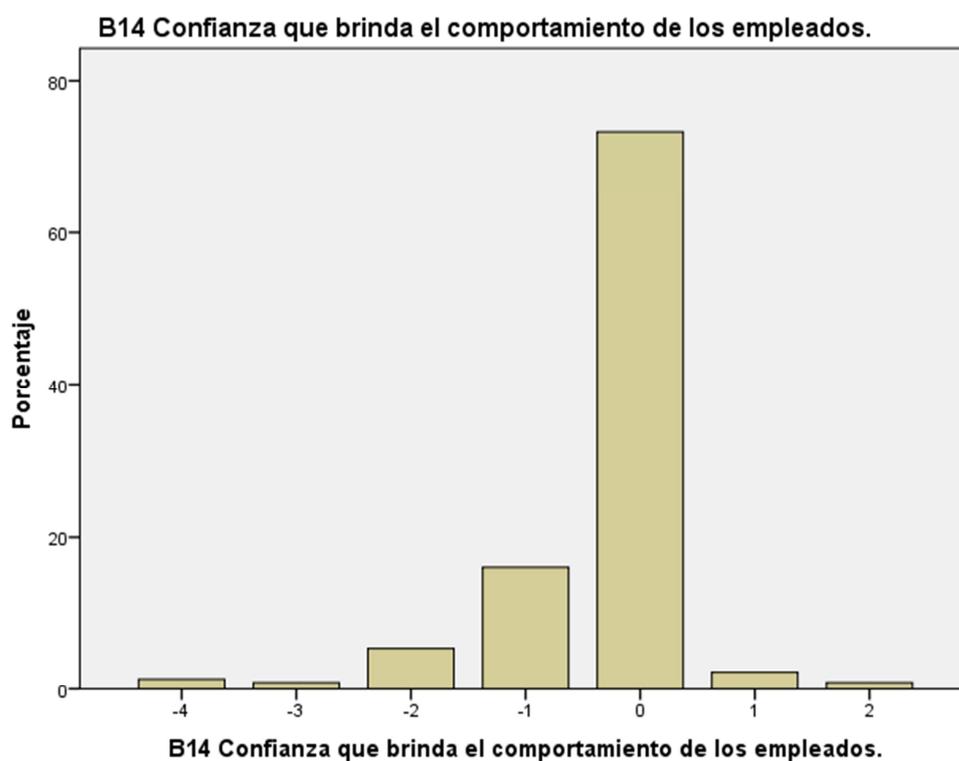


Ilustración 31: Brecha de la Confianza que brinda el Comportamiento de los Empleados

**Análisis Ejecutivo:** En el ítem de la confianza que brinda el comportamiento de los empleados encontramos una insatisfacción del 23,7% la cual es una cifra relativamente baja. La podemos comparar con la satisfacción que es de un 76,3%. Podemos concluir que la satisfacción es bastante alentadora a pesar de que se puede mejorar aún más utilizando estrategias.

### Seguridad que siente con la Inversión que realiza el Estado

**B15 Nivel de seguridad que siente con la inversión que realiza el Estado.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	2	.8	.9	.9
-3	6	2.4	2.7	3.6
-2	18	7.3	8.0	11.6
Válidos -1	52	21.1	23.2	34.8
0	141	57.3	62.9	97.8
1	4	1.6	1.8	99.6
2	1	.4	.4	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 46: Brecha del Nivel de Seguridad que siente con la Inversión que realiza el Estado

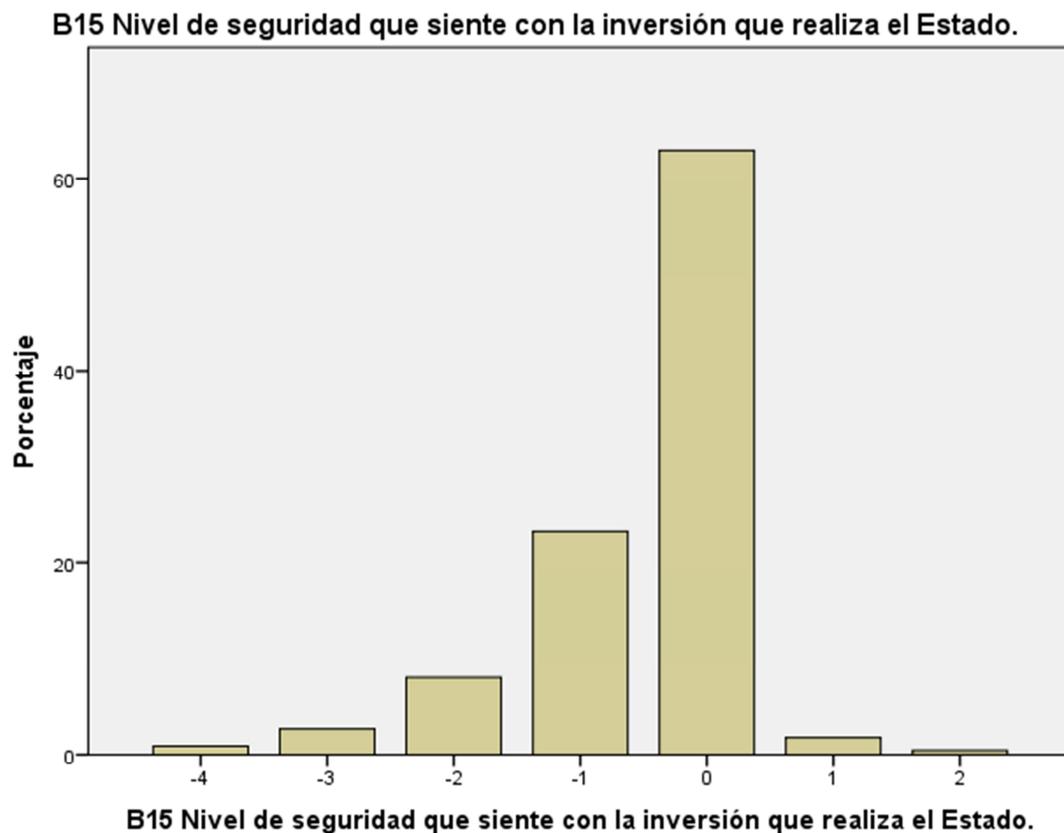


Ilustración 32: Brecha de la Seguridad que siente con la Inversión que realiza el Estado

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto a la seguridad que siente el usuario con la inversión que realiza el Estado encontramos una insatisfacción del 34,8% la cual podemos compararla con la satisfacción que es del 65,2% y nos muestra que aún se puede mejorar la satisfacción en este aspecto y es algo que se debe poner mayor atención.

## Amabilidad que Muestran los Empleados

**B16 Nivel de amabilidad que muestran los empleados.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	1	.4	.4	.4
-3	3	1.2	1.3	1.8
-2	12	4.9	5.4	7.1
-1	30	12.2	13.4	20.5
0	167	67.9	74.6	95.1
1	10	4.1	4.5	99.6
2	1	.4	.4	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 47: Brecha del Nivel de Amabilidad que muestran los Empleados.

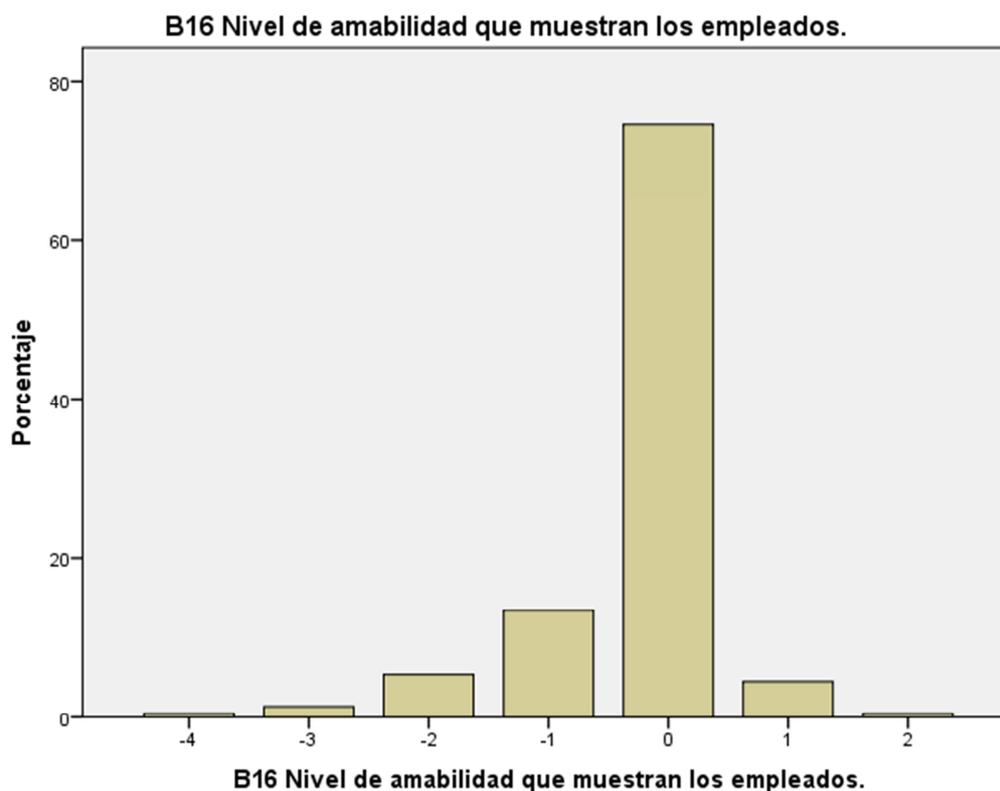


Ilustración 33: Brecha del Nivel de Amabilidad de los Empleados por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto a la amabilidad que muestran los empleados con los usuarios nos encontramos con una insatisfacción del 20,5% el cual es un indicador bastante aceptable, al compararlo con la satisfacción que es del 79,5%. Es un indicador positivo para los Centros Activos pero que sin duda alguna se puede mejorar a través de estrategias.

### Conocimiento de los Empleados para Resolver Inquietudes

**B17 Grado de conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	3	1.2	1.3	1.3
-3	4	1.6	1.8	3.1
-2	19	7.7	8.5	11.6
-1	43	17.5	19.2	30.8
Válidos 0	148	60.2	66.1	96.9
1	5	2.0	2.2	99.1
2	1	.4	.4	99.6
3	1	.4	.4	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 48: Brecha del Grado de Conocimiento de los Empleados para resolver Inquietudes.

**B17 Grado de conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes.**

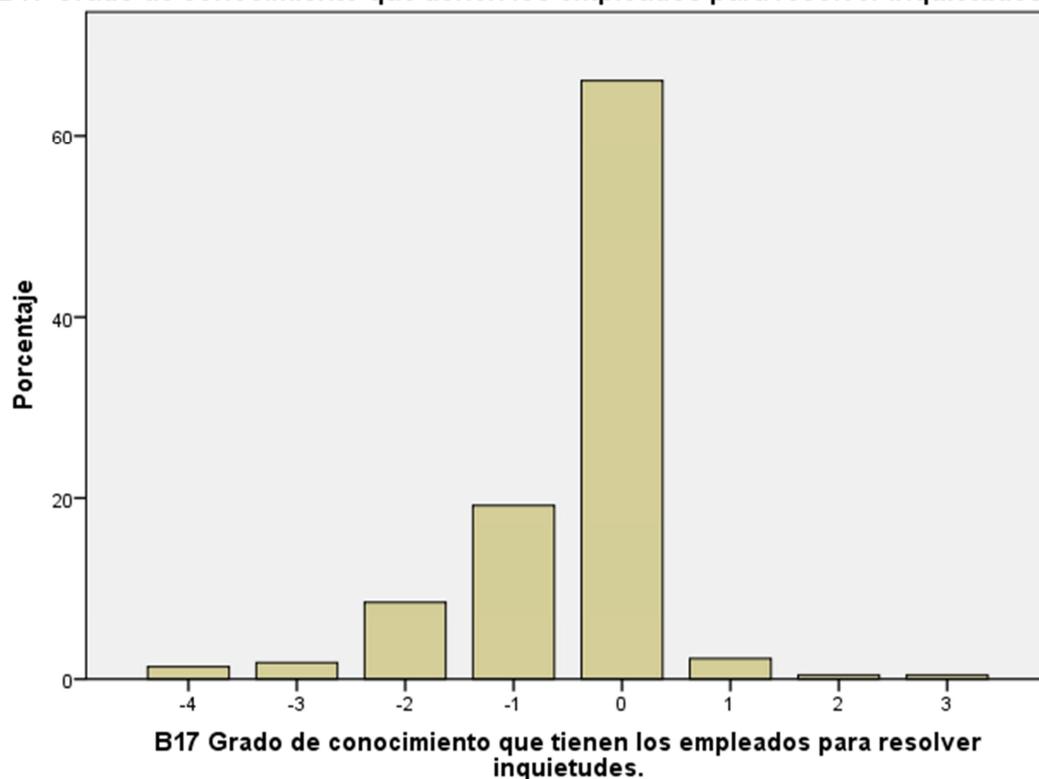


Ilustración 34: Brecha del grado de Conocimiento de los Empleados para resolver Inquietudes

**Análisis Ejecutivo:** Respecto al ítem del conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes encontramos que existe una insatisfacción del 30,8%. A su vez podemos compararla con la satisfacción del 69,2%. Podemos concluir con que esta insatisfacción del conocimiento de los empleados debe ser tomada en cuenta para mejorar a través de la utilización de estrategias.

## Atención Individualizada que Existe

**B18 La atención individualizada que existe. (instructor, entrenador)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	7	2.8	3.1	3.1
-3	7	2.8	3.1	6.3
-2	27	11.0	12.1	18.3
-1	36	14.6	16.1	34.4
0	137	55.7	61.2	95.5
1	9	3.7	4.0	99.6
2	1	.4	.4	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 49: Brecha de la Atención Individualizada que existe (instructor, entrenador)

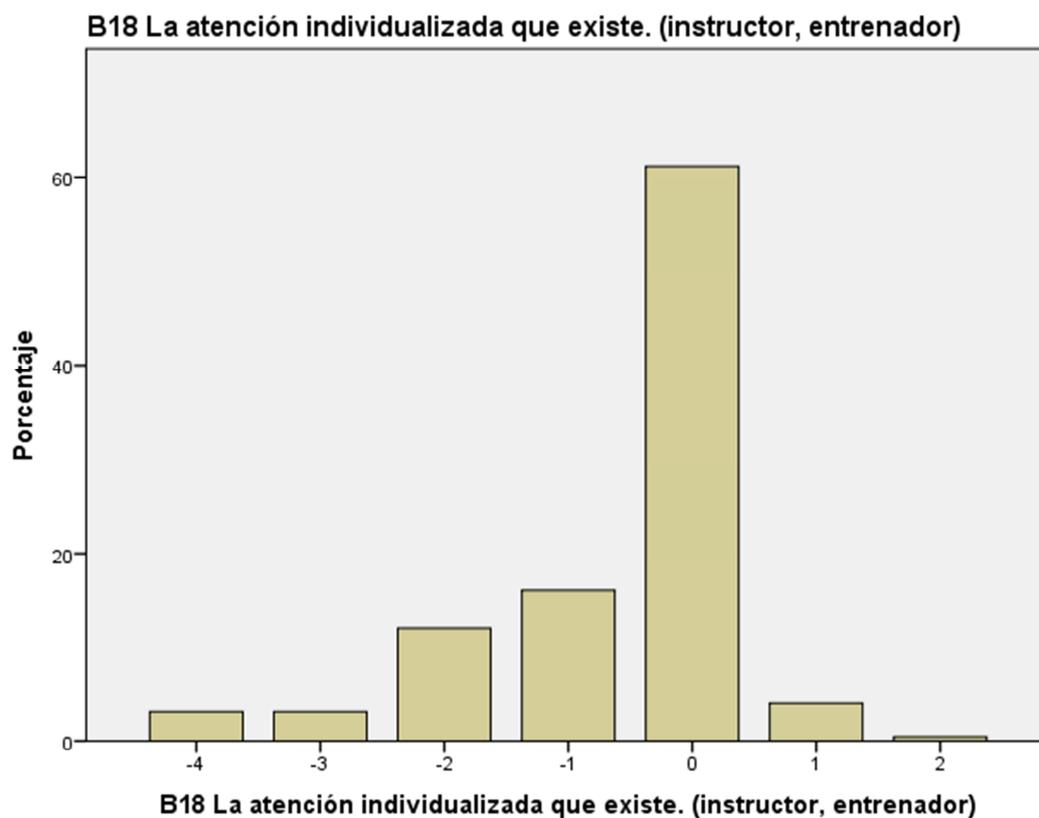


Ilustración 35: Brecha de la Atención Individualizada existente por Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En este ítem podemos identificar una insatisfacción del 34,4%. Es decir los usuarios se encuentran insatisfechos en un 34,4% con la atención individualizada que reciben. Comparado con el nivel de satisfacción que es del 65,6% podemos concluir con es una variable que puede mejorar.

### Conveniencia de los Horarios de Atención

**B19 Conveniencia de horarios de atención.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	1	.4	.4	.4
-3	3	1.2	1.3	1.8
-2	14	5.7	6.3	8.0
-1	19	7.7	8.5	16.5
Válidos 0	180	73.2	80.4	96.9
1	5	2.0	2.2	99.1
2	2	.8	.9	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 50: Brecha de la Conveniencia de Horarios de Atención

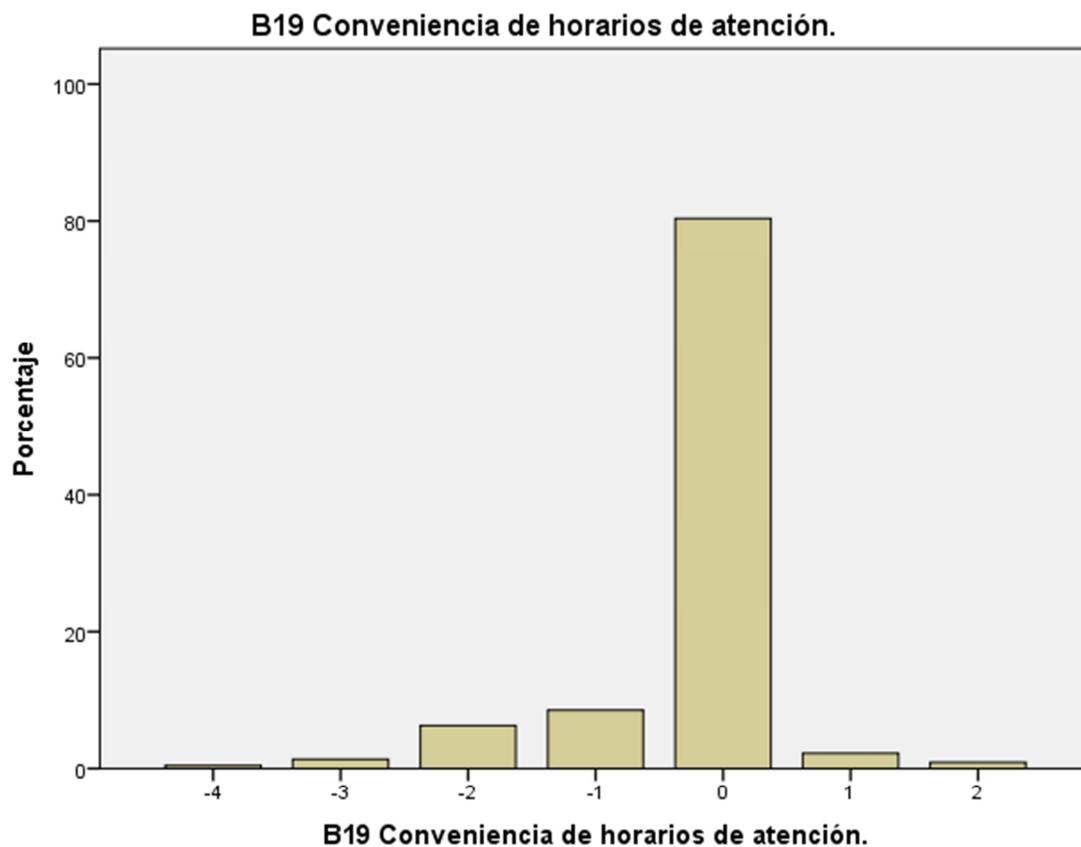


Ilustración 36: Brecha de la Conveniencia de Horarios de Atención por  
Porcentaje

**Análisis Ejecutivo:** En cuanto a la conveniencia de los usuarios hacia los horarios de atención nos encontramos con una de las fortalezas de los Centros Activos con una insatisfacción bastante baja del 16,5, la cual es muy alentadora. Además se debe señalar que existe una satisfacción del 83,5% que es un porcentaje bastante alto y positivo para la institución.

## El Centro cubre las Necesidades Deportivas de los Usuarios

### B20 El Centro Activo cubre sus necesidades deportivas (personalización)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	2	.8	.9	.9
-3	4	1.6	1.8	2.7
-2	13	5.3	5.8	8.5
-1	50	20.3	22.3	30.8
0	148	60.2	66.1	96.9
1	6	2.4	2.7	99.6
2	1	.4	.4	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 51: Brecha del Cumplimiento de las Necesidades Deportivas en el Centro Activo

### B20 El Centro Activo cubre sus necesidades deportivas (personalización)

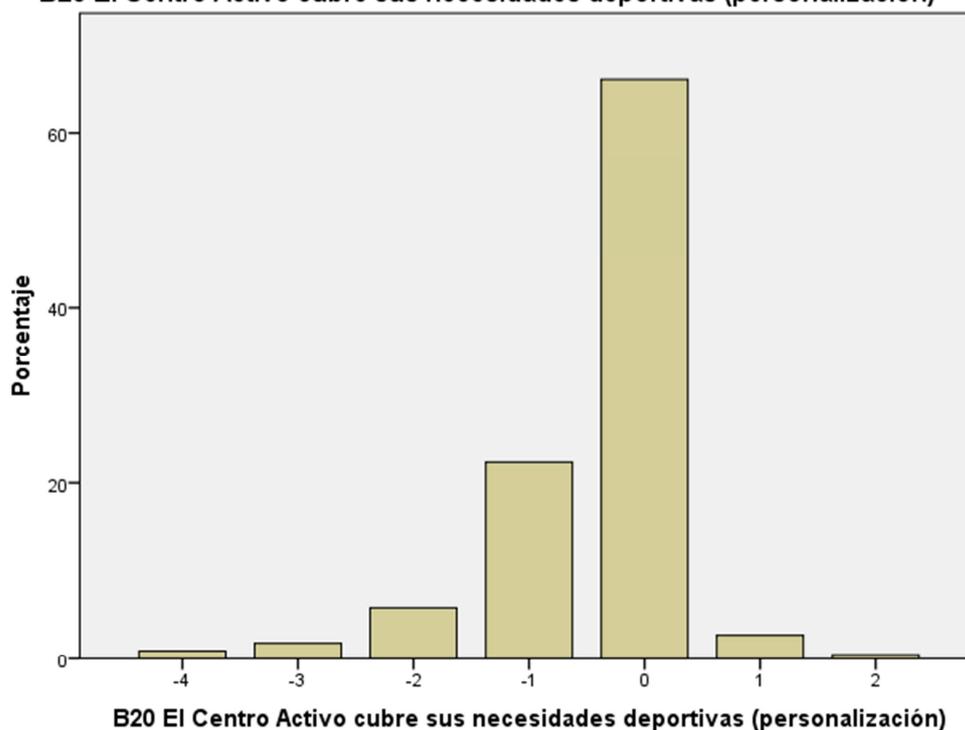


Ilustración 37: Brecha del Cumplimiento de las Necesidades Deportivas en el Centro Activo

**Análisis Ejecutivo:** Respecto al ítem si los Centros Activos cubren las necesidades deportivas de sus usuarios encontramos una insatisfacción del 30,8% la cual requiere de estrategias para mejorar. Es decir los usuarios necesitan otro tipo de servicios además de los que ya existen para satisfacer totalmente sus necesidades. Encontramos una satisfacción del 69,2%.

### Preocupación de los Empleados con los Intereses de los Usuarios

**B21 Grado de preocupación que tienen los empleados con sus intereses.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	4	1.6	1.8	1.8
-3	6	2.4	2.7	4.5
-2	26	10.6	11.6	16.1
-1	49	19.9	21.9	37.9
Válidos 0	132	53.7	58.9	96.9
1	4	1.6	1.8	98.7
2	3	1.2	1.3	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 52: Brecha del Grado de Preocupación que tienen los Empleados con sus Intereses.

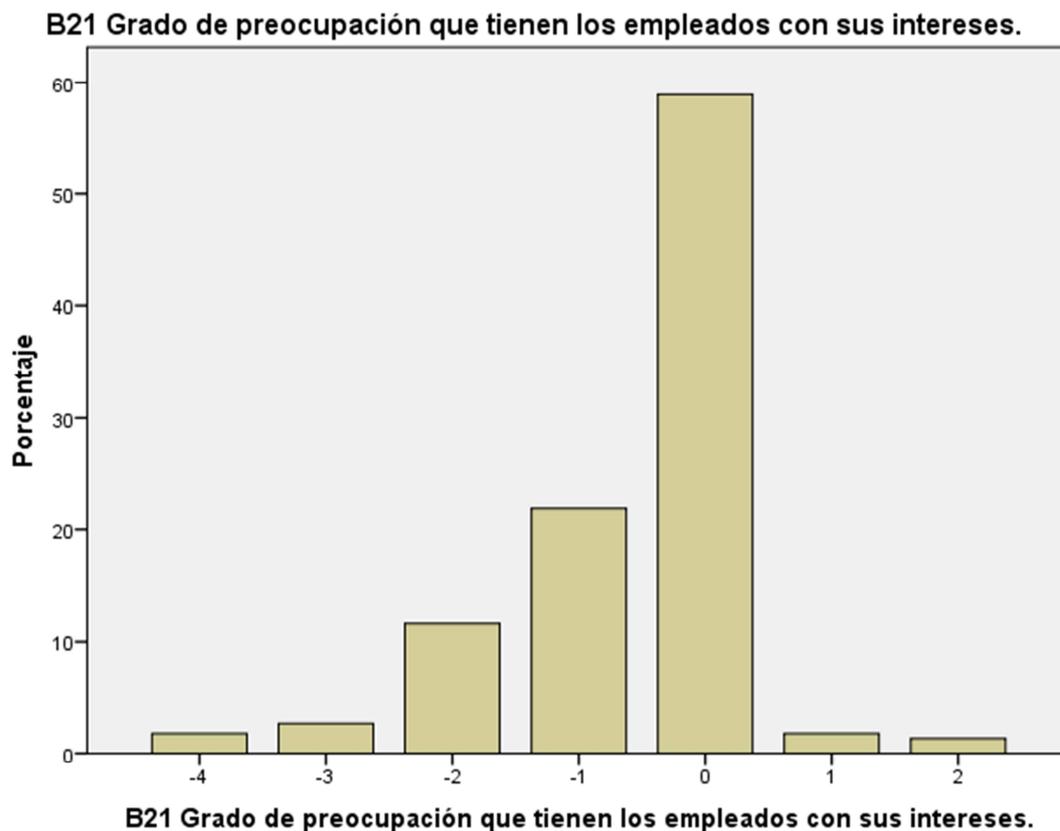


Ilustración 38: Brecha del Grado de Preocupación que tienen los Empleados con sus Intereses

**Análisis Ejecutivo:** Respecto a la preocupación que tienen los empleados con los intereses de los usuarios encontramos una insatisfacción del 37,9% la cual es bastante alta. Además de que debemos señalar que se tiene una satisfacción del 62,1%. Sin duda alguna estas son cifras que deben tomarse en cuenta para mejorar en cuanto a la preocupación y atención de los empleados.

## Los Empleados Comprenden sus Necesidades Específicas

**B22 Nivel en que los empleados comprenden sus necesidades específicas.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-4	3	1.2	1.3	1.3
-3	6	2.4	2.7	4.0
-2	23	9.3	10.3	14.3
-1	51	20.7	22.8	37.1
0	133	54.1	59.4	96.4
1	7	2.8	3.1	99.6
4	1	.4	.4	100.0
Total	224	91.1	100.0	
Perdidos Sistema	22	8.9		
Total	246	100.0		

Tabla 53: Brecha del Nivel en que los Empleados comprenden sus Necesidades Específicas.

**B22 Nivel en que los empleados comprenden sus necesidades específicas.**

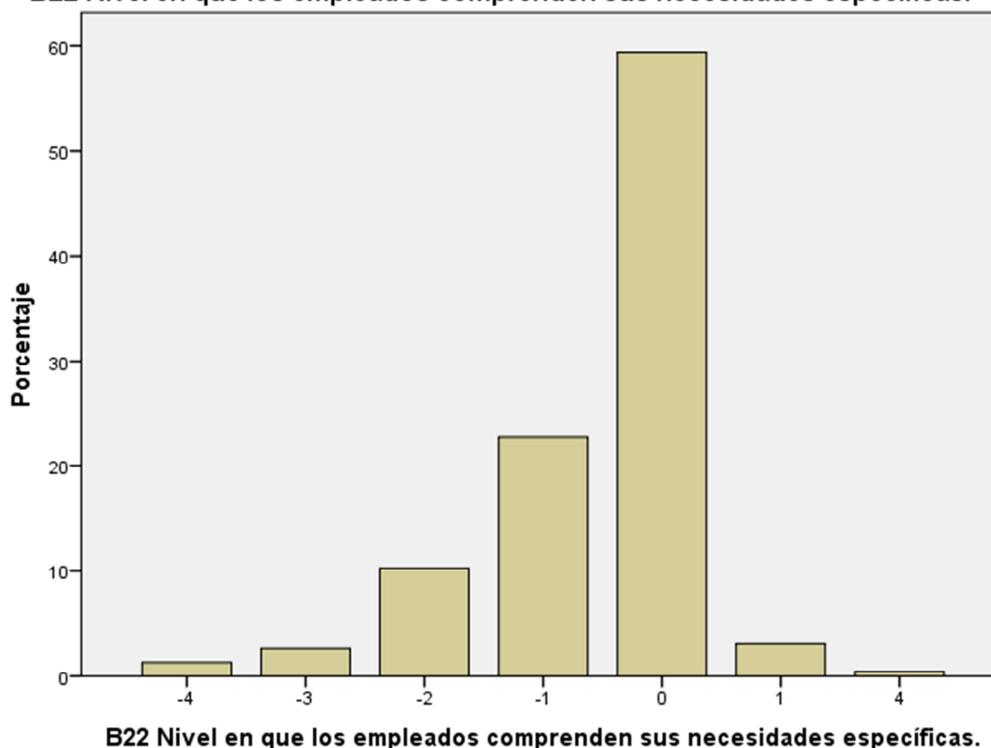


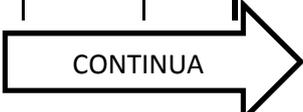
Ilustración 39: Brecha del Nivel en que los Empleados comprenden sus Necesidades Específicas

**Análisis Ejecutivo:** Respecto al nivel en que los empleados comprenden las necesidades específicas de los usuarios nos encontramos con una insatisfacción del 37,1% lo cual es alto y se debe tomar muy en cuenta para mejorar. Cabe destacar que el nivel de satisfacción es del 62,9% y se puede mejorar.

### Media Total Expectativas y Percepciones

#### Estadísticos

	N		Media	Mínimo	Máximo
	Válidos	Perdidos			
Expectativa de la apariencia de los equipos en los Centros Activos. (maquinas, pesas, tableros, arcos)	224	22	4.57	1	5
Percepción de la apariencia de los equipos en los Centros Activos. (maquinas, pesas, tableros, arcos)	224	22	4.00	1	5
Expectativa de las instalaciones físicas según su atractivo físico. (edificios, cuartos de ejercicio, paredes)	224	22	4.67	1	5
Percepción de las instalaciones físicas según su atractivo físico. (edificios, cuartos de ejercicio, paredes)	224	22	4.19	1	5
Expectativa de la apariencia física según su limpieza.	224	22	4.69	1	5
Percepción de la apariencia física según su limpieza.	224	22	4.13	1	5
Expectativa del atractivo de los materiales asociados con el servicio. (áreas verdes, piletas)	224	22	4.65	2	5



CONTINUA

Percepción del atractivo de los materiales asociados con el servicio. (áreas verdes, piletas)	224	22	4.03	1	5
Expectativa del cumplimiento de promesas de los empleados.	223	23	4.61	2	5
Percepción del cumplimiento de promesas de los empleados.	223	23	4.30	1	5
Expectativa del interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes.	223	23	4.57	1	5
Percepción del interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes.	223	23	4.17	1	5
Expectativa de la eficacia de los Centros Activos. (realiza el servicio correcto a la primera)	223	23	4.70	1	5
Percepción de la eficacia de los Centros Activos. (realiza el servicio correcto a la primera)	223	23	4.36	1	5
Expectativa del tiempo de cumplimiento del trabajo. (se cumple el horario establecido por el servicio)	223	23	4.71	2	5
Percepción del tiempo de cumplimiento del trabajo. (se cumple el horario establecido por el servicio)	223	23	4.56	1	5
Expectativa de la eficiencia de los servicios. (exento de errores)	223	23	4.62	1	5
Percepción de la eficiencia de los servicios. (exento de errores)	223	23	4.20	1	5


 CONTINUA

Expectativa del nivel de comunicación que tiene con los empleados.	223	23	4.60	1	5
Percepción del nivel de comunicación que tiene con los empleados.	223	23	4.04	1	5
Expectativa de la velocidad del servicio.	223	23	4.64	1	5
Percepción de la velocidad del servicio.	223	23	4.24	1	5
Expectativa del nivel de disponibilidad de atención. (el servicio que busca esta siempre disponible)	223	23	4.66	1	5
Percepción del nivel de disponibilidad de atención. (el servicio que busca esta siempre disponible)	223	23	4.29	1	5
Expectativa si se informa exactamente cuándo serán desempeñados los servicios por parte de los empleados.	223	23	4.61	1	5
Percepción si se informa exactamente cuándo serán desempeñados los servicios por parte de los empleados.	223	23	4.26	1	5
Expectativa de la confianza que brinda el comportamiento de los empleados.	224	22	4.69	2	5
Percepción de la confianza que brinda el comportamiento de los empleados.	224	22	4.38	1	5



Expectativa del nivel de seguridad que siente con la inversión que realiza el Estado.	224	22	4.64	1	5
Percepción del nivel de seguridad que siente con la inversión que realiza el Estado.	224	22	4.16	1	5
Expectativa del nivel de amabilidad que muestran los empleados.	224	22	4.69	2	5
Percepción del nivel de amabilidad que muestran los empleados.	224	22	4.45	1	5
Expectativa del grado de conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes.	224	22	4.60	1	5
Percepción del grado de conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes.	224	22	4.17	1	5
Expectativa de la atención individualizada que existe. (instructor, entrenador)	223	23	4.63	1	5
Percepción de la atención individualizada que existe. (instructor, entrenador)	223	23	4.06	1	5
Expectativa de conveniencia de horarios de atención.	223	23	4.77	2	5
Percepción de conveniencia de horarios de atención.	223	23	4.54	1	5
Expectativa de que el Centro Activo cubre sus necesidades deportivas (personalización)	223	23	4.60	1	5


 CONTINUA

Percepción de que el Centro Activo cubre sus necesidades deportivas (personalización)	223	23	4.20	1	5
Expectativa del grado de preocupación que tienen los empleados con sus intereses.	223	23	4.56	1	5
Percepción del grado de preocupación que tienen los empleados con sus intereses.	223	23	4.00	1	5
Expectativa del nivel en que los empleados comprenden sus necesidades específicas.	223	23	4.57	1	5
Percepción del nivel en que los empleados comprenden sus necesidades específicas.	223	23	4.04	1	5

Tabla 54: Media de las Expectativas y Percepciones.

**Análisis Ejecutivo:** En este cuadro no se pueden apreciar diferencias ya que únicamente se están observando las medias que surgen entre expectativas y percepciones de cada ítem realizado en las encuestas. Para lo cual se obtendrá resultados más representativos y que nos den información más relevante si se obtiene la brecha entre expectativas y percepciones. Esta antes mencionada brecha se calcula a través de restar la percepción de la expectativa en cada una de las preguntas SERVQUAL. Por consiguiente obtenemos la siguiente tabla:

## Estadísticos

	N		Media	Mínimo	Máximo
	Válidos	Perdidos			
Brecha de la apariencia de los equipos en los Centros Activos. (maquinas, pesas, tableros, arcos)	224	22	-.57	-4	4
Brecha de las instalaciones físicas según su atractivo físico. (edificios, cuartos de ejercicio, paredes)	224	22	-.48	-4	2
Brecha de la apariencia física según su limpieza.	224	22	-.56	-4	2
Brecha del atractivo de los materiales asociados con el servicio. (áreas verdes, piletas)	224	22	-.63	-4	2
Brecha del cumplimiento de promesas de los empleados.	224	22	-.31	-4	2
Brecha del interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes.	224	22	-.40	-4	3
Brecha de la eficacia de los Centros Activos. (realiza el servicio correcto a la primera)	224	22	-.33	-4	2
Brecha del tiempo de cumplimiento del trabajo. (se cumple el horario establecido por el servicio)	224	22	-.16	-4	2
Brecha de la eficiencia de los servicios. (exento de errores)	224	22	-.42	-4	2
Brecha del nivel de comunicación que tiene con los empleados.	224	22	-.56	-4	1
Brecha de la velocidad del servicio.	224	22	-.40	-4	3


 CONTINUA

Brecha del nivel de disponibilidad de atención. (el servicio que busca esta siempre disponible)	224	22	-.38	-4	3
Brecha si se informa exactamente cuándo serán desempeñados los servicios por parte de los empleados.	224	22	-.35	-4	2
Brecha de la confianza que brinda el comportamiento de los empleados.	224	22	-.31	-4	2
Brecha del nivel de seguridad que siente con la inversión que realiza el Estado.	224	22	-.48	-4	2
Brecha del nivel de amabilidad que muestran los empleados.	224	22	-.25	-4	2
Brecha del grado de conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes.	224	22	-.42	-4	3
Brecha de la atención individualizada que existe. (instructor, entrenador)	224	22	-.57	-4	2
Brecha de conveniencia de horarios de atención.	224	22	-.23	-4	2
Brecha de que el Centro Activo cubre sus necesidades deportivas (personalización)	224	22	-.39	-4	2
Brecha del grado de preocupación que tienen los empleados con sus intereses.	224	22	-.56	-4	2
Brecha del nivel en que los empleados comprenden sus necesidades específicas.	224	22	-.52	-4	4

Tabla 55: Media de las Brechas por ítem.

**Análisis Ejecutivo:** A partir del cuadro anterior podemos detallar más puntualmente a través de las medias en las brechas que ítems necesitan estrategias para mejorar. Entre los cuales se ha tomado únicamente a los que son menores a -0,5 siendo que una cifra negativa de por sí ya nos demuestra insatisfacción. Tenemos los ítems:

- Apariencia de los equipos.
- Apariencia física según su limpieza.
- Atractivo de los materiales asociados con el servicio. (áreas verdes, piletas)
- Comunicación que tiene con los empleados.
- Atención individualizada que existe. (instructor, entrenador)
- Preocupación que tienen los empleados con sus intereses.
- Comprensión de las necesidades específicas de los usuarios por los empleados.

Estos resultados nos muestran las medias de cada ítem de la encuesta SERVQUAL. Son datos mucho más claros y representativos debido a que si la media es negativa significa que existe Insatisfacción, mientras que una media positiva nos muestra Satisfacción.

A partir de la brecha obtenida entre Expectativas y Percepciones es importante realizar un análisis por Dimensiones SERVQUAL. Para lo cual se va a realizar los cálculos de mínimo, máximo y media que nos ayudarán a aclarar mucho más los datos ya antes mencionados.

### Expectativa por Dimensiones

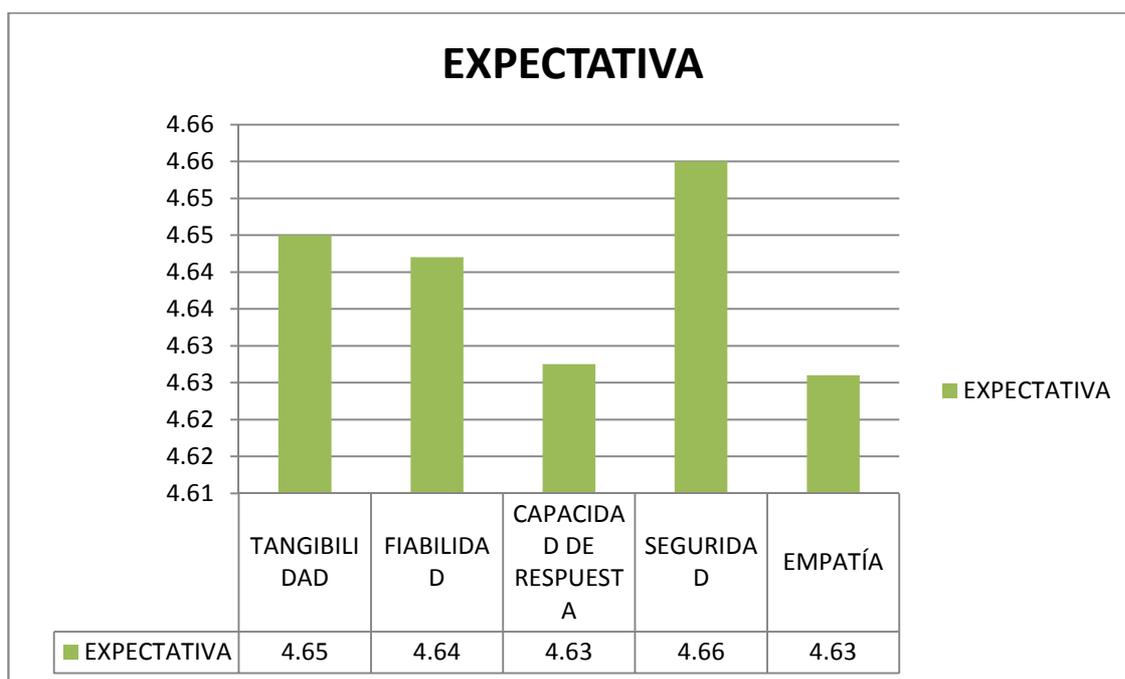


Ilustración 40: Expectativa por Dimensiones

#### **Análisis Ejecutivo:**

Según la ilustración anterior podemos mencionar que en cuanto a las expectativas y analizadas por dimensiones, la dimensión de Seguridad es la que más expectativa generó ante los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte. Con un 4,66 en una escala del 1 al 5 fue la media de las expectativas de los usuarios.

Mientras que la expectativa que le sigue es la de Tangibilidad con tan solo 4,65 en una escala del 1 al 5. Siendo que las expectativas se encuentran la mayoría muy cercanas una de otra, siendo también que son expectativas bastante altas para cada dimensión.

### Percepción por Dimensiones

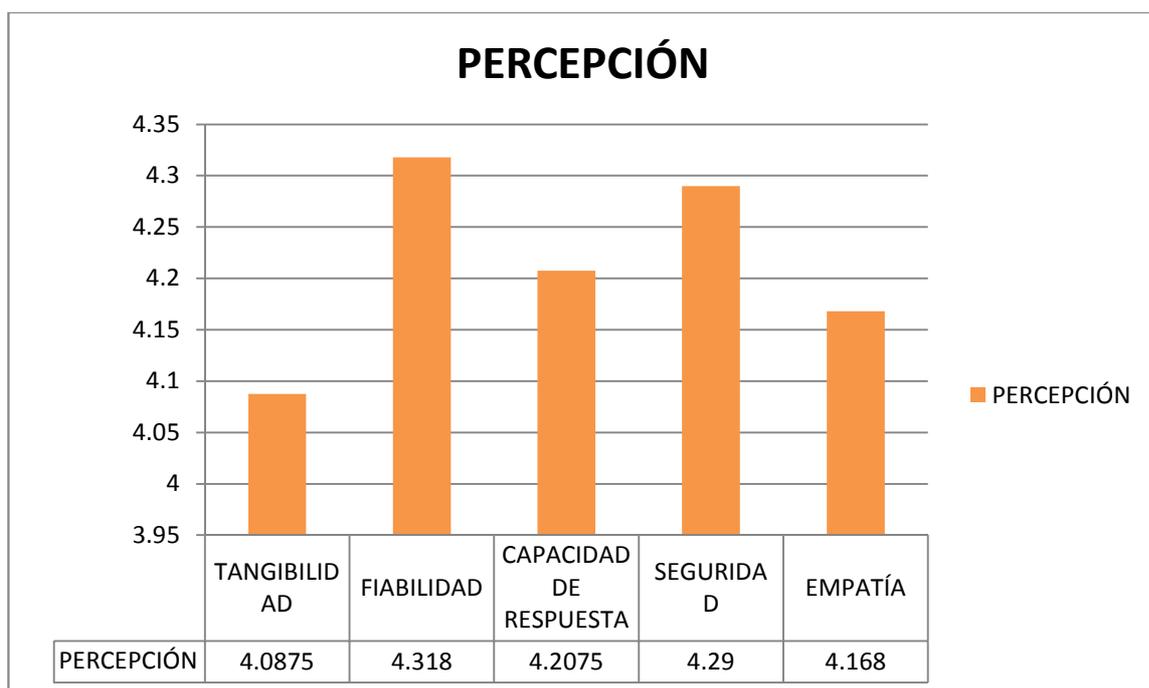


Ilustración 41: Percepción por Dimensiones

#### **Análisis Ejecutivo:**

De acuerdo a la ilustración anterior podemos destacar que las dimensiones con mayor nivel de Percepción son Fiabilidad y Seguridad con una media de 4,32 y 4,29 respectivamente. Siendo percepciones bastante Satisfactorias en una escala del 1 al 5. A pesar de que lo que tiene real valor es la brecha existente entre la percepción y la expectativa.

### Brecha entre Percepción y Expectativa por Dimensiones

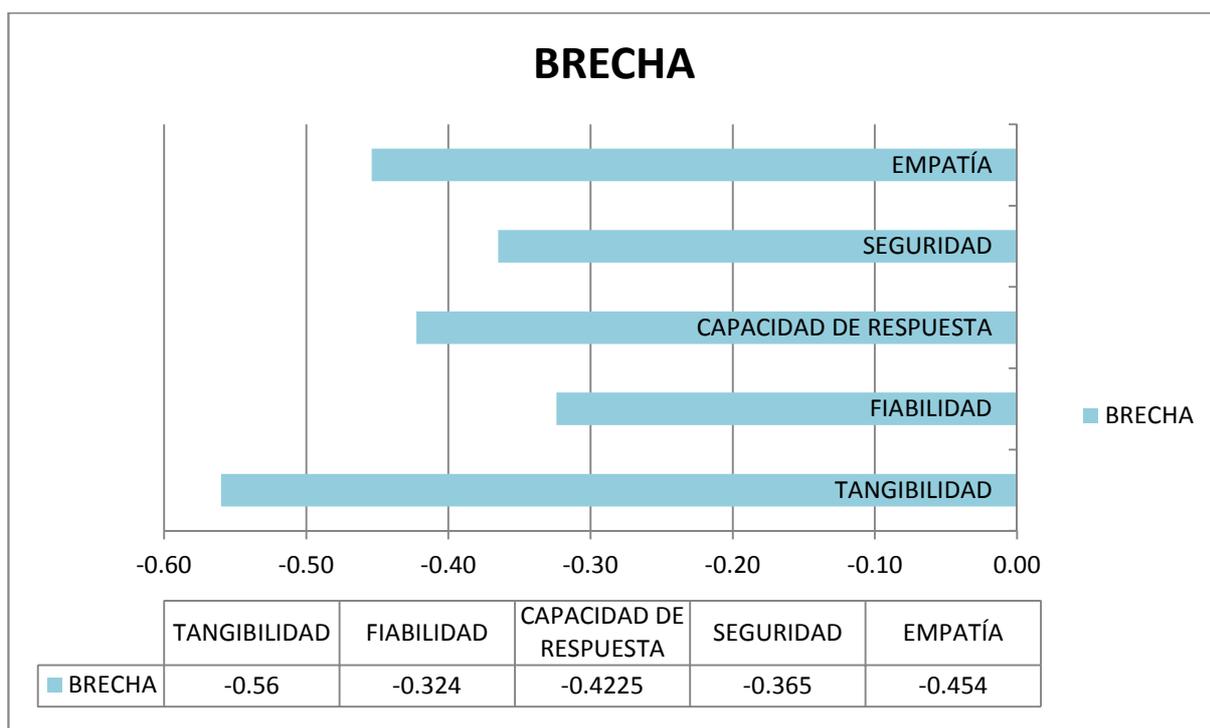


Ilustración 42: Brecha existente por Dimensiones

#### Análisis Ejecutivo:

En esta ilustración se puede evidenciar claramente la brecha que existe entre la percepción y la expectativa, la cual nos da un valor que siendo cero nos demuestra que quedaron satisfechas todas las necesidades, siendo positivo las percepciones fueron más altas que las expectativas, pero siendo negativo las expectativas superaron a las percepciones lo cual es un indicador de insatisfacción.

Con mayor nivel de insatisfacción tenemos a la dimensión de Elementos Tangibles con una media de -0,56 siguiendo Empatía con -0,45 y Capacidad de Respuesta con -0,42. Estos tres encontrándose muy cerca uno del otro muestran niveles de insatisfacción que se pueden mejorar.

### Comparación Gráfica de Expectativa y Percepción por Dimensiones SERVQUAL

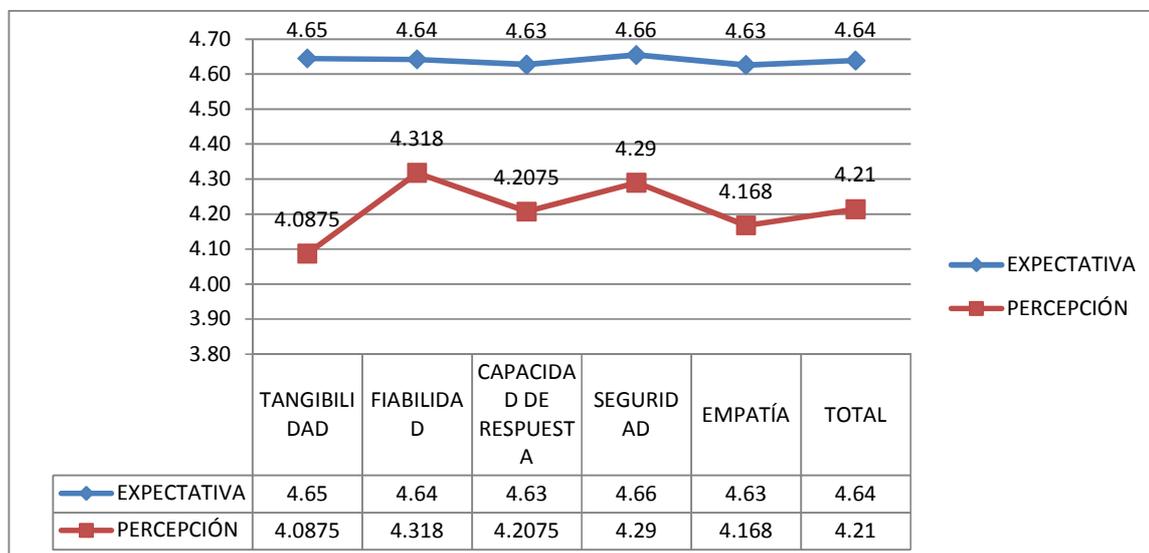


Ilustración 43: Comparativo entre Expectativas y Percepciones

#### Análisis Ejecutivo:

En esta ilustración podemos observar los puntos por dimensiones entre expectativa y percepción, además de que nos muestra la brecha aproximada existente entre los dos. A simple vista podemos observar la brecha más grande en Elementos Tangibles.

El objetivo de la presente gráfica es demostrar que los usuarios en los Centros Activos del Ministerio del Deporte del Distrito Metropolitano de Quito tienen unas expectativas superiores por mucho a sus propias percepciones, de ahí parte una brecha la cual se debe analizar y minimizar a través de la planeación y ejecución de estrategias.

### Posicionamiento de las Dimensiones en los Cuadrantes

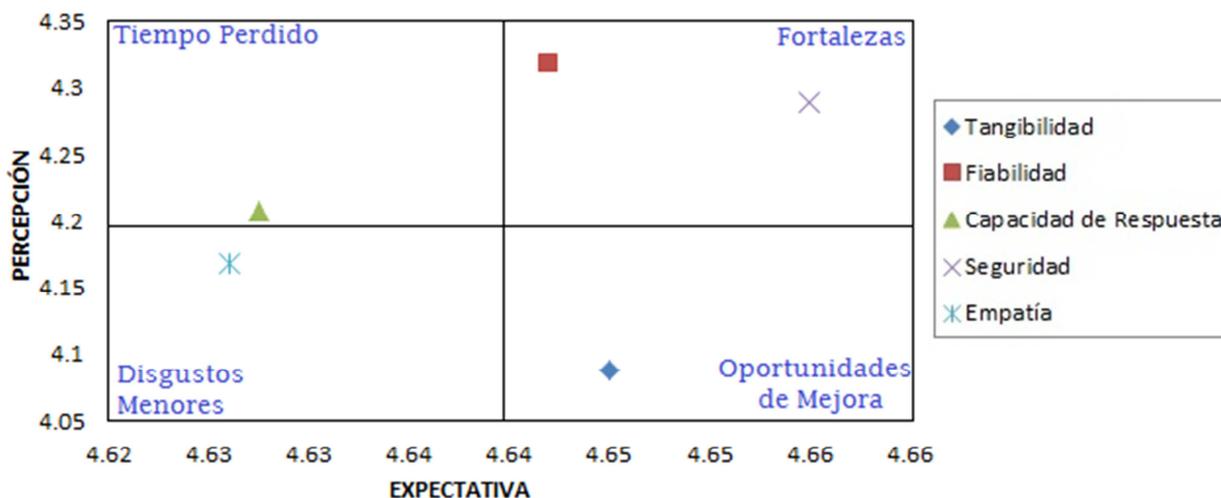


Ilustración 44: Posicionamiento de Dimensiones en los Cuadrantes

#### Análisis Ejecutivo:

El gráfico de Posicionamiento de las Dimensiones SERVQUAL en los cuadrantes servirá de gran utilidad para conocer en que dimensiones se debe enfocar los esfuerzos para mejorar y cuales están siendo más pérdida de tiempo para el Estado.

Entre las fortalezas tenemos la dimensión de Fiabilidad, que tiene que ver con la habilidad de la institución de prestar el servicio tal y como se ha prometido. Además tenemos entre las oportunidades de mejora a los Elementos Tangibles, los cuales tiene que ver con los equipos, las instalaciones físicas, la pulcritud de las instalaciones, y el atractivo de los materiales.

En los cuadrantes Tiempo Perdido y Disgustos Menores tenemos a las dimensiones Empatía y Capacidad de Respuesta las cuales tienen una brecha de insatisfacción menor que otras dimensiones.

Gráfica de Resumen por Dimensiones

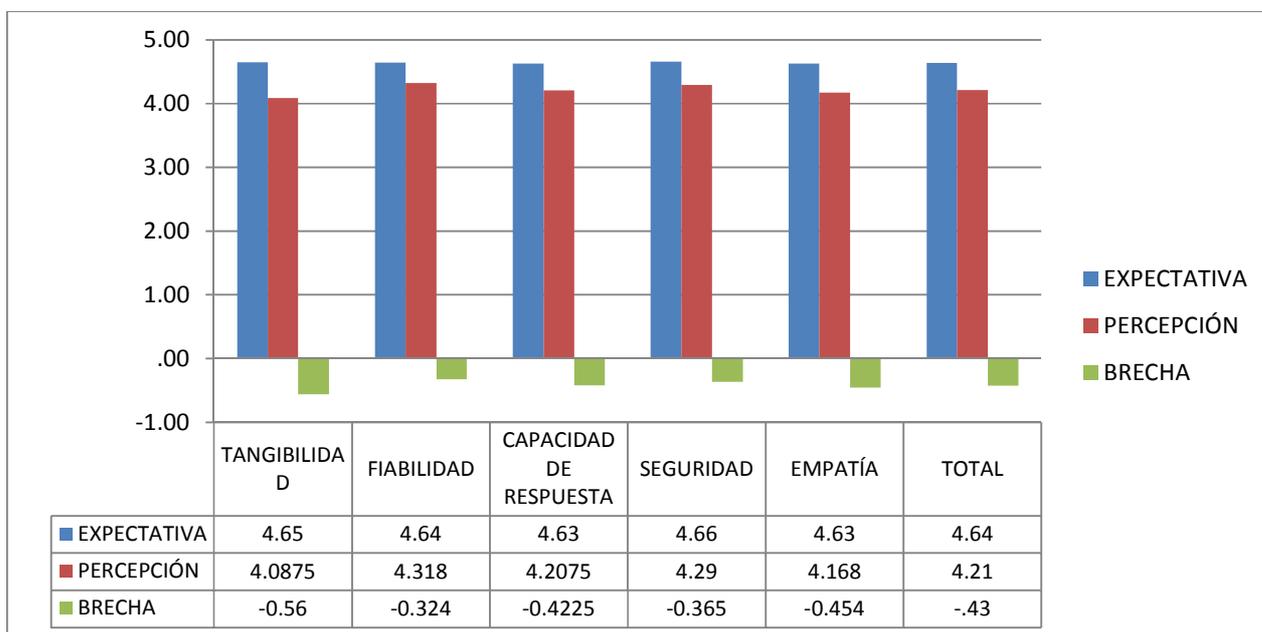


Ilustración 45: Resumen por Dimensiones

### Análisis Ejecutivo:

En la ilustración se puede conocer más claramente cómo se encuentran estructurados las expectativas, percepciones y el tamaño de las brechas por cada dimensión. Podemos concluir claramente que en todas las dimensiones existe una brecha de insatisfacción, que si bien es cierto no es sumamente alta, pero es considerada una oportunidad para mejorar.

Podemos encontrar la brecha más grande en la dimensión de Tangibilidad y esto debido a su percepción que es la más baja de todas las dimensiones. Es así que conocemos que dicha dimensión requiere de un tratamiento oportuno, seguido de las dimensiones Fiabilidad y Seguridad respectivamente.

Tabla de Análisis por Ítems

ÍTEM	DIMENSIONES SERVQUAL	EXPECTATIVA	PERCEPCIÓN	BRECHA	SATISFACCIÓN	INSATISFACCIÓN
<b>TANGIBILIDAD</b>						
1	Apariencia de los equipos en los Centros Activos. (maquinas. Pesas. Tableros. Arcos)	4.57	4	-0.57	54.50	45.50
2	Instalaciones físicas según su atractivo físico. (edificios. Cuartos de ejercicio. Paredes)	4.67	4.19	-0.48	60.30	39.70
3	Apariencia física según su limpieza.	4.69	4.13	-0.56	61.20	38.80
4	Atractivo de los materiales asociados con el servicio. (áreas verdes. Piletas)	4.65	4.03	-0.63	54.50	45.50
	<b>Promedio</b>	4.645	4.0875	-0.56	57.625	42.375

CONTINUA 

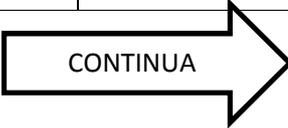
FIABILIDAD						
5	Cumplimiento de promesas de los empleados.	4.61	4.3	-0.31	73.20	26.80
6	Interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes.	4.57	4.17	-0.4	67.00	33.00
7	Eficacia de los Centros Activos. (realiza el servicio correcto a la primera)	4.7	4.36	-0.33	72.30	27.70
8	Tiempo de cumplimiento del trabajo. (se cumple el horario establecido por el servicio)	4.71	4.56	-0.16	83.90	16.10
9	Eficiencia de los servicios. (exento de errores)	4.62	4.2	-0.42	66.10	33.90
	<b>Promedio</b>	4.642	4.318	-0.324	72.5	27.5


 CONTINUA

CAPACIDAD DE RESPUESTA						
10	Nivel de comunicación que tiene con los empleados.	4.6	4.04	-0.56	62.90	37.10
11	Velocidad del servicio.	4.64	4.24	-0.4	69.60	30.40
12	Nivel de disponibilidad de atención. (el servicio que busca esta siempre disponible)	4.66	4.29	-0.38	70.50	29.50
13	Se informa exactamente cuándo serán desempeñados los servicios por parte de los empleados.	4.61	4.26	-0.35	75.40	24.60
	<b>Promedio</b>	4.6275	4.2075	-0.4225	69.6	30.4
SEGURIDAD						
14	Confianza que brinda el comportamiento de los empleados.	4.69	4.38	-0.31	76.30	23.70
15	Nivel de seguridad que	4.64	4.16	-0.48	65.20	34.80



	siente con la inversión que realiza el Estado.					
16	Nivel de amabilidad que muestran los empleados.	4.69	4.45	-0.25	79.50	20.50
17	Grado de conocimiento que tienen los empleados para resolver inquietudes.	4.6	4.17	-0.42	69.20	30.80
	<b>Promedio</b>	4.655	4.29	-0.365	72.55	27.45
<b>EMPATIA</b>						
18	La atención individualizada que existe. (instructor. Entrenador)	4.63	4.06	-0.57	65.60	34.4
19	Conveniencia de horarios de atención.	4.77	4.54	-0.23	83.50	16.5
20	El Centro Activo cubre sus necesidades deportivas (personalizació	4.6	4.2	-0.39	69.20	30.8


 CONTINUA

	n)					
21	Grado de preocupación que tienen los empleados con sus intereses.	4.56	4	-0.56	62.10	37.9
22	Nivel en que los empleados comprenden sus necesidades específicas.	4.57	4.04	-0.52	62.90	37.1
	<b>Promedio</b>	4.626	4.168	-0.45	68.66	31.34

Tabla 56: Análisis por Ítems

**Análisis Ejecutivo:**

En esta tabla se puede apreciar los niveles más altos de calidad entre los cuales encontramos en la dimensión de Tangibilidad a la limpieza y el atractivo físico de los edificios. Dentro de la dimensión de Fiabilidad encontramos a la eficacia de los Centros Activos y el cumplimiento del horario establecido. Dentro de Capacidad de Respuesta encontramos al ítem se informa exactamente cuándo serán desempeñados los servicios. Dentro de la dimensión de Seguridad encontramos el nivel de amabilidad de los empleados. En la dimensión de Empatía podemos ver como fortaleza la conveniencia de los horarios.

Es así que se ha estructurado las áreas por ítems donde se halló mayor satisfacción para proceder a analizar los ítems de insatisfacción a continuación.

Tabla de Resumen de Ítems con Alto Nivel de Insatisfacción

ÍTEM	DIMENSIONES SERVQUAL	EXPEC TATIVA	PERCE PCIÓN	BRE CHA	SATIS FACCIÓN	INSATISF ACCIÓN
<b>TANGIBILIDAD</b>						
1	Apariencia de los equipos en los Centros Activos. (maquinas. pesas. tableros. arcos)	4.57	4	-0.57	54.50	45.50
4	Atractivo de los materiales asociados con el servicio. (áreas verdes. piletas)	4.65	4.03	-0.63	54.50	45.50
<b>FIABILIDAD</b>						
6	Interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes.	4.57	4.17	-0.4	67.00	33.00
9	Eficiencia de los servicios. (exento de errores)	4.62	4.2	-0.42	66.10	33.90
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
10	Nivel de comunicación que tiene con los empleados.	4.6	4.04	-0.56	62.90	37.10
<b>SEGURIDAD</b>						
15	Nivel de seguridad que siente con la inversión que realiza el Estado.	4.64	4.16	-0.48	65.20	34.80
17	Grado de conocimiento que tienen los empleados	4.6	4.17	-0.42	69.20	30.80

CONTINUA 

	para resolver inquietudes.					
<b>EMPATIA</b>						
21	Grado de preocupación que tienen los empleados con sus intereses.	4.56	4	-0.56	62.10	37.9

Tabla 57: Resumen de Ítems con Insatisfacción

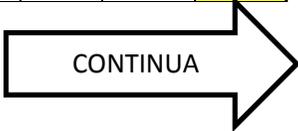
**Análisis Ejecutivo:**

En todas las dimensiones SERVQUAL encontramos elementos con un alto nivel de insatisfacción pero se debe mencionar que el área de Tangibilidad es la que muestra un más alto nivel de insatisfacción por parte de los usuarios, en los ítems Apariencia de los equipos y Atractivo de los materiales asociados con un 45,5% de insatisfacción cada uno.

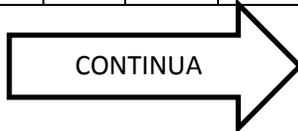
Así también podemos destacar el Nivel de Comunicación de los empleados con un 37,1% y el Grado de preocupación de los empleados por los intereses de los usuarios con un 37,9% que no resultan porcentajes tan bajos, pero que requieren prestarles atención oportuna.

### 3.3.8 Matriz QFD (Quality Function Deployment)

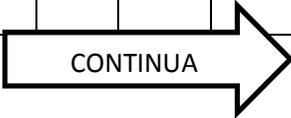
Nivel de Relación: Ninguna=0 ; Débil=1 ; Media=3 ; Alta=5	Adquisición de Nuevos y Moderados Equipos	Implantación de áreas verdes y artesanías	Realizar incentivos a los empleados para mejorar el servicio	Brindar un mantenimiento continuo a los edificios, cuartos y paredes.	Limpieza especializada en cada área de las Instalaciones	Implantar un protocolo de Servicio para mejorar la atención a los usuarios	Emitir información acerca de la inversión que realiza el Estado	Mejorar horario s de atención	Total	%	%
<b>TANGIBILIDAD</b>											
Apariencia de los equipos en los Centros Activos. (maquinas. pesas. tableros. arcos)	5	5	0	5	3	0	0	0	18	7.14	23.02
Instalaciones físicas según su atractivo físico. (edificios. cuartos de ejercicio.	3	5	0	5	3	0	0	0	16	6.35	


 CONTINUA

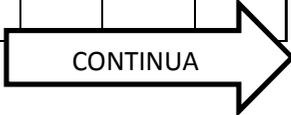
paredes)												
Apariencia física según su limpieza.	0	0	0	3	5	0	0	0	8	3.17		
Atractivo de los materiales asociados con el servicio. (áreas verdes. piletas)	3	5	0	5	3	0	0	0	16	6.35		
<b>FIABILIDAD</b>												
Cumplimiento de promesas de los empleados.	0	0	5	0	0	5	0	0	10	3.97	20.63	
Interés que tienen los empleados en solucionar problemas de los clientes.	0	0	5	0	0	5	0	0	10	3.97		
Eficacia de los Centros Activos. (realiza el servicio correcto a la primera)	0	0	3	0	0	3	0	1	7	2.78		


 CONTINUA

Tiempo de cumplimiento del trabajo. (se cumple el horario establecido por el servicio)	0	0	3	0	0	5	0	5	13	5.16	18.25
Eficiencia de los servicios. (exento de errores)	3	0	5	0	0	3	0	1	12	4.76	
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>											
Nivel de comunicación que tiene con los empleados.	0	0	5	0	0	5	0	0	10	3.97	
Velocidad del servicio.	3	0	3	0	0	3	0	5	14	5.56	
Nivel de disponibilidad de atención. (el servicio que busca esta siempre disponible)	5	0	1	0	0	3	0	3	12	4.76	

CONTINUA 

Se informa exactamente cuándo serán desempeñados los servicios por parte de los empleados.	0	0	5	0	0	5	0	0	10	3.97	
<b>SEGURIDAD</b>											
Confianza que brinda el comportamiento de los empleados.	0	0	5	0	0	5	0	0	10	3.97	17.86
Nivel de seguridad que siente con la inversión que realiza el Estado.	5	3	0	5	3	0	5	0	21	8.33	
Nivel de amabilidad que muestran los empleados.	0	0	5	0	0	5	0	0	10	3.97	
Grado de conocimiento que tienen los	0	0	1	0	0	3	0	0	4	1.59	


 CONTINUA

empleados para resolver inquietudes.												
<b>EMPATÍA</b>												
La atención individualizada que existe. (instructor. entrenador)	0	0	5	0	0	5	0	0	10	3.97	20.24	
Conveniencia de horarios de atención.	0	0	0	1	0	0	0	5	6	2.38		
El Centro Activo cubre sus necesidades deportivas (personalización)	5	1	3	5	0	1	0	0	15	5.95		
Grado de preocupación que tienen los empleados con sus intereses.	0	0	5	0	0	5	0	0	10	3.97		

CONTINUA 

Nivel en que los empleados comprenden sus necesidades específicas.	0	0	5	0	0	5	0	0	10	3.97
Total	32	19	64	29	17	66	5	20	252	100.0
Peso %	12.70	7.54	25.40	11.51	6.75	26.19	1.98	7.94	100	
Prioridad	3	6	2	4	7	1	8	5		

Tabla 58: Matriz QFD de Estrategias

**Análisis Ejecutivo:**

En esta matriz podemos destacar que las estrategias se han ubicado en función a la dimensión que más aplicación de las mismas necesita, siendo esta la de Elementos Tangibles obteniendo una ponderación de 23,02%. Mientras que las otras estrategias brindan un aporte equitativo a las dimensiones. También se puede destacar en la priorización de las estrategias que se encuentra en primer lugar a Implantar un protocolo de servicio para mejorar la atención de los usuarios y en segundo lugar encontramos a Realizar incentivos a los empleados. Estas dos estrategias son opciones básicas que ayudarán a mejorar los bajos niveles de satisfacción y a la vez que ayudaran a los ciudadanos a mejorar su nivel de vida.

## CAPITULO IV

### Informe Final del Proyecto

#### 4.1. Informe de Objetivos

N°	OBJETIVO	CUMPLIMIENTO
1	Recopilar información con base teórica sostenible que permita el desarrollo y análisis de la investigación.	Podemos evidenciar que se cumplió ya que el presente proyecto reúne información teórica suficiente para realizar la investigación. Desde conceptos hasta el modelo a utilizarse SERVQUAL.
2	Obtener información comprobada de datos deportivos en competencias nacionales para su presente investigación y análisis.	El presente proyecto reúne datos obtenidos en competencias deportivas nacionales que nos ayudan a evidenciar el nivel deportivo que posee Pichincha y que ha mantenido a través de los años. Además se lo utiliza como análisis del entorno deportivo que se está viviendo en el país.
3	Aplicar la metodología de investigación del Modelo SERVQUAL para el levantamiento de datos y generación de resultados, para así determinar en qué ítems evaluados existe un alto nivel de insatisfacción.	Se aplicó la metodología de investigación del Modelo SERVQUAL para el levantamiento de datos y se generó resultados a través del programa SPSS. Para poder determinar los ítems en los cuales existe un mayor nivel de insatisfacción se obtuvo la brecha existente entre Percepción y Expectativa la cual nos sirvió como indicador de insatisfacción.
4	Proponer estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio de los Centros Activos en los ámbitos en los cuales tienen falencias.	Es muy recomendable para realizar las estrategias, plantearlas a través de una matriz QFD (Quality Function Deployment). Dicha matriz nos ayudó a ponderar cada estrategia de acuerdo al nivel de necesidad con cada una de las áreas evaluadas en la Encuesta SERVQUAL. Resultado de esto se obtuvo las estrategias más importantes:

<p>Diseñar discusiones y líneas de investigación que sirvan como precedente para incrementar la calidad del servicio en los Centros Activos.</p> <p><b>5</b></p>	<p>Se buscará encontrar una base para la mejorar de la calidad en los Centros Activos. Base que no será mejorada sino es a través de un plan de mejora ejecutable. La presente investigación se espera sirva como punto de partida para un plan de mejora que permita a los usuarios ciudadanos del Distrito Metropolitano de Quito acudir con más regularidad a un Centro Activo y mejorar su hábitos por una cultura deportiva y de salud.</p>
--	--

Tabla 59: Cumplimiento de Objetivos

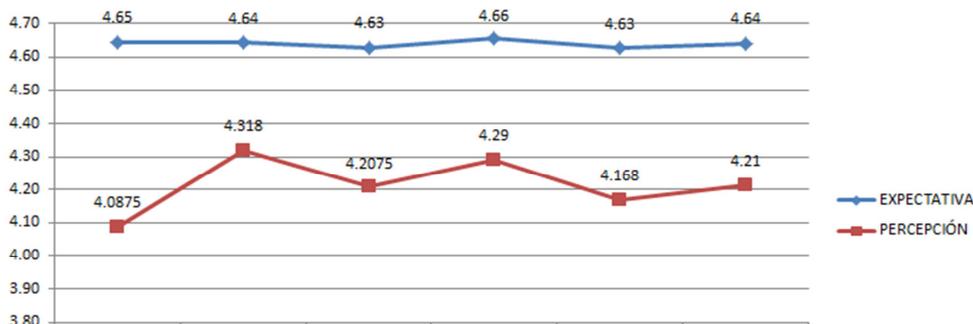
## 4.2. Informe de Hipótesis

HIPÓTESIS	CUMPLIMIENTO																							
<p>Ho: El nivel de satisfacción de los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito es Totalmente Satisfactorio.</p>	<table border="1"> <caption>Data for Bar Chart</caption> <thead> <tr> <th>Dimensión</th> <th>Satisfacción</th> <th>Insatisfacción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TANGIBILIDAD</td> <td>57.625</td> <td>42.38</td> </tr> <tr> <td>FIABILIDAD</td> <td>72.5</td> <td>27.5</td> </tr> <tr> <td>CAPACIDAD DE RESPUESTA</td> <td>69.6</td> <td>30.4</td> </tr> <tr> <td>SEGURIDAD</td> <td>72.55</td> <td>27.45</td> </tr> <tr> <td>EMPATÍA</td> <td>68.66</td> <td>31.34</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td><b>68.19</b></td> <td><b>31.81</b></td> </tr> </tbody> </table>			Dimensión	Satisfacción	Insatisfacción	TANGIBILIDAD	57.625	42.38	FIABILIDAD	72.5	27.5	CAPACIDAD DE RESPUESTA	69.6	30.4	SEGURIDAD	72.55	27.45	EMPATÍA	68.66	31.34	<b>TOTAL</b>	<b>68.19</b>	<b>31.81</b>
Dimensión	Satisfacción	Insatisfacción																						
TANGIBILIDAD	57.625	42.38																						
FIABILIDAD	72.5	27.5																						
CAPACIDAD DE RESPUESTA	69.6	30.4																						
SEGURIDAD	72.55	27.45																						
EMPATÍA	68.66	31.34																						
<b>TOTAL</b>	<b>68.19</b>	<b>31.81</b>																						
<p>H1: El nivel de insatisfacción de los usuarios de los Centros Activos del Ministerio del Deporte en el Distrito Metropolitano de Quito es bajo en un 30%</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>DIMENSION</th> <th>SATISFACCIÓN</th> <th>INSATISFACCIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>TANGIBILIDAD</b></td> <td>57.625</td> <td>42.38</td> </tr> <tr> <td><b>FIABILIDAD</b></td> <td>72.5</td> <td>27.5</td> </tr> <tr> <td><b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b></td> <td>69.6</td> <td>30.4</td> </tr> <tr> <td><b>SEGURIDAD</b></td> <td>72.55</td> <td>27.45</td> </tr> <tr> <td><b>EMPATÍA</b></td> <td>68.66</td> <td>31.34</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td><b>68.19</b></td> <td><b>31.81</b></td> </tr> </tbody> </table>			DIMENSION	SATISFACCIÓN	INSATISFACCIÓN	<b>TANGIBILIDAD</b>	57.625	42.38	<b>FIABILIDAD</b>	72.5	27.5	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	69.6	30.4	<b>SEGURIDAD</b>	72.55	27.45	<b>EMPATÍA</b>	68.66	31.34	<b>TOTAL</b>	<b>68.19</b>	<b>31.81</b>
DIMENSION	SATISFACCIÓN	INSATISFACCIÓN																						
<b>TANGIBILIDAD</b>	57.625	42.38																						
<b>FIABILIDAD</b>	72.5	27.5																						
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	69.6	30.4																						
<b>SEGURIDAD</b>	72.55	27.45																						
<b>EMPATÍA</b>	68.66	31.34																						
<b>TOTAL</b>	<b>68.19</b>	<b>31.81</b>																						

H2: La dimensión del modelo SERVQUAL que requiere mayor porcentaje de mejoramiento es la dimensión de Elementos Tangibles, al menos con el 40%.

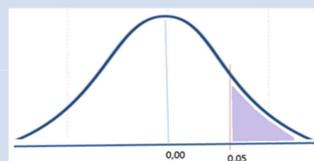
ÍTEMS	EXPECTATIVA	PERCEPCIÓN	BRECHA	SATISFACCIÓN	INSATISFACCIÓN
<b>TANGIBILIDAD</b>					
Apariencia de los equipos en los Centros Activos. (maquinas. pesas. tableros. arcos)	4.57	4	-0.57	54.50	45.50
Instalaciones físicas según su atractivo físico. (edificios. cuartos de ejercicio. paredes)	4.67	4.19	-0.48	60.30	39.70
Apariencia física según su limpieza.	4.69	4.13	-0.56	61.20	38.80
Atractivo de los materiales asociados con el servicio. (áreas verdes. piletas)	4.65	4.03	-0.63	54.50	45.50
<b>Promedio</b>	<b>4.645</b>	<b>4.0875</b>	<b>-0.56</b>	<b>57.625</b>	<b>42.375</b>

H3: Las expectativas de los usuarios de los Centros Activos son bajas en todas las dimensiones.



Ho: Más del 25% de los Usuarios de los Centros Activos tienen ingresos superiores altos.

	Ingresos	Ha utilizado usted uno de los Centros Activos ubicados en el DMQ
Chi-cuadrado	104.732 <sup>a</sup>	165.870 <sup>b</sup>
gl	3	1
Sig. asintót.	.000	.000



Se acepta la hipótesis nula ya que el nivel de significancia es menor al alfa de 0,05 y se encuentra dentro de la zona de aceptación.

### 4.3. Conclusiones

- Se ha determinado a través de las preguntas demográficas que el segmento de usuarios que más frecuentan los Centros Activos son hombres de 27 a 40 años de edad, de estado civil Solteros, con un nivel de educación de Bachillerato e ingresos superiores a 400\$. Esta información resulta muy útil para conocer el perfil de nuestros usuarios y buscar nuevos targets.

- La dimensión SERVQUAL que mayor expectativa muestra es la de Seguridad con una media de 4,66 en una escala del 1 al 5. Siendo que 5 significa que se encuentra Totalmente Satisfecho. Le siguen en mayor expectativa Tangibilidad y Fiabilidad con 4,65 y 4,64 respectivamente, lo que nos muestra que las expectativas para la mayoría de dimensiones son altas.

- La brecha existente entre percepción y expectativa muestra a través de una cifra negativa la insatisfacción, en donde todas las dimensiones poseen un nivel de insatisfacción. Siendo que Tangibilidad es la dimensión que más alta brecha de insatisfacción posee.

- A través del posicionamiento en los cuadrantes de las dimensiones encontramos que la dimensión Fiabilidad es una de las Fortalezas de los Centros Activos y a diferencia de este encontramos a la dimensión de Tangibilidad como una Oportunidad de Mejora.

- Los ítems con más alto porcentaje de insatisfacción fueron dentro de los elementos Tangibles: “Apariencia de las maquinas, tableros, arcos” y “Atractivo de las áreas verdes y piletas” con 45,5% cada uno. Mientras que en la dimensión de Capacidad el ítem que mayor porcentaje de insatisfacción tuvo es el de “Comunicación que los usuarios tienen con los empleados” con un 37,10% y por último dentro de la dimensión de Empatía las más alta insatisfacción la tuvo el ítem “Grado de preocupación que los empleados tienen con los intereses de los usuarios” con un 37,9%.

- Dentro de la Matriz QFD encontramos que la dimensión con más alcance de estrategias es la de Tangibilidad ya que a su vez tiene mayor porcentaje de insatisfacción con un 42,38%.

- Las estrategias principales obtenidas de la matriz QFD fueron:
  - Implantar un protocolo de servicio para mejorar la atención del usuario.
  - Realizar incentivos a los empleados para mejorar el servicio
  - Adquisición de nuevos y modernos equipo

#### **4.4 Recomendaciones**

- Para una eficiente mejora en la calidad del servicio es importante partir de un plan estructurado de mejoras que ataque a las áreas más vulnerables del servicio en los Centros Activos.
  - Para conocer las expectativas y percepciones futuras es importante realizar una nueva medición después de una aplicación de estrategias y de esa manera controlar el excelente desempeño del servicio.
  - Realizar la inversión en la capacitación e incentivos del personal que labora en los Centros Activos, así garantizar un mejor desempeño por parte del personal interno.

## **Bibliografía**

(s.f.). Recuperado el 19 de Mayo de 2015, de Noticias Quito:

[http://noticiasquito.gob.ec/Noticias/news\\_user\\_view/quito\\_es\\_la\\_segunda\\_ciudad\\_con\\_mayor\\_promedio\\_de\\_escolaridad\\_del\\_pais--6641](http://noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/quito_es_la_segunda_ciudad_con_mayor_promedio_de_escolaridad_del_pais--6641)

(2011-2013). ENSANUT. Quito.

(20 de Diciembre de 2013). El Telégrafo.

Concentración Deportiva de Pichincha. (2015). Obtenido de <http://www.cdp.com.ec/historia.html>

Ministerio del Deporte. (2015). Obtenido de <http://www.deporte.gob.ec/centros-activos/>

Ministerio del Deporte. (2015). Obtenido de <https://www.deporte.gob.ec/centros-activos/>

Albiol, J. N., & Saura, R. G. (1998). *Preparación, tabulación y análisis de encuestas para directivos*.

Camacho, A., Soto, C., Cantón, A., & Rodríguez, J. (2008). *Perfil de Usuarios de Centros Deportivos*. Almería, España: Universidad de Almería.

Camisón, C. (2007).

George, D. y. (1981). *Marketing of Services*.

Kotler. (2008). *Fundamentos de Marketing*.

Lovelock, C. (2004). *Mercadotecnia de Servicios*. Pearson.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*.

Maslow. (1943). *A theory of human motivation*.

Sheth, J. N. (1991). *A theory of consumption*.

Zeithaml. (2007). *Marketing de Servicios*.