UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON

FACULTAD DE ORGANIZACION DEPORTIVA
AREA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

"Medición de la Satisfacción del Usuario-Deportista del Centro Acuático Olímpico Universitario de la UANL"

TESIS

Para obtener el grado de Maestro en Ciencias del Ejercicio con especialidad en Deporte de Alto Rendimiento

PRESENTA

L.O.D. Alaila Sánchez Rodríguez

San Nicolás de los Garza, N. L. Febrero del 2010

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ORGANIZACIÓN DEPORTIVA

ÁREA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

FACULTAD DE ORGANIZACION DEPORTIVA
BIBLIOTECA
ING. CAYETANO GARZA

"Medición de la Satisfacción del Usuario-Deportista del Centro Acuático Olímpico Universitario de la UANL"

TESIS

Para obtener el grado de Maestro en Ciencias del Ejercicio con especialidad en Deporte de Alto Rendimiento

PRESENTA

L.O.D. Alaila Sánchez Rodríguez

San Nicolás de los Garza Nuevo León, Febrero del 2010

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ORGANIZACIÓN DEPORTIVA

ÁREA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

BIBLIOTECA
ING. CAYETANO GARZA

"Medición de la Satisfacción del Usuario-Deportista del Centro Acuático Olímpico Universitario de la UANL"

TESIS

Para obtener el grado de Maestro en Ciencias del Ejercicio con especialidad en Deporte de Alto Rendimiento

PRESENTA

L.O.D. Alaila Sánchez Rodríguez

San Nicolás de los Garza Nuevo León, Febrero del 2010

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ORGANIZACIÓN DEPORTIVA

ÁREA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

BIBLIOTECA
ING. CAYETANO GARZA

"Medición de la Satisfacción del Usuario-Deportista del Centro Acuático Olímpico Universitario de la UANL"

TESIS

Para obtener el grado de Maestro en Ciencias del Ejercicio con especialidad en Deporte de Alto Rendimiento

PRESENTA

L.O.D. Alaila Sánchez Rodríguez

ASESOR PRINCIPAL

Dra. Rosa Elena Medina Rodríguez

M.C. Mireya Medina Villanueva

San Nicolás de los Garza Nuevo León, Febrero del 2010

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE ORGANIZACIÓN DEPORTIVA

ÁREA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

"Medición de la Satisfacción del Usuario-Deportista del Centro Acuático Olímpico Universitario de la UANL"

TESIS

Para obtener el grado de Maestro en Ciencias del Ejercicio con especialidad en Deporte de Alto Rendimiento

PRESENTA

L.O.D. Alaila Sánchez Rodríguez

CO-ASESORES

Dr. Oswaldo Ceballos Gurrola

M.C. Mireya Medina Villanueva

San Nicolás de los Garza Nuevo León, Febrero del 2010

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ORGANIZACIÓN DEPORTIVA
ÁREA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

Los miembros del comité de tesis del Área de Estudios de Posgrado de la Facultad de Organización Deportiva, recomendamos que la tesis "MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO-DEPORTISTA DEL CENTRO ACUÁTICO OLÍMPICO UNIVERSITARIO DE LA UANL" realizada por la L.O.D. Alaila Sánchez Rodríguez con número de matrícula 0982623, sea aceptada para su defensa como opción al grado de Maestro en Ciencias del Ejercicio con especialidad en Deporte de Alto Rendimiento.

El comité de tesis

Dra. Rosa Elena Medina Rodríguez
Asesor principal

Dr. Oswaldo Ceballos Gurrola
Co-asesor

M.C. Mireya Medina Villanueva
Co-asesor

Dr. Oswaldo Ceballos Gurrola
Subdirector del Área de Estudios de Posgrado

San Nicolás de los Garza Nuevo León, Febrero del 2010

DEDICATORIA

A mi madre, por cuidar de mi salud y mi bienestar día con día, por comprenderme y tolerarme.

A mi padre, le dedico este fruto de esfuerzo que con su apoyo incondicional y su ánimo de aliento me ayudaron a alcanzar una meta más en mi vida.

A mis hermanos Jaaziel y Abi, que hasta con las cosas más sencillas prestaron su ayuda para que yo estuviera mejor.

AGRADECIMIENTOS

Doy mil gracias a Dios y por darme entereza y poner mis ojos hacia delante, por iluminar mi camino, darme sabiduría y por entregarme tantas experiencias productivas que me hacen un ser humano rico en cada aspecto de mi vida.

A mis maestros de licenciatura y posgrado que sin reserva entregaron sus conocimientos para formar profesionistas dignos de la universidad y profesionales en el área del deporte.

Al Director de la Facultad de Organización Deportiva el M.C. José Alberto Pérez García por el apoyo brindado a mis estudios.

A mi asesor principal la Dra. Rosa Elena Medina Rodríguez por todo el tiempo y conocimientos invertidos en la elaboración de mi tesis.

A mi co-asesor el Dr. Oswaldo Ceballos Gurrola por su apoyo y disposición.

A mi co-asesor la M.C. Mireya Medina Villanueva por prestar su tiempo en la revisión de mi tesis.

Al personal directivo, administrativo y docente del Centro Acuático Olímpico Universitario por las facilidades que me otorgaron para realizar el estudio.

A los directores del Colegio Euroamericano de Monterrey por su soporte para seguirme preparando.

Y a cada una de las personas que a mi alrededor estuvieron siempre para aportar su apoyo incondicional.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 4
3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN 6
4. FINALIDAD Y OBJETIVOS 8
5. HIPÓTESIS 10
6. MARCO TEORICO 12
6.1 La empresa deportiva 13
6.2 Los programas deportivos 14
6.3 Las instalaciones deportivas 15
6.4 Satisfacción de los usuarios de servicios y programas deportivos a través de la encuesta 16
6.5 Principales modelos de gestión de la calidad total en diferentes países y en México 18
6.5.1 Modelo Deming 20
6.5.2 Modelo de Calidad Total EFQM 20
6.5.3 Premio Nacional de Calidad Malcolm Baldrige 21
6.5.4 Premio Nacional de Calidad Total 22
6.5.5 Premio de Calidad INTRAGOB 23
6.5.6 Premio Nuevo León a la Calidad 24
6.5.7 Modelo de Calidad Total para Gobiernos Municipales 24
6.5.8 Modelo de Autoevaluación de la Calidad Total para Organizaciones Deportivas 25
6.6 Calidad Total en las Organizaciones Deportivas 27
6.7 El Centro Acuático Olímpico Universitario 29
6.8 Estudios relacionados con la satisfacción de los usuarios en organizaciones deportivas 30
7. METODOLOGÍA 33
7.1 Diseño de la investigación 34
7.2 Población de estudio 34
7.3 Tamaño de la muestra 34
7.4 Instrumento 35
7.5 Procedimiento de aplicación del cuestionario 36

7.6 Escala de valoración de las preguntas 37
7.7 Análisis estadístico 37
8. RESULTADOS 39
8.1 Satisfacción global con el servicio recibido 40
8.2 Identificación personal 41
8.3 Información sobre la práctica y servicios utilizados 43
8.4 Otras consideraciones 46
8.5 Sugerencias 48
8.6 Comparación de los índices de satisfacción con la calidad del servicio que recibe del CAOU según: 51
8.6.1 Si pertenece o no a la UANL 51
8.6.2 El género 53
8.6.3 El rango de edad 54
8.7 Correlación entre los índices de satisfacción 54
9. DISCUSIÓN 55
9.1 Datos demográficos 56
9.2 Información sobre la práctica y servicios utilizados 56
9.3 Comparación de los índices de satisfacción con la calidad del servicio que recibe del CAOU 57
9.4 Satisfacción global 58
9.5 Sugerencias 58
9.6 Volver a utilizar los servicios del CAOU 59
9.7 Recomendación de los servicios a otras personas 59
10. CONCLUSIONES 60
11. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS ELECTRÓNICAS 63
12. ANEXOS 68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Criterios del Modelo Premio de Calidad INTRAGOB y del Modelo de Calidad Total para Gobiernos Municipales

Tabla 2. Distribución de la muestra participante para cada actividad.

Tabla 3. Frecuencias y porcentajes del rango de edad de los usuarios-deportistas encuestados en el CAOU.

Tabla 4. Población de hombres y mujeres en frecuencia y porcentaje.

Tabla 5. Asistencia de usuarios-deportistas de los Municipios del área metropolitana del estado de Nuevo León.

Tabla 6. Ocupación señalada por los usuarios-deportistas en la encuesta.

Tabla 7. Frecuencias y porcentajes de la muestra de usuarios-deportistas según si es o no perteneciente a la UANL.

Tabla 8. Áreas de actividad que conforman la estructura de los programas deportivos.

Tabla 9. Tipo de actividad realizada por los usuarios-deportistas.

Tabla 10. Frecuencias y porcentajes de las prácticas indicados en días por semana.

Tabla 11. Tiempo por día que utilizan los usuarios-deportistas para la práctica de sus actividades.

Tabla 12. Instalaciones del Centro Acuático Olímpico Universitario utilizadas para la práctica de las actividades.

Tabla 13. Comparación de los índices de satisfacción con la calidad del servicio que recibe del CAOU según si pertenecen o no a la UANL.

Tabla 14. Comparación de los índices de satisfacción con la calidad del servicio que recibe del CAOU según el género.

Tabla 15. Comparación de los índices de satisfacción con la calidad del servicio que recibe del CAOU según rango de edad.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Servicios que puede ofrecer una empresa deportiva (Alberto, Hernández, Fernández, 1996).

Figura 2. Modelo de Calidad Japonés.

Figura 3. Modelo de Calidad Total Europeo EFQM.

Figura 4. Modelo de Calidad Malcolm Baldrige.

Figura 5. Modelo Nacional para la Calidad Total.

Figura 6. Modelo Premio Nuevo León a la Calidad.

Figura 7. Modelo de Autoevaluación de la Calidad Total para Organizaciones Deportivas.

Figura 8. Porcentajes del grado de satisfacción global personal.

Figura 9. Volver a utilizar los servicios del Centro Acuático Olímpico Universitario.

Figura 10. Recomendar los servicios ofertados en el CAOU expresado en porcentajes.

Figura 11. Sugerencias manifestadas por usuarios-deportistas del CAOU.

1. INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mundo presenta un comportamiento globalizado en donde la competencia en el mercado es cada vez más exigente y la sociedad requiere de mejores servicios capaces de satisfacer sus expectativas y necesidades.

La Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) busca con su Visión 2012, consolidarse como una universidad de clase mundial, atendiendo las expectativas de la sociedad del tercer milenio y ser reconocida como una institución altamente competitiva tanto nacional como internacionalmente.

La formación integral de sus estudiantes esta basada en el desarrollo de sus competencias conceptuales, procedimentales y actitudinales; aunado a ello el aspecto físico-deportivo forma parte de su visión 2012. La UANL cuenta con excelentes instalaciones deportivas como el estadio Gaspar Mass y el estadio Raymundo *el chico* Rivera que permiten a sus estudiantes crear una buena salud mental por medio de una buena salud física; "Mente sana en cuerpo sano" (Décimo Junio Juvenal).

Entre sus instalaciones deportivas se encuentra también el Centro Acuático Olímpico Universitario (CAOU) que ofrece atención con diferentes servicios a la comunidad universitaria y al público en general en tres áreas de actividad: docencia, competitiva y social.

A tan solo 3 meses de su inauguración y en el marco del 75 aniversario de la fundación de la UANL, el CAOU tuvo a bien ser sede del Segundo Campeonato Mundial Juvenil de Natación Monterrey 2008 en el que albergó a 650 nadadores de 70 países del mundo demostrando así su calidad vanguardista para eventos de clase mundial.

Con estos antecedentes se sustenta la elaboración de la presente investigación ya que con sus resultados se podrán tomar medidas para la creación de programas y estrategias que optimicen la calidad en el servicio que presta el CAOU; a su vez, se podrán identificar las necesidades que

imperan en cuanto a las instalaciones y de ésta manera maximizar el desempeño de las mismas.

El conocimiento de las características generales de los usuarios-deportistas (edad, género, lugar de residencia, ocupación y si pertenece o no a la UANL) aportarán datos importantes para la creación de promociones acorde a sus particularidades y así captar una mayor cantidad de beneficiarios.

Preservando al usuario-deportista satisfecho, contento con el servicio ofrecido, se creará una atmósfera de fidelidad entre el usuario-deportista y el CAOU.

Los resultados y conclusiones logrados construirán datos importantes que faciliten el desarrollo del proceso para la certificación ISO 9001, actividad prioritaria para el CAOU.

En resumen, está investigación formará una base para las futuras investigaciones relacionadas con el servicio y la satisfacción de organizaciones deportivas, específicamente en centros acuáticos. Por otro lado, marcará un camino para mantener evolucionando el servicio y la calidad que permita al CAOU distinguirse entre los demás centros acuáticos del país.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Universidad Autónoma de Nuevo León es una institución educativa que se caracteriza por tener una postura de innovación y cambio en la que busca la formación humanista e integral de sus futuros profesionistas, con principios y valores que le soporten la toma de decisiones competentes y responsables, capaces de superar los retos que impone este siglo, contribuyendo así al desarrollo de la sociedad a través de la educación.

Una innovación que la UANL ha proyectado recientemente es el Centro Acuático Olímpico Universitario el cual ofrece a la comunidad universitaria y al público en general una infraestructura con estándares de calidad internacional con personal especializado y certificado en disciplinas acuáticas y de acondicionamiento físico.

Una manera de que el CAOU tenga una panorámica más amplia de los aciertos y las necesidades que prevalecen en su entorno, es conveniente la realización de una investigación que valore aspectos de atención al usuario y calidad en el servicio.

A partir de lo anterior, nos planteamos la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es el grado de satisfacción del usuario-deportista que hace uso de las instalaciones del Centro Acuático Olímpico Universitario?, este planteamiento nos guiará para dar inicio con este estudio y sus resultados aportarán al CAOU valiosa información para la toma de decisiones pertinentes para continuar ofreciendo un servicio de calidad y de esta forma colaborar con su visión de "Ser reconocido como el mejor Centro Acuático Olímpico Universitario de México, con estándares de calidad internacional".

3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Que valoración muestran los índices de satisfacción de los usuarios-deportistas del Centro Acuático Olímpico Universitario?

- ¿Cuáles son las áreas de oportunidad detectadas por el usuario-deportista sobre el servicio recibido en el Centro Acuático Olímpico Universitario?

- ¿Cuál es el interés que muestran los usuarios-deportistas en volver a utilizar cualquier servicio que ofrece el Centro Acuático Olímpico Universitario?

- ¿Los usuarios-deportistas recomendarían a otras personas los servicios que oferta el Centro Acuático Olímpico Universitario?

4. FINALIDAD Y OBJETIVOS

FINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Conocer el grado de satisfacción global personal del usuario-deportista en relación a la calidad del servicio que recibe del Centro Acuático Olímpico Universitario y a su vez identificar las áreas de oportunidad de mejora.

OBJETIVOS

1. Conocer las características generales de los usuarios-deportistas.
2. Conocer las particularidades relacionadas con la práctica y servicios utilizados.
3. Identificar la actividad que cuenta con mayor demanda por área.
4. Conocer las intenciones de los usuarios-deportistas si desean volver a utilizar los servicios del CAOU.
5. Identificar el porcentaje de los usuarios-deportistas que recomendarían los servicios ofertados en el CAOU.
6. Identificar las principales sugerencias para mejorar la satisfacción con la calidad del servicio que recibe.
7. Comparar el grado de satisfacción con la calidad del servicio que recibe según si pertenecen o no a la UANL.
8. Comparar el grado de satisfacción con la calidad del servicio que recibe según género.
9. Comparar el grado de satisfacción con la calidad del servicio que recibe según rango de edad.
10. Conocer el grado de correlación que existe entre los índices de satisfacción: atención, instalaciones, actividades, instructores, costo de las actividades, quejas y sugerencias, guardavidas, servicio médico, nutrición, vigilancia, cafetería, estacionamiento.
11. Proporcionar datos que faciliten el desarrollo del proceso para la certificación ISO 9001.

5. HIPÓTESIS

HIPÓTESIS

1. Más del 50% de los usuarios-deportistas del CAOU refieren sentirse satisfechos con la calidad del servicio que reciben.

2. Las principales áreas de oportunidad de mejora expresadas por los usuarios-deportistas del CAOU son aspectos relacionados con la alberca, el servicio de limpieza y la disponibilidad de estacionamiento.

3. Los usuarios-deportistas que si pertenecen a la UANL se encuentran más satisfechos con la calidad del servicio del CAOU en comparación con los que no pertenecen a la UANL.

6. MARCO TEORICO

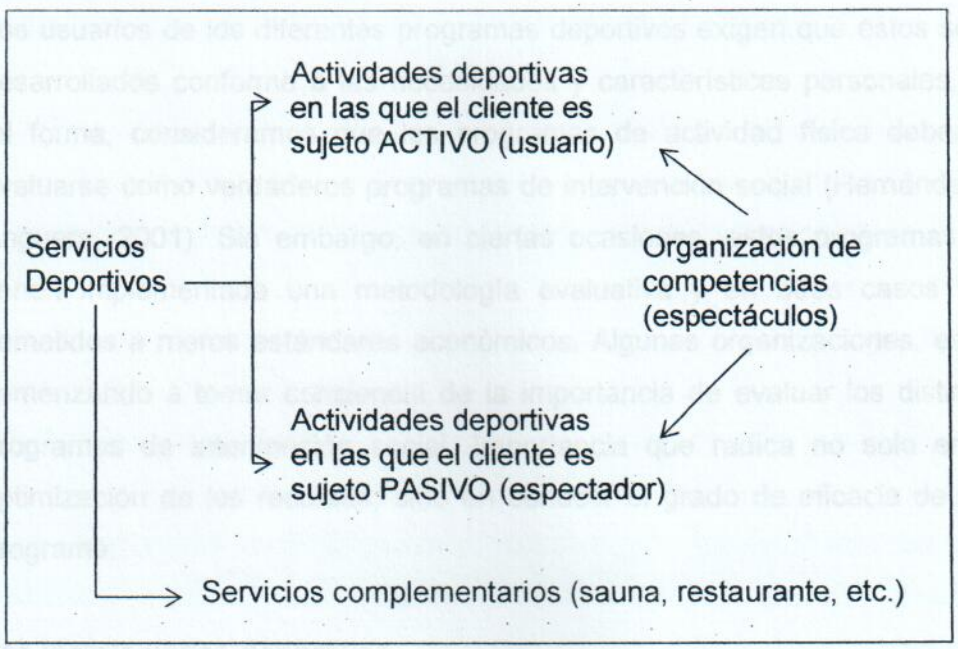
MARCO TEORICO

La empresa deportiva

La empresa deportiva la podemos definir como *"la unidad económica que, a través de una organización, combina distintos factores humanos, materiales y financieros, en unas cantidades determinadas, para la producción de servicios deportivos, con el ánimo de alcanzar unos fines determinados"* (Alberto, Hernández, Fernández, 1996). Las empresas deportivas no solo son aquellas que tienen la finalidad de lucro, como las de carácter privado (clubes) donde sus socios hacen uso de las instalaciones y servicios por el precio pagado que podría cubrir membresía o inscripción y mensualidades, sino que además se encuentran las que atienden a un sector público, sin fin de lucro, estas prestan sus servicios deportivos a los ciudadanos con la finalidad de promover la práctica del deporte; en algunos casos es completamente gratuito, subsidiado por el gobierno municipal, local o federal y en otros casos el importe pagado por los usuarios es simbólico y accesible. Lo que diferencia a las empresas deportivas del resto de empresas, es la producción de servicios deportivos, éstos están relacionados con la práctica deportiva, visualización del deporte u organización de eventos deportivos.

En la siguiente figura (1), se puede observar como el servicio deportivo interviene en clientes activos (usuarios) y pasivos (espectadores) y que en la organización de competencias se vinculan estas dos áreas, los usuarios participando activamente en competiciones y los espectadores presenciando dicho evento. Además de las actividades deportivas algunos servicios deportivos cuentan con servicios complementarios.

Figura 1. Servicios que puede ofrecer una empresa deportiva (Alberto, Hernández, Fernández, 1996).



Los programas deportivos

Nuestra experiencia nos lleva a señalar que las empresas deportivas públicas y privadas ofertan diferentes programas de servicios deportivos, (recreativos, competitivos y para el mantenimiento de la salud) que atienden las demandas de la sociedad.

Los programas recreativos son utilizados por personas con intereses de realizar una actividad física que sea atractiva, que produzca satisfacción, goce personal y que les permita interaccionar con demás personas afines.

En los programas competitivos, la intención de la práctica es rendir al máximo y se requiere de gran implicación física aquí se da una especialización deportiva pero además de obtener logros y marcas deportivas, también se presentan algunas problemáticas desde el punto de vista de la salud ya que hay riesgos físicos, psicológicos y sociales derivados de la competitividad (Annicchiarico, 2002).

Los programas deportivos para el mantenimiento de la salud influyen positivamente en el ser humano, buscan mejorar la salud o prevenir enfermedades. El cuidado de la salud requiere de un plan de mantenimiento

físico que deberá estar de acuerdo con las posibilidades físicas a la edad, sexo, ocupación y actividad diaria de cada persona.

Los usuarios de los diferentes programas deportivos exigen que éstos sean desarrollados conforme a las necesidades y características personales, de tal forma, consideramos que los programas de actividad física deberían evaluarse como verdaderos programas de intervención social (Hernández y Anguera, 2001). Sin embargo, en ciertas ocasiones, estos programas no tienen implementada una metodología evaluativa y en otros casos son sometidos a meros estándares económicos. Algunas organizaciones, están comenzando a tomar conciencia de la importancia de evaluar los distintos programas de intervención social. Importancia que radica no solo en la optimización de los recursos, sino en conocer el grado de eficacia de ese programa.

Las instalaciones deportivas

Las instalaciones deportivas son recintos donde se llevan a cabo las prácticas y competiciones deportivas, deben estar diseñadas de acuerdo al tipo de actividades que se practican en las mismas y sus rangos de participación de tal forma que sean seguras y apropiadas para los usuarios. Un polideportivo es un lugar que cuenta con varias instalaciones deportivas que permite realizar una gran variedad de deportes y ejercicios. Aunque no todos los polideportivos están dotados de las mismas instalaciones, es usual que cuenten con: pistas polideportivas exteriores y pabellones techados para practicar baloncesto, voleibol, futbol de sala, gimnasia; canchas de tenis, salas de musculación, salas de artes marciales, saunas (http://es.wikipedia.org/wiki/Polideportivo).

Anteriormente, hablamos de empresas deportivas públicas y privadas, y con respecto a las instalaciones deportivas La Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE) es un ejemplo del sector público, la CONADE cuenta con un programa de Infraestructura Deportiva que provee de instalaciones para fortalecer el desarrollo de las actividades deportivas, físicas y recreativas en la República Mexicana. Estas instalaciones van

desde pistas de atletismo, campos de futbol hasta gimnasios múltiples, albercas olímpicas y plataformas de clavados. (http://www.conade.gob.mx/conade_11/conade_10_apoyo_infraestructura.asp)

Por otro lado, existen instalaciones deportivas privadas, tal es el caso, en el municipio de Monterrey y San Pedro por mencionar algunos; se hallan clubes que manejan actividades múltiples como acondicionamiento físico, musculación, bailes de salón, aerobics, yoga, clases de natación, etcétera. Algunas de estas empresas deportivas (clubes) son: Sport City, Fitness Damas, Deportivo San Agustín entre otros.

Haciendo referencia a las instalaciones deportivas con las que cuentan las universidades del país, podemos citar la Universidad de Guadalajara (UDG) que cuenta con alberca olímpica, coliseo olímpico, gimnasio de usos múltiples, pista del estadio olímpico y unidad deportiva (http://deportes.udg.mx/instalaciones-deportivas); la Universidad de Monterrey (UDEM) cuenta con un centro de formación deportiva en donde se puede practicar futbol soccer, futbol rápido, tenis, atletismo, voleibol, basquetbol, natación, tae-kwon-do, beisbol, softbol, aerobics y escalada (http://www.udem.edu.mx/acerca/masacerca/recursos_del_campus/329); en la Universidad Autónoma de Nuevo León gozan de las siguientes instalaciones deportivas: Estadio Gaspar Mass, Estadio Raymundo "el chico" Rivera, Gimnasio Luis Eugenio Todd, Parque de Béisbol Hundido, Centro Acuático Olímpico Universitario, cancha de tenis, cancha de futbol rápido, Explanada DGD con campos softbol, futbol soccer y futbol americano (http://www.uanl.mx/deporte/).

Satisfacción de los usuarios de servicios y programas deportivos a través de la encuesta

Gibson (2003) menciona que la satisfacción del usuario o del cliente es la clave del éxito organizacional puesto que es el cliente satisfecho el que produce en las organizaciones la necesidad de sobrevivir y desarrollarse. La energía, el compromiso y la flexibilidad asociados a los equipos de trabajo promueven la satisfacción del usuario a través de una respuesta rápida y de una creciente calidad.

La evaluación del grado de satisfacción del usuario de servicios y programas deportivos se realiza con una metodología cuantitativa y cualitativa, generalmente a través de una encuesta y del grupo de discusión o entrevista en profundidad. Gil (1999) señala que para ello, se toma el conjunto de actividades del programa y, previa elaboración de una escala, se ofrece la valoración de cada ítem o actividad. A nivel opinático, y valorando lo que es difícil de encuestar, se realizan grupos o entrevistas para complementar la información. La encuesta a los usuarios arroja datos sobre grupos sociales, características estructurales, barrios de los que proceden, etc.

El análisis cualitativo completa los resultados de la encuesta. Con ello, se elabora un informe metodológico y de resultados que se discuten con técnicos y políticos; en el aparecen los aspectos más valorados, los menos valorados, mecanismos correctores, tendencias, críticas sobre la oferta ajustada a grupos sociales, nuevas necesidades, etcétera.

La calidad en los servicios deportivos parte de que el cliente (usuario-deportista) es el origen del servicio, el cliente sabe mejor que nadie lo que desea, por lo que en el interior de cada cliente surgen determinadas expectativas respecto al nivel del servicio esperado. En el plano de la conciencia directa se produce un juicio de calidad de servicio cada vez que el cliente recibe un producto o un servicio. Este juicio de calidad puede ser racionalizado con la ayuda exterior de un proceso adecuado de interrogación y reflexión. En consecuencia, nadie mejor que el propio cliente puede servir de fuente de investigación para conocer el nivel y contenido del servicio deseado. Un buen nivel de calidad del servicio se alcanza cuando la calidad satisface las expectativas del cliente.

Principales modelos de gestión de la calidad total en diferentes países y en México

No es difícil percibir los constantes cambios en un mundo globalizado que al mismo tiempo nos invita a ser mejores y más competitivos, es por ello que la sociedad actual enfrenta nuevos retos que habrá de cumplir y así alcanzar las metas y objetivos propuestos. En este sentido, es preciso implementar acciones encaminadas a desarrollar nuevas habilidades que nos permitan lograr y permanecer dentro una mejora continua.

La calidad de un servicio o producto es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

Algunas definiciones de calidad de los autores más relevantes son:

- ✓ *Philip B. Crosby:* <Conformidad con las especificaciones> o <Cumplimiento de los requisitos>
- ✓ *M. Juran:* <Adecuación al uso previsto y cumplimiento del objetivo>
- ✓ *Asociación Española para la Calidad A.E.C.:* <Conjunto de propiedades y características de un producto, proceso o servicio que le confiere su aptitud para satisfacer necesidades establecidas o implícitas>
- ✓ *W. Edward Deming:* <Dar satisfacción al cliente>

Si bien es cierto que el país impulsor del concepto calidad es Japón, también lo es que en E.E.U.U, Alemania, Gran Bretaña y Francia han adoptado las nuevas tendencias a la gestión de la calidad favoreciendo su desarrollo y progreso económico (Medina, Ceballos, Pérez y Medina, 2008). Los modelos de calidad son herramientas que guían a las organizaciones a la mejora continua y a la competitividad. A continuación se presentan algunos modelos de calidad total y una breve introducción de los mismos.

Edward Deming pionero de la Calidad Total (TQM - Total Quality Management) introdujo la idea de control que engloba: planear, hacer, verificar y corregir. (Buenrostro, 1998).

Deming considera catorce puntos con el fin de llevar a la dirección de una empresa a modificar su forma de pensar y actuar, guiándola hacia la administración ideal. (Gutiérrez, 1997).

Catorce puntos considerados por Deming:

1. Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio

2. Adoptar la nueva filosofía

3. Dejar de depender de la inspección de todos los productos como forma de asegurar la calidad, ya que esto no la garantiza

4. Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio únicamente, la nueva labor de compras y ventas

5. Mejorar constantemente el sistema de producción y servicio

6. Implantar la formación (Instruir la capacitación en el trabajo)

7. Adoptar el nuevo estilo de dirección

8. Desechar el miedo

9. Eliminar las barreras organizacionales que impiden trabajar en equipo para lograr la mejora continua

10. Eliminar los lemas, exhortaciones y metas para la mano de obra

11. Eliminar las cuotas numéricas para la mano de obra. Fundamentar el accionar de la dirección con base en planes, no con base en metas numéricas

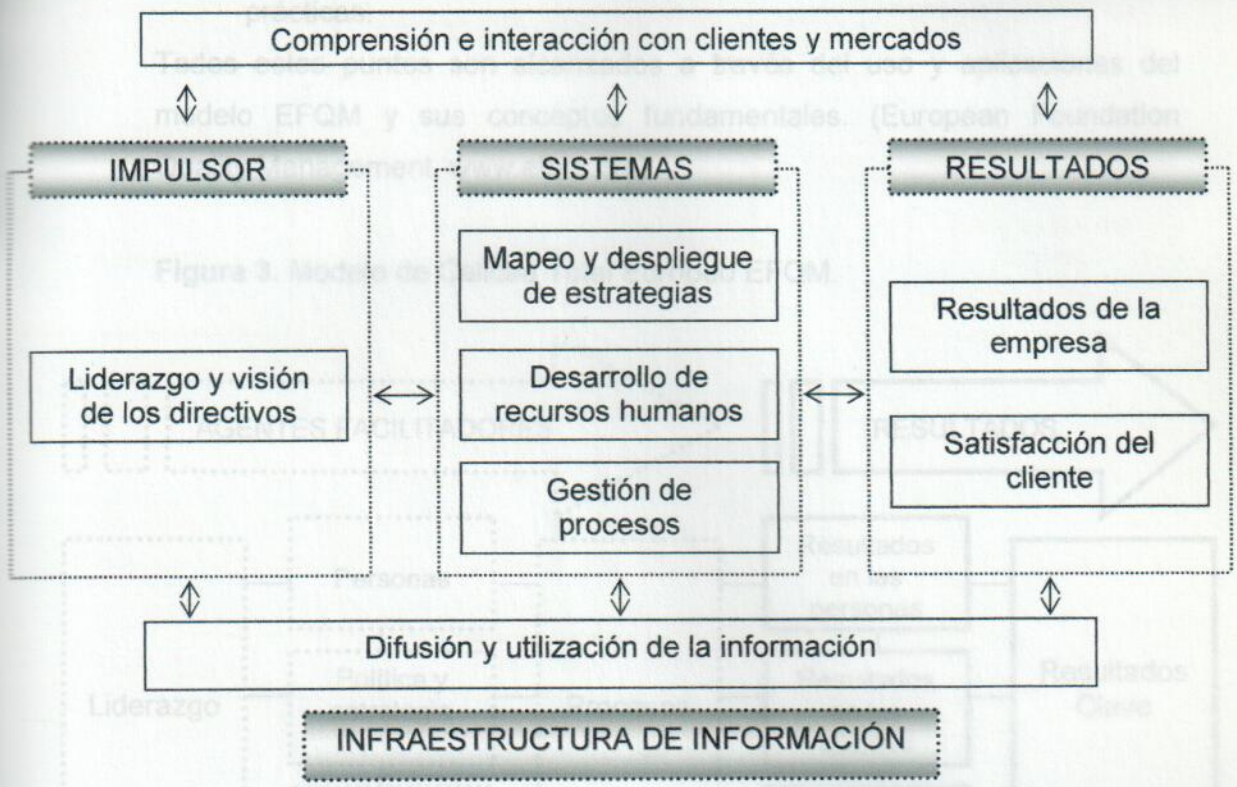
12. Eliminar las barreras que privan a la gente de su derecho a estar orgullosa de su trabajo

13. Estimular la educación y la automejora

14. Generar un plan de acción para lograr la transformación

Modelo Deming: El premio nacional de calidad de Japón se instituyó en 1951 creado por la JUSE (Japanese Union Scientists and Engineers) (Medina, Ceballos, Pérez y Medina, 2008) (figura 2).

Figura 2. Modelo de Calidad Japonés.



Modelo de Calidad Total EFQM: La Fundación Europea para la Gestión de Calidad (EFQM-European Foundation for Quality Management) fue creada en el año 1988 por 14 importantes empresas de Europa (figura 3).

La visión y misión de la EFQM son:

Visión

La EFQM es el líder reconocido en la promoción y el apoyo a la aplicación de la excelencia sostenible.

Misión

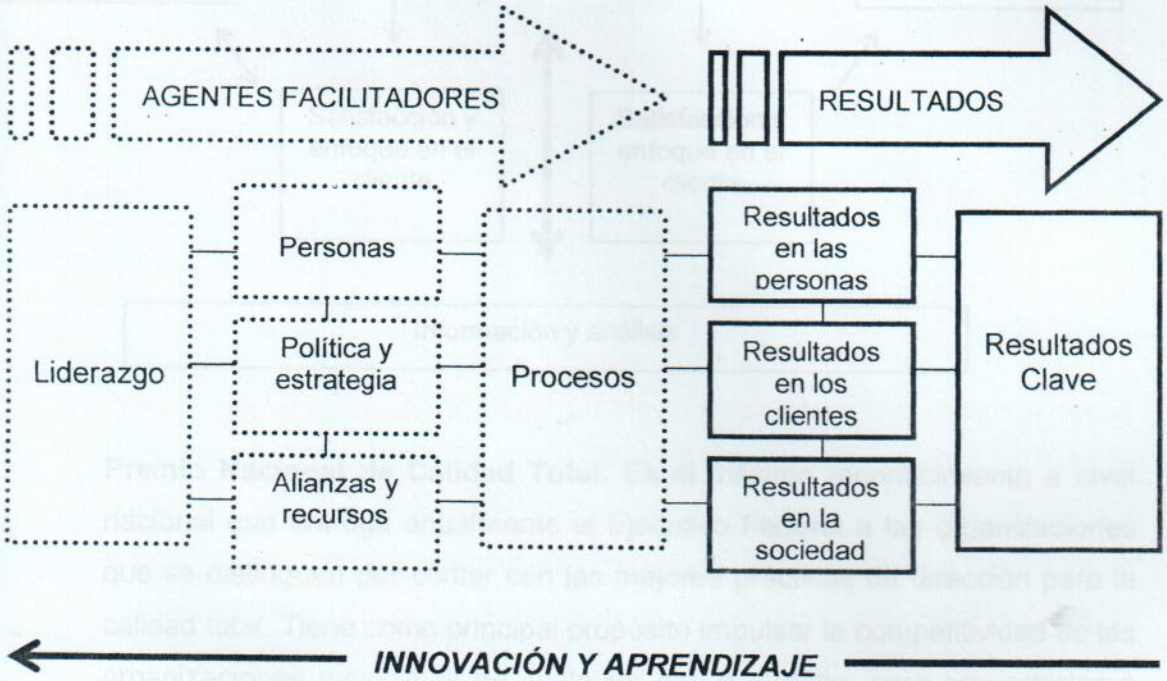
La EFQM reúne a las organizaciones que luchan por la excelencia sostenible.

Para ayudar a las organizaciones a mejorar continuamente y lograr altos niveles de rendimiento, la EFQM:

- ✓ Evalúa su desempeño
- ✓ Les ofrece la creación de redes y la experiencia de aprendizaje mutuo
- ✓ Ofrece educación y oportunidades de aprendizaje
- ✓ Reconoce sus logros
- ✓ Y apoya su aplicación de las mejores herramientas en clase y prácticas.

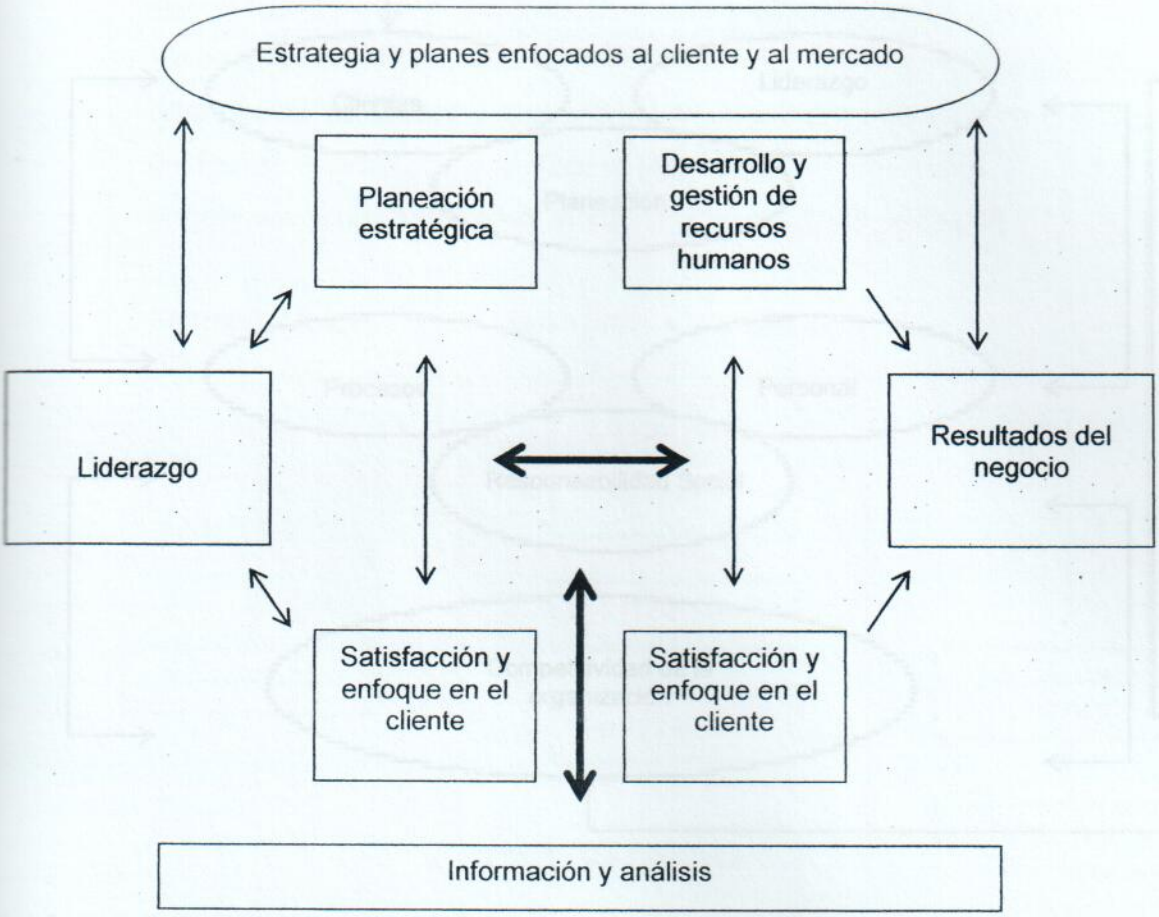
Todos estos puntos son alcanzados a través del uso y aplicaciones del modelo EFQM y sus conceptos fundamentales. (European Foundation Quality Management, www.efqm.org)

Figura 3. Modelo de Calidad Total Europeo EFQM.



Premio Nacional de Calidad Malcolm Baldrige: (Figura 4). El Premio Malcolm Baldrige se crea en Estados Unidos en 1987, lo estableció el congreso de dicho país para reconocer la calidad y logros de los negocios de las organizaciones de EE.UU. El Premio Baldrige se entrega anualmente por el Presidente de los Estados Unidos. Los premios se entregan en el sector de la industria manufacturera, de servicios, pequeñas empresas, la ecuación, la salud y organizaciones sin fines de lucro (Medina, Ceballos, Pérez y Medina, 2008).

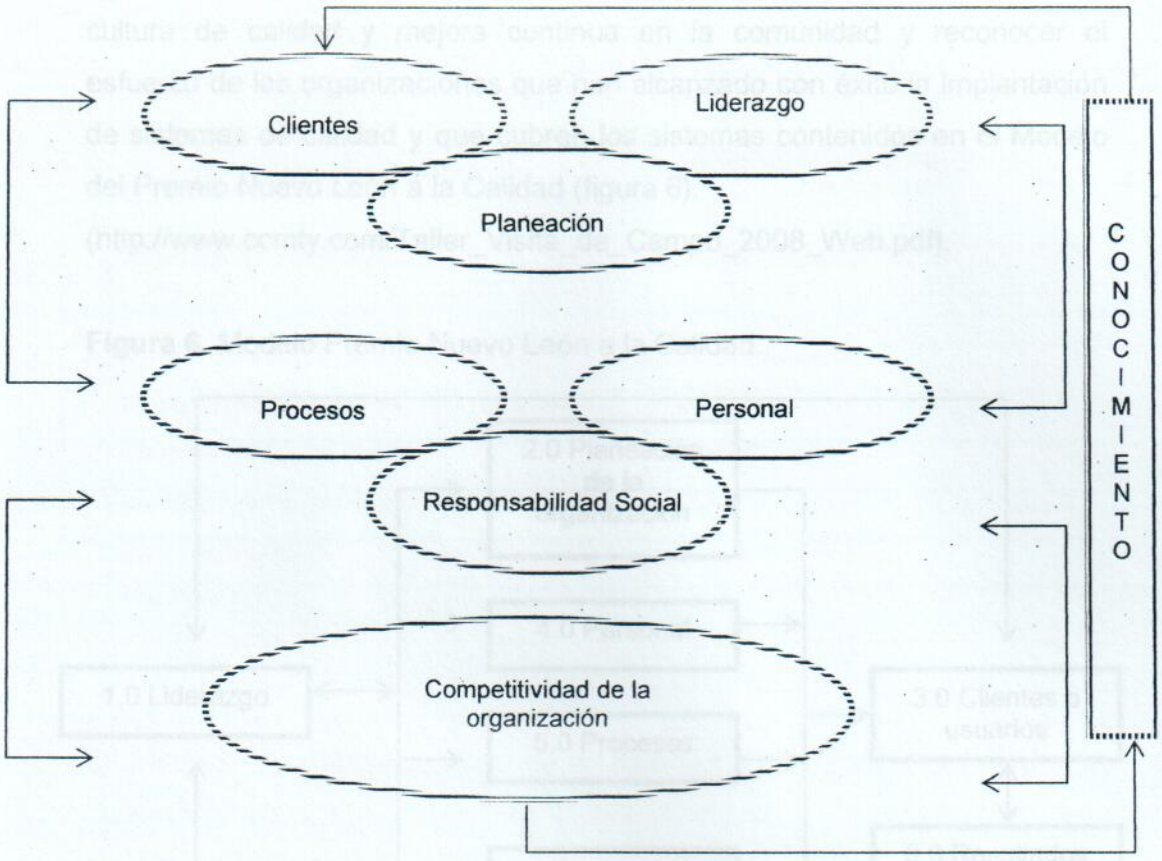
Figura 4. Modelo de Calidad Malcolm Baldrige.



Premio Nacional de Calidad Total: Es el máximo reconocimiento a nivel nacional que entrega anualmente el Ejecutivo Federal a las organizaciones que se distinguen por contar con las mejores prácticas de dirección para la calidad total. Tiene como principal propósito impulsar la competitividad de las organizaciones mexicanas de cualquier giro o tamaño, para proyectarlas a ser de clase mundial.

Esto se logra en la medida en que las organizaciones aplican en su operación cotidiana, los principios del Modelo Nacional para la Calidad Total, modificando o transformando su forma de ser y de hacer. La principal fuerza de esta transformación es la creación de valor superior para los clientes y consumidores finales a través de la mejora continua de los sistemas y procesos, así como de los productos, bienes y servicios (http://www.sedena.gob.mx/index.php?id=443) (figura 5).

Figura 5. Modelo Nacional para la Calidad Total.



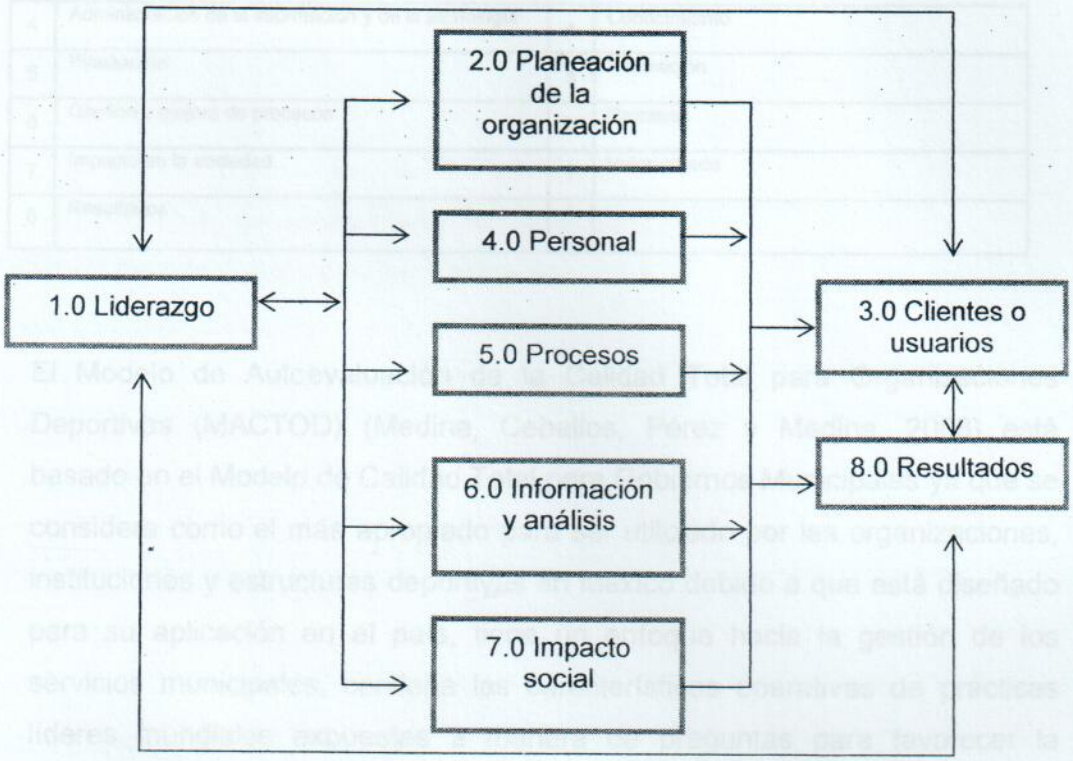
Premio de Calidad INTRAGOB: (Tabla 1) Este premio es otorgado por la Presidencia de la República a las mejores prácticas de calidad total en el Gobierno Federal que se distinguieron por la madurez en la implantación de la cultura de calidad y que por ello, representan un ejemplo a seguir en la Administración Pública, apoyándose en el Modelo de Calidad INTRAGOB, el cual es un Sistema de Dirección por Calidad orientado a favorecer tres ámbitos sustantivos de la gestión pública:

- ✓ La calidad de los servicios generados, para ofrecer mayor valor agregado a la sociedad.
- ✓ La integridad de los servidores públicos como instrumento para dignificar la función pública.
- ✓ Mejorar la percepción de la sociedad respecto a la confiabilidad y eficacia de las instituciones gubernamentales.

(http://www.comeri.salud.gob.mx/descargas/normateca/normatvigente/26.pdf)

Premio Nuevo León a la Calidad: Su misión es apoyar la formación de una cultura de calidad y mejora continua en la comunidad y reconocer el esfuerzo de las organizaciones que han alcanzado con éxito la implantación de sistemas de calidad y que cubren los sistemas contenidos en el Modelo del Premio Nuevo León a la Calidad (figura 6).
(http://www.ccmty.com/Taller_Visita_de_Campo_2008_Web.pdf).

Figura 6. Modelo Premio Nuevo León a la Calidad.



Modelo de Calidad Total para Gobiernos Municipales: (Tabla 1) (www.fundameca.com.mx) Fue creado en el año 2005 por la Sociedad Mexicana para el Desarrollo de la Calidad Total, S.C. (SMCT, 2001). Los propósitos de este modelo son:

- ✓ Promover una cultura basada en la mejora continua y la creación de valor creado a ciudadanos, servidores públicos, entidades subsidiarias, comunidad y entorno.
- ✓ Promover la comunicación y el intercambio entre las dependencias y entidades del Gobierno Municipal.
- ✓ Crear un lenguaje común y crear sinergia en los grupos de trabajo.

Tabla 1. Criterios del Modelo Premio de Calidad INTRAGOB y del Modelo de Calidad Total para Gobiernos Municipales.

CRITERIOS	**Premio de Calidad INTRAGOB**	*CRITERIOS*	**Modelo Calidad Total Gobiernos Municipales**
1	Satisfacción del cliente y ciudadano	1	Ciudadano y sociedad
2	Liderazgo	2	Líderes
3	Desarrollo del personal y del capital intelectual	3	Servidores públicos
4	Administración de la información y de la tecnología	4	Conocimiento
5	Planeación	5	Planeación
6	Gestión y mejora de procesos	6	Procesos
7	Impacto en la sociedad	7	Valor creado
8	Resultados		

El Modelo de Autoevaluación de la Calidad Total para Organizaciones Deportivas (MACTOD) (Medina, Ceballos, Pérez y Medina, 2008) está basado en el Modelo de Calidad Total para Gobiernos Municipales ya que se considera como el más apropiado para ser utilizado por las organizaciones, instituciones y estructuras deportivas en México debido a que está diseñado para su aplicación en el país, tiene un enfoque hacia la gestión de los servicios municipales, contiene las características operativas de prácticas líderes mundiales expuestas a manera de preguntas para favorecer la reflexión y la creatividad de quienes integran las organizaciones y propone un marco general de evaluación de procesos y sistemas de trabajo. El MACTOD es una adaptación hacia el contexto deportivo desde el Modelo de Calidad Total para Gobiernos Municipales, el MACTOD contiene siete criterios para evaluar la madurez y efectividad de los sistemas y procesos (figura 7).

Figura 7. Modelo de Autoevaluación de la Calidad Total para Organizaciones Deportivas.

RAZÓN DE SER

1. USUARIOS Y DEPORTISTAS

1.1 Conocimiento de usuarios y deportistas

1.2 Valor creado a usuarios y deportistas

ELEMENTOS DE DIRECCIÓN

2. LÍDERES

2.1 Cultura organizacional

2.2 Sistemas de trabajo

2.3 Aportación social

3. EMPLEADOS

3.1 Evaluación, compensación y reconocimiento

3.2 Desarrollo de los servidores públicos

3.3 Calidad de vida

4. CONOCIMIENTO

4.1 Comunicación

4.2 Capital intelectual

5. PLANEACIÓN

5.1 Planeación estratégica

5.2 Planeación operativa

6. PROCESOS

6.1 Diseño y mejora continua

6.2 Administración de procesos

6.3 Proveedores

7. VALOR CREADO

7.1 Valor creado al entorno

7.2 Valor creado a la Dependencia Municipal

7.3 Solidez

Calidad Total en las Organizaciones Deportivas

En el ámbito de los servicios deportivos cada día se intenta mejorar la calidad ofertada a los usuarios, aunque la ISO es una normativa más adecuada para el sector industrial algunas entidades apuestan por la certificación de la ISO; sin embargo, en el sector de los servicios deportivos es mas aconsejable la vía de la mejora continua y la aplicación de un modelo de calidad total por el valor añadido que supone (Medina, 2008).

La calidad es un concepto que ha evolucionado con el tiempo y en las empresas se le dan formas distintas de concepción, las más comunes son:

- ✓ Satisfacción plena de las necesidades del usuario-deportista.
- ✓ Cumplimiento a las expectativas del usuario-deportista y algunas más.
- ✓ Identificación de nuevos intereses.
- ✓ Logro de productos y servicios con cero defectos.
- ✓ Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- ✓ Diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total.
- ✓ Producir un artículo o un servicio de acuerdo a las normas establecidas.
- ✓ Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los usuarios-deportistas.

Los modelos de gestión de calidad han sido analizados por algunos autores para su interpretación en las organizaciones deportivas, en España, Gericó (2005), Sánchez (2004) y Marqués (2002) y en Grecia, Kriemadis (2001) utilizaron el EFQM; en Estados Unidos, Oebbecke (1998) y Mawson (1993) usaron el Modelo de Malcolm Baldrige, aún así existen pocos estudios donde se utiliza la gestión de la calidad total en organizaciones deportivas; aunque siempre es importante contar con datos de otras investigaciones para su discusión.

Marqués (2002) propuso la implantación de la gestión de la calidad total en el patronato municipal de deportes de Huesca, mediante la utilización del modelo EFQM de excelencia empresarial para el sector público. Da a conocer los principales problemas que dificultan el proceso de implantación de la gestión de la calidad total especialmente el compromiso político para llevarlo a cabo y la predisposición positiva de los trabajadores hacia dicho

proceso. Sin embargo el modelo EFQM de autoevaluación se ha revelado como muy útil para medir la calidad del servicio de un Patronato Municipal de Deportes. Su utilización requiere una interpretación de algunos de sus criterios desde la perspectiva de un sistema deportivo local, y que el patronato adapte su estructura orgánica y funcional para posibilitar la generación de evidencias documentales de la gestión que lleva a cabo. Desde la perspectiva de los usuarios los aspectos que más valoran para recibir un mejor servicio son: la disponibilidad de plazas libres, la limpieza de las instalaciones, la cualificación de los monitores y la adecuación a sus intereses y necesidades. Respecto a los trabajadores es que estén bien definidas las funciones y las responsabilidades para cada puesto de trabajo.

Oebbecke (1998) realizó un estudio para identificar los criterios del modelo de calidad total de Malcolm Baldrige que están relacionados con la gestión de las principales organizaciones deportivas profesionales de Estados Unidos y Canadá, así como la construcción de indicadores para definir los ítems. Los resultados demostraron que los criterios examinados son unidimensionales, válidos y fiables. Los administradores entendieron que los paradigmas de la calidad están asociados con el buen funcionamiento de las estrategias hacia todos los departamentos y niveles de las organizaciones.

Estos son algunos estudios que abren camino para consecuentes investigaciones relacionadas con la gestión de la calidad total en las organizaciones deportivas, como hemos visto, los modelos aplicados en organizaciones deportivas se adecuan con respecto a un patrón ya establecido de modelos dirigidos al ámbito empresarial, cada modelo se adapta de acuerdo a los intereses y necesidades del lugar en donde se aplicará refiérase a país, estado, municipio, organización, etc.

El Centro Acuático Olímpico Universitario

En lo particular el Centro Acuático Olímpico Universitario, instalación deportiva perteneciente a la Universidad Autónoma de Nuevo León, que aunque dicha universidad es pública, el CAOU se engloba dentro de una empresa deportiva de carácter privado ya que se requiere del pago de una membresía y de mensualidades para la utilización de sus servicios. En el caso de los equipos representativos de la UANL "Tigres" (natación, polo acuático, clavados, nado sincronizado), cuentan con las instalaciones y entrenadores de manera gratuita.

El CAOU cuenta con 3 programas (áreas de actividad), *docencia* que abarca los cursos de natación para bebés, principiantes, intermedios y avanzados; *competitiva* en el cual se atienden a los equipos representativos Tigres que se hicieron mención anteriormente y *social* donde se practican las actividades de acondicionamiento físico, ritmos latinos, acuaerobics, clase de jazz. Estos programas cubren diferentes necesidades de los usuarios-deportistas permitiendo el goce personal, el rendimiento máximo o el mantenimiento de la salud según sea la prioridad de cada usuario-deportista.

Las instalaciones deportivas del CAOU fueron inauguradas el 11 de Abril del 2008 por el Gobernador del Estado José Natividad González Parás; cuenta con instalaciones capaces de albergar eventos acuáticos de clase mundial; su alberca olímpica y semiolímpica, la fosa de clavados con sus plataformas y trampolines, su jacuzzi en el área de clavados, el gimnasio de acondicionamiento físico, el gimnasio de clavados, los vestidores, lockers y regaderas, las áreas comunes, la cafetería y las áreas médicas hacen una estancia cómoda, placentera y conveniente que impulsan favorablemente el desarrollo físico y deportivo de aquellos usuarios-deportistas que lo emplean.

Tomando en consideración que la satisfacción del cliente (usuario-deportista) es un parámetro que nos indica cuestiones referentes a la calidad del servicio; es importante que se establezcan procesos de mejora continua hasta suministrar un modelo de calidad total que permita llevar y mantener a la organización deportiva dentro de los estándares de calidad internacional como se tiene establecido en la visión del CAOU. Para esto es imprescindible adaptar un modelo de calidad total que sea acorde a los requerimientos y ofertas que sostiene el CAOU.

Estudios relacionados con la satisfacción de los usuarios en organizaciones deportivas.

Gallardo (2002) analiza las características generales de 16 servicios deportivos municipales en Castilla-La Mancha mediante una encuesta, concluyendo que se han fortalecido una red de instalaciones básicas con pabellones cubiertos, piscinas al aire libre, pistas de tenis, polideportivas y campos de fútbol. Todos los municipios tienen una oferta de actividades estables dentro de un programa deportivo organizado, siendo la oferta de niños superior a la de adultos y superficie para poder dar un servicio a la mayoría de los ciudadanos de cada municipio. Los precios por la utilización de los servicios, actividades e instalaciones que ofertan son variables de un municipio a otro; en el caso de los clubes que las utilizan para sus respectivos entrenamientos y competiciones oficiales por lo general ceden de manera gratuita determinadas franjas horarias de ocupación de instalaciones.

Prieto (2000), realizó un estudio para conocer el nivel de satisfacción de los usuarios que hacen uso de las instalaciones públicas del Ayuntamiento de Alcobendas; presenta algunos resultados de la aplicación de una encuesta, señalando que el 78% de los usuarios perciben cuidadas las instalaciones deportivas, el 87% las observan adecuadas, el 64% las valoran limpias, el 73% opina que son seguras, y el 70% conservadas: en lo que se refiere a la opinión hacia los instructores, los usuarios manifiestan que el 87% los estiman como personas profesionales, el 85% mencionan que poseen dedicación, el 83% su simpatía, el 82% su amabilidad y el trato personal; finalmente el 59% valora que el servicio percibido es mejor respecto a otros municipios. El Ayuntamiento de Alcobendas, se ha preocupado por implantar la gestión de la calidad total en los servicios públicos, y en lo que respecta a lo deportivo observamos como éste trasciende en la sociedad, por lo que su continuidad les permitirá consolidarse como una organización modelo para otros municipios.

Campos & IHRSA (2000) aplicaron una encuesta titulada "Industria Española Fitness 2000" en una muestra de 57 centros deportivos españoles para conocer la problemática de las prácticas de gestión de los centros y clubes deportivos de España. Determinaron que la mayoría de estos centros se dedican al fitness, es decir, aquellos que ofertan actividades de aerobic, musculación, cardiovascular, etcétera; indican además, que se carece del uso de sofisticados y detallados sistemas contables para el análisis financiero. Existen carencias de indicadores relativos a prácticas de gestión y comercialización del servicio deportivo. Afirman además, que una mayor fidelidad de los clientes reportan más altas tasas de incremento de ingresos totales.

Lizalde y Paris (2002), proponen un método de Autoevaluación para la valoración de la oferta de programas y servicios deportivos basado en dos indicadores: valoración del grado de eficiencia colectiva el cual trata de reflejar gráficamente la valoración de cada actividad o servicio que componen el programa general de la entidad o instalación deportiva. El segundo indicador considera la valoración del equilibrio de la satisfacción analizando la situación de los programas y servicios valorando el grado de satisfacción que producen las diferentes actividades deportivas ofertadas, tanto en el público (usuarios-participantes), como en la propia organización interna que las promociona y desarrolla (entidad promotora), estos indicadores pudieran aplicarse en un servicio municipal de deportes.

Bouchet (1999) analiza la gestión del deporte municipal de 23 comunidades de Grenoble, Francia, basándose en diferentes aspectos (infraestructura, presupuesto, personal y servicios ofrecidos). Indica que con la ley de descentralización (1982-1983) y los cambios en las actividades físicas, la gestión deportiva en las ciudades de Francia se ha visto incrementada, al mismo tiempo la administración local se ha modernizado con la administración pública.

Hernández, Morales y Fernández (2004) realizaron un estudio con la cantidad de 400 sujetos oscilando entre los 18 y 55 años de edad (50.4%

hombres y 49.6% mujeres), para determinar el perfil de los usuarios de una instalación deportiva ubicada en el parque tecnológico de la ciudad de Málaga a través de la evaluación de necesidades: normativa, experimentada, demandada y comparada. Los resultados más importantes muestran que el 56.7% realiza práctica deportiva, el 75% considera positivamente la practica deportiva para la salud, la reducción del estrés y para su imagen corporal. El 43% menciona que no lo realiza por falta de tiempo, el 57.9% de los que practican utilizan estas instalaciones.

Cabrera (1995) realizó una investigación para valorar la satisfacción de los clientes de actividades deportivas municipales utilizando la aplicación de encuestas mediante cuestionario para obtener resultados estadísticos y la participación de grupos de orientación (focus-group) esto con el fin de tener una valoración cualitativa que le permitiera conocer el grado de satisfacción reflejada por los clientes. Se obtuvo una muestra del censo de los usuarios de los servicios deportivos en el municipio de Telde (Isla Gran Canaria, España) que representó 292 sujetos de un total de 2190, clientes/usuarios que en su gran mayoría mostraron estar conformes o muy conformes con las instalaciones deportivas, los materiales deportivos y la información suministrada al cliente, así mismo, valoran positiva o muy positivamente al personal.

Como podemos analizar, varios autores exponen su interés por investigar la satisfacción de los usuarios de instalaciones o centros deportivos, especialmente con un enfoque municipal, permitiéndonos profundizar en el tema de estudio.

7. METODOLOGÍA

METODOLOGÍA

Diseño de la investigación

El diseño utilizado en esta investigación es descriptivo y comparativo, con variables agrupadas con relación a las dimensiones de los que deriva el análisis de la situación de la práctica de ejercicio físico y su impacto en la calidad del servicio del usuario-deportista del CAOU.

Población de estudio

La población objetivo está formada por los usuarios-deportistas que acuden al CAOU y que están inscritos en las diferentes actividades que se ofertan, tales como: natación, polo acuático, clavados, nado sincronizado, acuaerobics, acondicionamiento físico, bailes de salón.

Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se considera que la proporción (π) es el principal parámetro a estimar y que se desea trabajar con un 95% de confianza (α=.05). Además, se establecerá un límite de error de estimación de .05 (±5%) y se empleará el enfoque conservador (π = ½).

De una población total de 2850 usuarios-deportistas se obtuvo una muestra de 340 a los cuales se le agregaron un 20% más, quedando una muestra final teórica de 408, esta muestra se incremento al final a 420 debido a el interés de participación de los usuarios deportistas por responder a las encuestas.

En la siguiente tabla, se observa la distribución para cada una de las actividades practicadas por género.

Tabla 2. Distribución de la muestra participante para cada actividad.

Actividades	Hombres	Mujeres	Total
Natación cursos	106	90	196
Natación competitivo	43	40	83
Polo acuático	31	8	39
Clavados	6	10	16
Nado sincronizado	0	11	11
Acondicionamiento físico	47	19	66
Ritmos latinos	0	6	6
Acuaeróbics	0	2	2
Clase jazz	0	1	1
Total	233	187	420

Instrumento

El objetivo de aplicar una encuesta a los usuarios-deportistas del CAOU, es conocer el grado de satisfacción relacionado con los diferentes servicios o productos, además demuestra la actitud de ésta hacia las necesidades de dichos usuarios.

Sin dejar de mencionar la obtención de un perfil genérico del usuario, sector social o deportista. La encuesta de la que se hace referencia esta compuesta por una introducción y 4 dimensiones (Anexo 1).

Dimensionadas de la siguiente manera:

- ✓ Identificación personal e información sobre la práctica y servicios utilizados: Generalidades tales como edad, género, lugar de residencia, ocupación y si pertenece o no a la UANL, la actividad que practica, la instalación que utiliza, frecuencia y duración de las actividades.
- ✓ Atención recibida: De qué manera es valorada la atención que se brinda por parte del CAOU y los medios de comunicación desde el primer contacto con la organización.

- ✓ Calidad del servicio: Aspectos relacionados con el servicio que recibe y otros criterios fundamentales para desarrollar dicho servicio: instalaciones, actividades ofertadas, el desempeño de los instructores, el costo de los servicios (actividades), el proceso de quejas y sugerencias, la disposición y servicio por parte del personal de guardavidas, médico, nutrición, vigilancia, cafetería, la accesibilidad al estacionamiento y la valoración global de la satisfacción personal por el servicio recibido.
- ✓ Sugerencias: Punto en donde la respuesta queda abierta para brindar la oportunidad de expresar todo aquello relacionado con aspectos de mejora y que favorezcan la estancia y la actividad deportiva de sus usuarios-deportistas.

Procedimiento de aplicación del cuestionario

Los cuestionarios de satisfacción del usuario-deportista se aplican de forma individual con apoyo de los encuestadores quienes recibieron una formación previa para facilitar su aplicación con instrucciones claras y precisas.

Los encuestadores acuden en diferente horario para tener el 100% de la cobertura de las actividades y franjas de horarios establecidos de la siguiente forma: previamente en junta de trabajo, el director del CAOU informa a sus trabajadores acerca del estudio para que se den las facilidades de acceso a los encuestadores para la aplicación de los cuestionarios. El siguiente paso es; el encuestador se presenta con el usuario-deportista explicando el propósito del estudio, preguntando si desea participar y si no esta de acuerdo se le agradece de cualquier forma y en caso contrario se prosigue a su aplicación. El encuestador da lectura a las instrucciones que orientan a los entrevistados a entender y cumplimentar el cuestionario, se continúa a dar respuesta de cada una de las preguntas y así hasta terminar la aplicación; finalmente se le menciona que los datos serán tratados en confidencialidad y se agradece su participación.

Escala de valoración de las preguntas

La escala para valorar cada ítem es de tipo Likert, con valores de 1 a 4 de menor a mayor satisfacción:

1= Mínima satisfacción

2= Algo de satisfacción

3= Satisfactorio

4= Muy satisfactorio

La elección de la escala de cuatro valores permite un posicionamiento más claro de los usuarios y evita la indefinición que produce la posibilidad de escoger como respuesta un valor medio ya que supone una pérdida significativa de información de mercado de carácter cualitativo para la organización.

En algunos ítems se utilizan respuestas con formato checklist, del tipo si/no, puesto que no ofrecen posibilidad de gradación ya que el objetivo es conocer si expresa experiencia positiva o negativa.

Análisis estadístico

Los datos que se obtienen del cuestionario deben analizarse bajo un procedimiento estadístico (SPSS versión 16.0). Una vez que se cuenta con la base de datos completa se realiza un primer análisis de distribución de las variables con la prueba de Kolmogorov y Smimov para determinar si se utilizan pruebas paramétricas o no paramétricas. Al obtener estadísticas descriptivas como frecuencias, sirve para conocer el porcentaje de satisfacción de los usuarios-deportistas respecto al servicio percibido y las condiciones en las que se lleva a cabo.

Los datos obtenidos de las encuestas, por dimensión, se pasan de una variable ordinal (1=Mínima satisfacción, 2=Algo de satisfacción, 3=Satisfactorio y 4 =Muy satisfactorio) a una variable continua a través de la conversión a índice de 0 a 100 mediante la fórmula:

Índice "X"= ((SUM (var1, var2, var3....., var"n") - valor mínimo) / (valor máximo – valor mínimo)) * 100.

Donde Índice "X"= nombre del índice a calcular, el cual es determinado por el nombre de la dimensión; SUM (var1, var2, var3.....,var"n")= sumatoria de las variables contenidas en la dimensión correspondiente; valor mínimo= valor mínimo posible de la dimensión (en opción uno por el número de variables contenidas en la dimensión); valor máximo= valor máximo posible de la dimensión (en opción cuatro por el número de variables contenidas en la dimensión).

El cálculo de índices permite estimar diferencias de las dimensiones en los que está dividido dicho cuestionario según género, edad y tipo de actividades realizadas para usuarios-deportistas, así como la correlación de las dimensiones y variables generales mediante la r de Pearson.

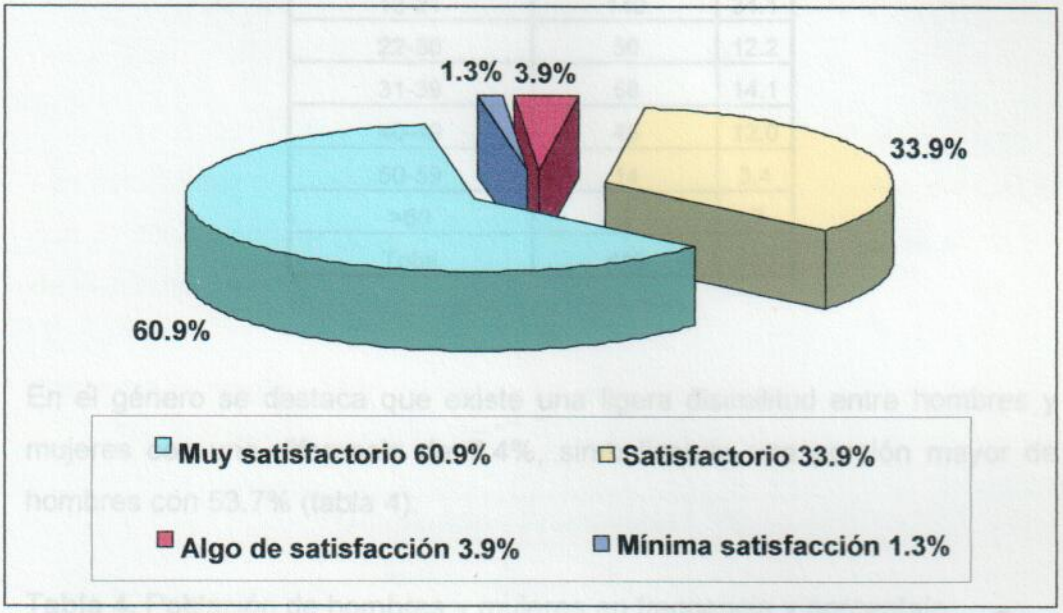
8. RESULTADOS

RESULTADOS

Satisfacción global con el servicio recibido

El 5.2% de los usuarios-deportistas mencionaron estar con mínima satisfacción o algo de satisfacción, esto indica que los resultados se perfilan favorablemente en 94.8%, donde los encuestados estiman que el servicio recibido en el CAOU lo califican en una manera global como satisfactorio (figura 8).

Figura 8. Porcentajes del grado de satisfacción global personal.



Identificación personal

En la tabla 3, se puede observar la asistencia de usuarios por rangos de edad, siendo los de 13-21 años los de mayor participación y por el contrario, los de menos son > de 60 años.

Tabla 3. Frecuencias y porcentajes del rango de edad de los usuarios-deportistas encuestados en el CAOU.

Rango de edad	Frecuencia	%
< 12	96	23.4
13-21	140	34.1
22-30	50	12.2
31-39	58	14.1
40-49	49	12.0
50-59	14	3.4
>60	3	.7
Total	410	100

En el género se destaca que existe una ligera disimilitud entre hombres y mujeres con una diferencia de 7.4%, simbolizando una porción mayor de hombres con 53.7% (tabla 4).

Tabla 4. Población de hombres y mujeres en frecuencia y porcentaje.

Género	Frecuencia	%
Hombre	220	53.7
Mujer	190	46.3
Total	410	100

Los residentes del municipio de San Nicolás de los Garza, Monterrey y Escobedo poseen mayor cantidad de usuarios-deportistas en el CAOU con 41.3%, 24.8% y 11.4% respectivamente (tabla 5).

Tabla 5. Asistencia de usuarios-deportistas de los Municipios del área metropolitana del estado de Nuevo León.

Municipio de procedencia	Frecuencia	%
Monterrey	98	24.8
San Nicolás	163	41.3
Escobedo	45	11.4
Apodaca	31	7.8
Guadalupe	32	8.1
San Pedro	5	1.3
Santa Catarina	9	2.3
Otros	12	3.0
Total	395	100

Los estudiantes presentan mayor concurrencia a las instalaciones del CAOU con 62.5% anteponiéndose a los empleados que les corresponde el 19.6% de afluencia (tabla 6).

Tabla 6. Ocupación señalada por los usuarios-deportistas en la encuesta.

Ocupación	Frecuencia	%
Estudiante	255	62.5
Hogar	51	12.5
Empleado	80	19.6
Jubilado	8	2.0
Otro	14	3.4
Total	408	100

El 57.9% revela que el grueso de la población encuestada no pertenece a la UANL, mientras que el 42.1% lo ocupan los encuestados que si pertenecen a la UANL (tabla 7).

Tabla 7. Frecuencias y porcentajes de la muestra de usuarios-deportistas según si es o no perteneciente a la UANL.

Pertenece a la UANL	Frecuencia	%
Si	171	42.1
No	235	57.9
Total	406	100

Información sobre la práctica y servicios utilizados

El área de la docencia se posiciona con el mayor porcentaje de población alcanzando el 47.1% aventajando al área competitiva y social que registran 34.1% y 18.8% respectivamente (tabla 8).

Tabla 8. Áreas de actividad que conforman la estructura de los programas deportivos.

Área de la actividad	Frecuencia	%
Docencia	193	47.1
Competitiva	140	34.1
Social	77	18.8
Total	410	100

En orden descendiente por porcentaje los primeros seis lugares de las actividades con mayor asistencia son: natación principiantes, natación competitivo, natación intermedios, acondicionamiento físico, natación avanzados y polo acuático. Sin embargo, además podemos analizar la tabla 9 resaltando la actividad más concurrida por área quedando de la siguiente manera: en el área *docencia*, la actividad de natación principiantes obtiene 19.1%, en el área *competitiva*, la actividad de natación competitivo registra 17.9% y en el área *social* el acondicionamiento físico alcanza 16.2 %, estas últimas tres actividades representan el 53.2% del total de las actividades.

Tabla 9. Tipo de actividad realizada por los usuarios-deportistas.

Área	Actividades	Frecuencia	%
Docencia	Natación principiantes	78	19.1
	Natación intermedios	71	17.4
	Natación avanzados	44	10.8
Competitiva	Natación competitivo	73	17.9
	Polo acuático	39	9.6
	Clavados	16	3.9
	Nado sincronizado	12	2.9
Social	Acondicionamiento físico	66	16.2
	Ritmos latinos	6	1.5
	Acuaerobics	2	.5
	Clase de jazz	1	.2
Total		408	100

La frecuencia en días por semana a la que acuden los usuarios-deportistas con mayor porcentaje es de 3 días con 44.0%, 6 días con 32.3% y en tercer nivel de asistencia 5 días con 14.8% (tabla 10).

Tabla 10. Frecuencias y porcentajes de las prácticas indicados en días por semana.

Días por semana	Frecuencia	%
1 día	1	.3
2 días	6	1.5
3 días	173	44.0
4 días	20	5.1
5 días	58	14.8
6 días	127	32.3
7 días	8	2.0
Total	393	100

El tiempo dedicado a las actividades se sondeó en duración por día mostrando que 50 minutos es el tiempo que registra mayor cantidad de usuarios-deportistas siguiendo con los usuarios que emplean > 1 hora y en tercer lugar los que dedican 1 hora. La suma de los porcentajes de las frecuencias mencionadas apunta que el 98.5% de los usuarios disponen de, por lo menos, 50 minutos para sus actividades (tabla 11).

Tabla 11. Tiempo por día que utilizan los usuarios-deportistas para la práctica de sus actividades.

Duración por día	Frecuencia	%
30 minutos	4	1.0
45 minutos	2	.5
50 minutos	197	49.6
1 hora	57	14.4
>1 hora	137	34.5
Total	397	100

De acuerdo con la tabla 12, sobresalen dos instalaciones por su utilización, la más empleada es la alberca (72.1%); este resultado concuerda con la tabla 9 en donde dentro de las 6 actividades con mayor demanda 5 son

acuáticas. La segunda instalación más utilizada es el gimnasio de acondicionamiento físico con 16.4%.

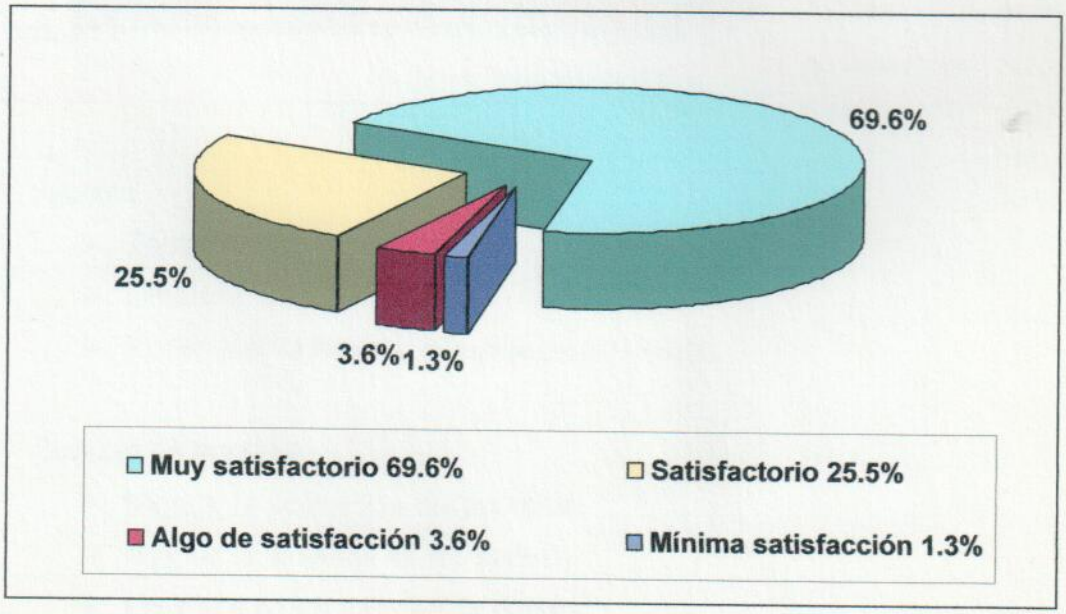
Tabla 12. Instalaciones del Centro Acuático Olímpico Universitario utilizadas para la práctica de las actividades.

Instalación empleada	Frecuencia	%
Alberca	295	72.1
Fosa	38	9.3
Gimnasio de clavados	2	.5
Gimnasio de acondicionamiento físico	67	16.4
Mesanini	7	1.7
Total	409	100

Otras consideraciones

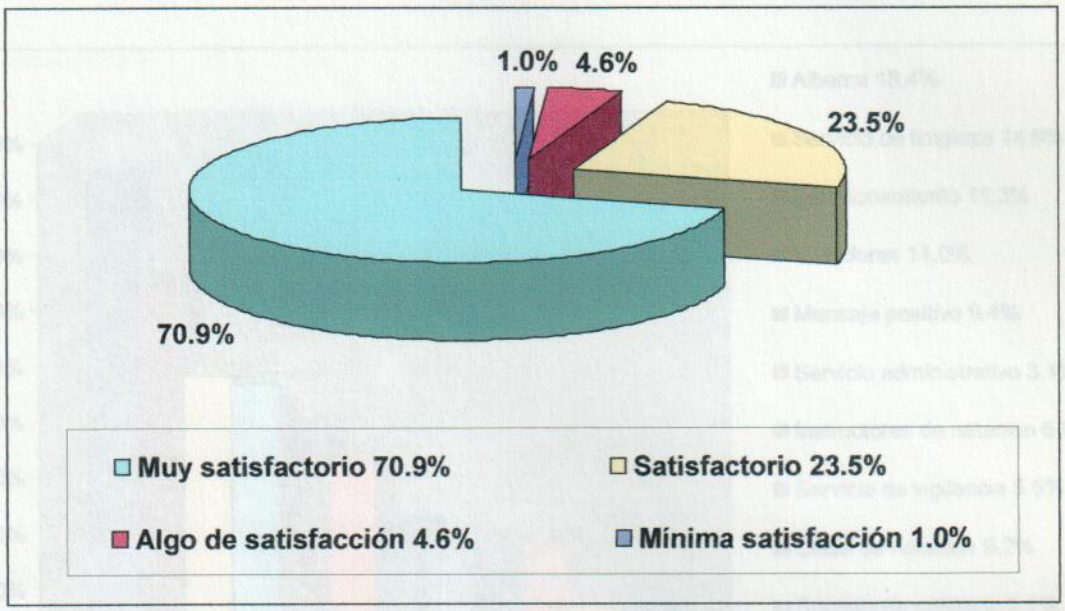
Los siguientes resultados dejan una muy clara evidencia del entusiasmo de los usuarios-deportistas encuestados por regresar al CAOU a utilizar los servicios que ahí se ofertan, lo que demuestra fidelidad en un 69.6% (figura 9).

Figura 9. Volver a utilizar los servicios del Centro Acuático Olímpico Universitario.



Si bien es cierto que no hay mejor publicidad que la que se hace de boca en boca y mejor aún la de un cliente satisfecho (reflejado en la figura 8) el 70.9% de los usuarios-deportistas mencionaron que recomendarían ampliamente a otras personas el uso y servicio de las instalaciones y actividades en el CAOU (figura 10).

Figura 10. Recomendar los servicios ofertados en el CAOU expresado en porcentajes.

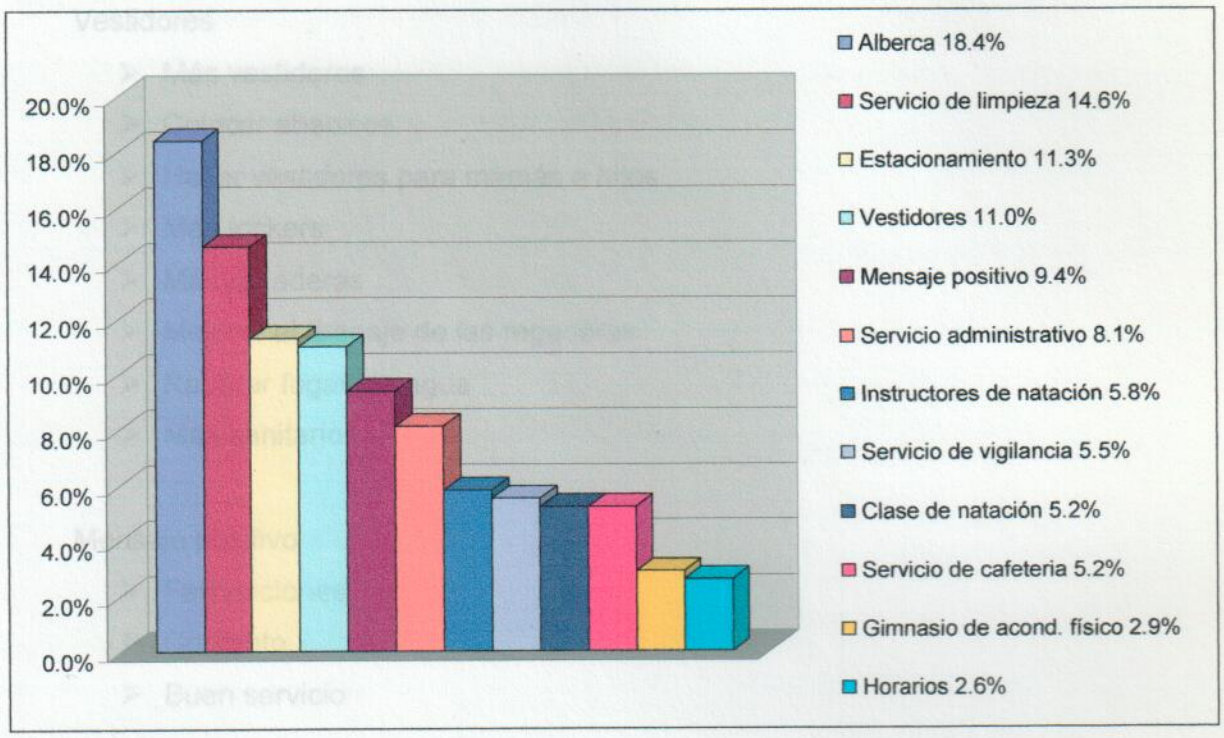


Sugerencias

La figura 11 proyecta doce aspectos que engloban las sugerencias emitidas por los encuestados, el contenido de cada una de ellas son las más mencionadas, éstas se presentan escritas debajo de la figura 11.

Los tres aspectos que se citan con mayor frecuencia son: alberca (18.4%), servicio de limpieza (14.6%) y estacionamiento (11.3%).

Figura 11. Sugerencias manifestadas por usuarios-deportistas del CAOU.



Alberca

- Temperatura
- Limpieza
- Poder usar la alberca olímpica en 50 metros

Servicio de limpieza

- Mejorar la apariencia del personal
- Mejorar la limpieza de los baños
- Limpieza en los sillones de espera

- Mantener limpia la pecera y con peces
- Limpiar las gradas
- Más botes de basura

Estacionamiento

- Más cajones de estacionamiento
- Estacionamiento exclusivo para usuarios del CAOU
- No apartar cajones de estacionamiento con conos

Vestidores

- Más vestidores
- Colocar abanicos
- Hacer vestidores para mamás e hijos
- Más lockers
- Más regaderas
- Mejorar el drenaje de las regaderas
- Reparar fugas de agua
- Más sanitarios

Mensaje positivo

- Felicitaciones
- Contento
- Buen servicio

Servicio administrativo

- Mejorar los precios de los servicios
- Quitar la membresía
- Mejorar la publicidad
- Más promociones
- Descuentos a exalumnos
- Poder pagar con tarjeta de crédito o débito
- Entregar las credenciales

Instructores de natación

- Poder identificar a los instructores y guardavidas
- Los instructores no deben usar audífonos ni celular durante la clase
- Los instructores deben corregir errores y exigir en clase
- Comunicación entre instructor y padres de familia
- Más instructores los sábados

Servicio de vigilancia

- Mejorar actitud del personal
- Mejorar vigilancia en los lockers
- Cuidar la disciplina de los adolescentes
- Más vigilancia en el exterior por la noche

Clase de natación

- Personalizar el entrenamiento
- Control sobre el avance
- Evaluar por mes
- Realizar competencias para motivación

Servicio de cafetería

- Ampliar el horario
- Mejorar los precios
- Más productos

Gimnasio de acondicionamiento físico

- Mejorar la apariencia de los instructores
- Más instructores
- Más mancuernas y aparatos
- Bebederos en el gimnasio
- Un espacio para dejar cosas pequeñas (llaves, celular, etc.)

Horarios

- Horarios más flexibles
- Ampliar los horarios en fin de semana

Comparación de los índices de satisfacción con la calidad del servicio que recibe del CAOU según:

- Si pertenece o no a la UANL

Al comparar el grado de satisfacción con la calidad del servicio que recibe, según si pertenecen o no a la UANL, tan solo dos de los índices evaluados mostraron diferencias significativas, uno de ellos es el costo que paga por las actividades ofertadas, donde los usuarios – deportistas que si pertenecen a la UANL están menos satisfechos (P= .029) representándolo con un promedio de 70.62 y los que no pertenecen a la UANL promediaron 76.39; el segundo índice que mostró diferencia significativa es el estacionamiento (P=.005), de igual manera, los que si pertenecen a la UANL están menos satisfechos 54.42 respecto 64.16 (tabla 13).

Tabla 13. Comparación de los índices de satisfacción con la calidad del servicio que recibe del CAOU según si pertenecen o no a la UANL.

Índices	Pertenece a la UANL	N	Media	Desviación Estándar	P Valor
Atención recibida	Si	168	76.25	19.35	.946
	No	225	76.11	20.27	
Instalaciones	Si	169	77.33	18.47	.374
	No	227	75.57	20.81	
Actividades	Si	162	83.95	18.30	.146
	No	218	86.65	17.34	
Instructores.	Si	163	85.01	18.57	.227
	No	219	87.25	17.05	
Costo de las actividades	Si	160	70.62	25.42	**.029**
	No	217	76.39	24.95	
Quejas y sugerencias	Si	135	73.74	22.73	.195
	No	167	77.17	23.01	
Guardavidas	Si	109	77.06	25.35	.141
	No	163	81.45	21.91	
Servicio médico	Si	112	77.52	22.05	.057
	No	144	82.92	22.75	
Servicio de nutrición	Si	104	77.99	22.43	.101
	No	142	82.70	21.84	
Servicio de vigilancia	Si	142	81.76	21.55	.385
	No	206	83.87	23.08	
Servicio de cafetería	Si	143	79.86	19.78	.810
	No	194	79.31	21.79	
Estacionamiento	Si	128	54.42	30.05	**.005**
	No	180	64.16	29.18	

- El género

Al comparar el grado de satisfacción con la calidad del servicio que recibe según género, no se han encontrado diferencias significativas (P< 0.05), lo que significa que tanto los hombres como las mujeres tienen una opinión similar en todos los índices (tabla 14).

Tabla 14. Comparación de los índices de satisfacción con la calidad del servicio que recibe del CAOU según el género.

Índices	Género	N	Media	Desviación Estándar	P Valor
Atención recibida	Hombre	212	75.42	19.82	.587
	Mujer	185	76.52	20.26	
Instalaciones	Hombre	215	76.88	19.93	.477
	Mujer	185	75.46	19.89	
Actividades	Hombre	207	84.25	17.57	.199
	Mujer	177	86.62	18.31	
Instructores	Hombre	204	85.83	16.88	.739
	Mujer	182	86.44	19.14	
Costo de las actividades	Hombre	207	72.73	24.95	.316
	Mujer	174	75.35	25.67	
Quejas y sugerencias	Hombre	162	76.20	22.96	.598
	Mujer	142	74.80	23.06	
Guardavidas	Hombre	142	78.71	24.41	.556
	Mujer	132	80.38	22.51	
Servicio Médico	Hombre	141	78.42	23.55	.105
	Mujer	118	82.98	21.41	
Servicio de Nutrición	Hombre	135	79.83	22.18	.540
	Mujer	114	81.57	22.45	
Servicio de vigilancia	Hombre	187	82.65	23.01	.820
	Mujer	164	83.19	22.03	
Servicio de cafetería	Hombre	183	78.10	20.66	.198
	Mujer	157	81.06	21.38	
Estacionamiento	Hombre	164	59.04	30.63	.506
	Mujer	146	61.30	29.02	

- El rango de edad

Al comparar el grado de satisfacción con la calidad del servicio que recibe según rango de edad, hemos encontrado que solo existen dos diferencias significativas dentro de los grupos: Índice guardavidas P= .006 e índice servicio de nutrición P=.046 (tabla 15).

Tabla 15. Comparación de los índices de satisfacción con la calidad del servicio que recibe del CAOU según rango de edad.

Índices	P Valor	Índices	P Valor
Atención recibida	.553	**Guardavidas**	**.006**
Instalaciones	.227	Servicio Médico	.306
Actividades	.649	**Servicio de Nutrición**	**.046**
Instructores	.996	Servicio de vigilancia	.839
Costo de las actividades	.155	Servicio de cafetería	.299
Quejas y sugerencias	.329	Estacionamiento	.810

Correlación entre los índices de satisfacción

Al correlacionar los índices de satisfacción, hemos obtenido que todos presentan una correlación positiva y significativa; estos datos los presentamos a manera de gráficos en el anexo 2.

9. DISCUSIÓN

DISCUSIÓN

Datos demográficos

La asistencia de usuarios-deportistas al CAOU es mayoritaria por personas de 13-21 años de edad, la población total de hombres es de 53.7% y la de mujeres es de 46.3%; 62.5% abarca los de profesión estudiantes mientras que los de profesión empleados suman 19.6% y principalmente los residentes de los municipios de San Nicolás de los Garza, Monterrey y Escobedo ocupan los porcentajes mas altos de afluencia.

La población encuestada no perteneciente a la UANL encabeza la estadística con 57.9% entretanto el porcentaje de los usuarios-deportistas que si pertenecen a la UANL se localizó en 42.1%.

La participación en actividades físico-deportivas es mayoritaria por los hombres y particularmente por niños y jóvenes, estos datos coinciden con otros estudios donde se aplicaron encuestas de satisfacción que señalan que a menor edad, la práctica de la actividad física aumenta (Domínguez et al., 1998; Castillo y Balaguer, 1998; Tercedor, 1998; Piéron et al., 1999; Telama y Yang, 2000; Ceballos, 2002). Por el contrario, hay otros donde la participación se da mayoritariamente por las mujeres respecto a los hombres, tal es el caso de la Dirección de Deportes del Municipio de Monterrey (Medina, et al., 2008), en EE UU Bungum y Morrow (2000), en Holanda Mechelen, et al. (2000), en Huesca Marqués (2002); por lo que existen opiniones encontradas respecto a la participación por género.

Información sobre la práctica y servicios utilizados

Aunque la oferta de programas en el CAOU son tres: docencia, competitiva y social, la actividad primordial por cantidad de usuarios en cada una de ellas son: natación principiantes, natación competitivo y acondicionamiento físico respectivamente.

El área de la docencia muestra ser la más solicitada en ella se encuentra natación para bebés, principiantes, intermedios y avanzados; actividades a las que les llaman "cursos".

Las instalaciones para actividades acuáticas (albercas y fosa) poseen mucha labor ya que cinco de las seis actividades más concurridas en el CAOU se practican ahí. El gimnasio de acondicionamiento físico es la segunda instalación más ocupada haciendo referencia que la actividad que aquí se desempeña ocupa el cuarto lugar en demanda.

Los usuarios-deportistas disponen como mínimo 3 veces a la semana para sus prácticas deportivas ellos representan el 44.0% y haciendo mención al tiempo, la suma de los tres porcentajes mayores del tiempo dedicado a las actividades en el CAOU es de 98.5% en donde dentro de esta sumatoria el mínimo utilizado es de 50 minutos.

En otras investigaciones se puede observar que al igual que en el CAOU, otros centros deportivos dividen su programa por áreas, aunque no de igual forma pero si muy similar; por mencionar la Dirección de Deportes del Municipio de Monterrey (DDMM) lo maneja en dos áreas: recreativa y competitiva y esta última siendo la más popular acentuando su porcentaje de participación en 62.3%.

Los días de frecuencia de práctica a la semana por los usuarios de las diferentes unidades deportivas y gimnasios de la DDMM son primeramente de 5 veces, en segundo término 3 veces y en tercer lugar 6 veces a la semana, la cantidad de días usados para las prácticas deportivas son similares, solo que varían las frecuencias, ya que en este estudio se frecuenta más 3 veces, seguido por 6 y 5 veces a la semana.

Comparación de los índices de satisfacción con la calidad del servicio que recibe del CAOU

Dentro de los índices evaluados de satisfacción con la calidad del servicio que recibe el usuario-deportista por parte del CAOU en relación si pertenecen o no a la UANL, existen dos de los doce índices en los cuales se halla una diferencia significativa ($P< 0.05$), esto es, que en el índice "Costo de las actividades", están menos satisfechos los que si pertenecen a la UANL quedando mas satisfechos los que no pertenecen a la UANL. En el caso del índice "Estacionamiento" la diferencia es altamente significativa ($P< 0.01$) también se encuentran menos satisfechos los que si pertenecen a

oposición de los que no pertenecen a la UANL obteniendo en este índice P= .005.

Ahora bien, de acuerdo al género, los índices en su totalidad permanecen > 0.05, esto nos indica que tanto hombres como mujeres sostienen una opinión semejante de su satisfacción. Con respecto a los grupos de edad se localizaron dos índices con diferencia significativa uno de ellos es "Guardavidas" con P= .006 y el otro índice "Servicio de nutrición" con P= .046.

De acuerdo al estudio realizado por Medina (2008), al comparar las dimensiones de satisfacción por los usuarios según género, observamos que en atención recibida, calidad de las instalaciones, valoración de quejas y sugerencias y valoración global del servicio, se dan diferencias significativas ya que los hombres dan una puntuación más baja por lo tanto quedan menos satisfechos que las mujeres. A diferencia de este estudio no se encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres.

Satisfacción global

Los usuarios-deportistas del CAOU respondieron en un 60.9% sentirse muy satisfechos con el servicio que reciben, el 33.9% de ellos mencionaron percibir el servicio de una manera satisfactoria y tan solo el 5.2% expresaron sentir algo de satisfacción o mínima satisfacción.

Esto indica que los dos valores más altos reúnen a 94.8% de usuarios-deportistas satisfechos con la calidad del servicio del CAOU.

Sugerencias

Al finalizar la encuesta se agregó un espacio en blanco para dar la oportunidad de exponer las sugerencias que revelen las áreas de oportunidad y lleven a mejorar la calidad del servicio en el CAOU, de esta manera, hemos apreciado que en los aspectos de "alberca", "servicio de limpieza", "estacionamiento" y "vestidores" acumulan sus frecuencias mayor al 10% lo que las convierte en principales sugerencias, ellas nos aportan un panorama más claro de los puntos a mejorar; esto sin quitarle importancia al resto de los aspectos de sugerencias.

Volver a utilizar los servicios del CAOU

La fidelidad de un cliente radica en sentirse satisfecho con las actividades e instalaciones del servicio que paga, esto lo conduce a volver a emplear dichos servicios; una muy clara evidencia del entusiasmo por volver a emplear los servicios del CAOU es la manifestación positiva de los usuarios-deportistas en un 69.6%.

Recomendación de los servicios a otras personas

La publicidad es una técnica de comunicación masiva destinada a informar sobre un servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.

Agencias de publicidad, centrales de medios, productoras, etcétera, se dedican a crear publicidad atractiva al consumidor; sin embargo, se dice que no hay mejor publicidad que la que se hace de boca en boca y mejor aún la de un cliente satisfecho; con la realización de este estudio se puede tener el antecedente de que el 70.9% de los usuarios-deportistas (consumidores) del CAOU recomendarían ampliamente el uso y servicio de las instalaciones y actividades a otras personas.

Volver a utilizar los servicios del CAOU

La fidelidad de un cliente radica en sentirse satisfecho con las actividades e instalaciones del servicio que paga, esto lo conduce a volver a emplear dichos servicios; una muy clara evidencia del entusiasmo por volver a emplear los servicios del CAOU es la manifestación positiva de los usuarios-deportistas en un 69.6%.

Recomendación de los servicios a otras personas

La publicidad es una técnica de comunicación masiva destinada a informar sobre un servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.

Agencias de publicidad, centrales de medios, productoras, etcétera, se dedican a crear publicidad atractiva al consumidor; sin embargo, se dice que no hay mejor publicidad que la que se hace de boca en boca y mejor aún la de un cliente satisfecho; con la realización de este estudio se puede tener el antecedente de que el 70.9% de los usuarios-deportistas (consumidores) del CAOU recomendarían ampliamente el uso y servicio de las instalaciones y actividades a otras personas.

10. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

El usuario-deportista se manifiesta complacido debido a que los resultados que miden la satisfacción global personal en relación a la calidad del servicio que recibe en el CAOU, mostraron una porción de 94.8% de contestación satisfactoria, por lo tanto la primera hipótesis es aceptada ya que la satisfacción del usuario-deportista aventaja al 50%.

Haciendo alusión a las características generales de los usuarios-deportistas podemos resaltar que la población mayoritaria son los jóvenes entre 13 y 21 años de edad donde además el género que predomina en cuantía son los hombres; San Nicolás de los Garza evidencia ser el municipio que cuenta con más usuarios-deportistas que disponen de los servicios del CAOU. Los usuarios-deportistas con cargo de estudiante ocupan el primer sitio en afluencia y levemente más del 50% de usuarios-deportistas no pertenecen a la UANL.

Con respecto a la práctica y servicios utilizados se obtiene la siguiente conclusión: de las tres áreas de actividad que está compuesto el programa del CAOU, el área de docencia se ubica con más población; tres frecuencias a la semana y 50 minutos de práctica son los índices que reflejaron mayor implicación, la alberca y el gimnasio de acondicionamiento físico son las instalaciones más empleadas. Las actividades con mayor demanda por área son; natación principiantes (área docencia), natación competitivo (área competitiva) y acondicionamiento físico (área social).

Teniendo en cuenta que más del 50% de los usuarios-deportistas encuestados se describen como satisfechos es sencillo afirmar que casi el 70% de ellos invertiría de nuevo su tiempo y dinero para sus prácticas en el CAOU y más del 70% recomendarían ampliamente a otras personas el uso y servicio de las instalaciones y actividades ofertadas.

Reflexionando en las sugerencias analizamos que aspectos que engloban a la instalación de la alberca, el servicio de limpieza y la disponibilidad de estacionamiento son las recomendaciones más enfatizadas por los usuarios-deportistas del CAOU, dicho lo anterior se acepta la segunda hipótesis debido a que el 44.3% de las sugerencias recaen en estas tres vertientes.

De los doce índices totales que fueron valorados para comparar el grado de satisfacción con la calidad del servicio que recibe según si pertenece o no a la UANL; los que no pertenecen a la UANL se muestran significativamente más satisfechos en los índices "Costo de las actividades" y "Estacionamiento", por lo tanto, la tercera hipótesis se rechaza, ya que en éstos dos índices los usuarios-deportistas que si pertenecen a la UANL estimaron significativamente estar menos satisfechos.

Ahora bien, la comparación de los índices para apreciar las diferencias significativas entre hombres y mujeres al valorar su grado de satisfacción con la calidad del servicio que recibe no se encuentran disimilitudes significativas, lo cual revela que tanto hombres como mujeres tienen un criterio afín.

Al parecer, la edad no es determinante de la satisfacción recibida en los usuarios-deportistas, ya que tan solo se encontraron diferencias significativas en los índices de guardavidas y servicio de nutrición.

Se ha podido observar que existe una correlación positiva entre los índices de satisfacción, lo que nos indica que los usuarios-deportistas están doblemente satisfechos por los servicios recibidos por el Centro Acuático Olímpico Universitario.

11. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

1. Alberto, C., Hernando, V. y Fernández, J. (1996). Gestión y Dirección de Empresas Deportivas Teoría y Práctica. Ed. Gymnos. Madrid. 25-40.

2. Bouchet, P. (1999). L´ administration du sport municipal: approche legaliste ou Management public. STAPS: Revue des sciences et techniques des activites physiques et sportives. 20 (50) 65-83.

3. Buenrostro, E. (1998). Control de calidad total a su alcance. Ed. Castillo. México. 14.

4. Cabrera, M. (1998). Una aproximación ecléctica a la valoración de la satisfacción de los clientes de servicios deportivos municipales. En "Deporte y calidad de vida". 261-270. Librerías Deportivas Esteban Sanz. Madrid.

5. Gallardo, L. (2002). Características generales de los servicios deportivos municipales en Castill-La Mancha. Revista Motricidad. European Journal of Human Movement. 9, 163-189.

6. Gericó, R. (2005). Análisis y evaluación de la satisfacción de los usuarios del servicio de actividades deportivas de la Universidad de Zaragoza, según el modelo EFQM para el sector público. Criterio 6, Resultados de los Clientes. Tesis Doctoral. Universidad de Zaragoza.

7. Gibson, J., Ivancevich, J. y Donnelly, J. (2003). Las Organizaciones Comportamiento, Estructura, Procesos. Décima Edición. Mc Graw Hill. México. 241

8. Gil, A. M. (1999). La calidad en los servicios deportivos: la perspectiva del monitor. Rev. Agua y Gestión. 46: 32-42.

9. Gutierrez, H. (1997). Calidad Total y Productividad. Mc Graw Hill. México. 23-59.

10. Kriemadis, A. (2001) Total quality Management in sports organizations. International Sport Law Review (ISLR) (IV)2: 167-177.

11. Lizalde, E y París, F. (2002). Método de Autoevaluación para la valoración de la oferta de programas y servicios deportivos. Apunts. Educación física y deportes. 70, 56-61.

12. Marqués, L. (2002). La implantación de la gestión de la calidad total en un patronato municipal de deportes. Utilización del modelo EFQM de excelencia empresarial para el sector público. El caso del patronato municipal de deportes del ayuntamiento. Tesis Doctoral. Universidad de Zaragoza. España.

13. Marqués, L. y Gericó, R. (1998). La gestión de los recursos humanos desde un modelo de calidad total. En "Deporte y calidad de vida". 225-235. Librerías Deportivas Esteban Sanz. Madrid.

14. Mawson, M. L. (1993). Total quality Management: perspectives for sport managers. Journal of sport management. 7(2) 101-106.

15. Medina, R., Ceballos, O., Pérez, A. y Medina, M. (2008). Gestión Deportiva: Aplicación de instrumentos para valorar la calidad del servicio. Universidad Autónoma de Nuevo León, Colección 75 Aniversario. Monterrey, México.

16. Morales, V. (2003). Evaluación psicosocial de la calidad en los servicios municipals deportivos: aportaciones desde el análisis de variabilidad. Tesis Doctoral. Facultad de Psicología de la Universidad de Málaga.

17. Oebbecke, M. (1998). Toward a framework or Total Quality Management (TQM) in professional sport team organizations: identification and validation or TQM constructs, and the development o fan associated measurment instrument. Tesis Doctoral. Temple University.

18. Sánchez,P. (2004). Hacia una gestión de calidad en los centros deportivos. La calidad total herramienta imprescindible en la gestión. Ed. Gymnos. Madrid.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

1. Annicchiarico, R. E. (2002). La actividad física y su influencia en una vida saludable. http://www.efdeportes.com/efd51/salud1.htm Revista Digital - Buenos Aires - Año 8 - N° 51 - Agosto de 2002.

2. Campos, C. & IHRSA "The International Health Racquet and Sportsclub Association". (2000). Resumen encuesta industria española fitness 2000. http://www.efdeportes.com/ Revista Digital – Buenos Aires- (5) 24:1-2.

3. http://www.conade.gob.mx/conade_11/conade_10_apoyo_infraestructura .asp

4. http://es.wikipedia.org/wiki/Polideportivo

5. European foundation quality management, www.efqm.org

6. Hernández, A., Morales, V. y Fernández, J. C. (2004) Evaluación para la determinación de perfiles de usuarios de instalaciones deportivas. http://efdeportes.com/ Revista Digital -Buenos Aires- Año 10- N° 79- Diciembre de 2004.

7. Manual institucional de buen gobierno INTRAGOB (2005) http://www.comeri.salud.gob.mx/descargas/normateca/normatvigente/26.pdf

8. Modelo Nacional para la calidad total 2005, http://innova.fox.presidencia.gob.mx/archivos/2/7/3/files/archivos/sip-8920.pdf

9. http://noticias.uanl.mx/descripcion.php?id_not=5099

10. http://noticias.uanl.mx/descripcion.php?id_not=5269

11. Premio Nuevo León a la Calidad http://www.ccmty.com/Taller_Visita_de_Campo_2008_Web.pdf

12. Secretaria de la defensa nacional http://www.sedena.gob.mx/index.php?id=443

13. Sociedad Mexicana para el desarrollo de la Calidad Total SMTC (2005). Modelo de Calidad para Gobiernos Municipales www.fundameca.com.mx

14. http://www.uanl.mx/acerca/dependencias/centroacuatico/indice

15. http://www.uanl.mx/acerca/vision2012

16. Universidad Autónoma de Nuevo León. http://www.uanl.mx/deporte/

17. Universidad de Guadalajara http://deportes.udg.mx/instalaciones-deportivas

18. Universidad de Monterrey
http://www.udem.edu.mx/acerca/masacerca/recursos_del_campus/329

12. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de satisfacción del usuario-deportista del Centro Acuático Olímpico Universitario

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO-DEPORTISTA DEL CENTRO ACUÁTICO OLÍMPICO UNIVERSITARIO (CAOU)

Fecha de aplicación: _____

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Organización Deportiva está realizando un **trabajo de investigación** relacionado con la gestión de la calidad en el Centro Acuático Olímpico Universitario UANL. Deseamos conocer su grado de satisfacción sobre diferentes aspectos: Calidad en el Servicio y Atención al Usuario. Sus respuestas supondrán una importante colaboración y nos permitirán detectar aquellas áreas de mejora/oportunidad.

Favor de contestar lo que se indica.

I. IDENTIFICACIÓN PERSONAL

1 Edad

1	< de 12 años	
2	13 a 21 años	
3	22 a 30 años	
4	31 a 39 años	
5	40 a 49 años	
6	50 a 59 años	
7	> de 60 años	

2 Sexo

1	Hombre	
2	Mujer	

3 Lugar de residencia

1	Municipio	
2	Colonia o sector	

4 Ocupación

1	Estudiante	
2	Hogar	
3	Empleado	
4	Jubilado	
5	Otro	

5 Pertenece a la UANL (alumno, empleado)

1	Si	
2	No	

II. INFORMACIÓN SOBRE LA PRÁCTICA Y SERVICIOS UTILIZADOS

Tipo de actividad(es) en la que está inscrito (marque con una **"X"** en el cuadro de la derecha)

AREA								
1 DOCENCIA			2 COMPETITIVA			3 SOCIAL		
1	Natación p/ bebes		1	Natación		1	Acondicionamiento Físico	
2	Natación principiantes		2	Polo Acuático		2	Kick Box	
3	Natación intermedios		3	Clavados		3	Ritmos Latinos	
4	Natación avanzados		4	Nado Sincronizado		4	Acuaerobics	
						5	Nado Libre	
						6	Clase de Jazz	
						7	Clase de Salsa	

Mencione la (s) actividades que practica, su frecuencia semanal y su duración por día y la instalación que utiliza. (*Tipo de actividad* e *Instalación que utiliza*, llenar con los números establecidos en las tablas 1 y 2)

Tabla 1

ACTIVIDADES			
1	Natación para bebes	9	Acondicionamiento Físico
2	Natación Principiantes	10	Kick Box
3	Natación Intermedios	11	Ritmos Latinos
4	Natación Avanzados	12	Acuaerobics
5	Natación Competitivo	13	Nado Libre
6	Polo Acuático	14	Clase de Jazz
7	Clavados	15	Clase de Salsa
8	Nado Sincronizado		

Tabla 2

INSTALACIONES	
1	Alberca
2	Fosa
3	Gimnasio de clavados
4	Gimnasio de Acondicionamiento Físico
5	Jacuzzi

4 Actividad	5 Frecuencia (veces/semana)							6 Duración por día					7 Instalación que utiliza
	L	M	M	J	V	S	D	30min	45min	50min	1hr	<1hr	
	L	M	M	J	V	S	D	30min	45min	50min	1hr	<1hr	

III. ATENCIÓN QUE RECIBE DEL CAOU

Desde su experiencia personal, indique su **grado de satisfacción** con los siguientes aspectos de la atención que recibe del CAOU.

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Amplitud del horario de atención al público				
2	Tiempo que tardamos en atenderle desde el momento en que lo solicita				
3	Información recibida directamente en nuestras oficinas				
4	Información recibida por teléfono				
5	Información recibida desde la página electrónica				
6	Claridad de los folletos informativos				
7	Valoración global de la publicidad				
8	Proceso de inscripción a las actividades ofertadas				
9	Atención que recibe del personal de informes e inscripciones				
10	Atención que recibe del personal de caja				
11	Atención que recibe del personal de seguridad				
12	Atención que recibe del personal de limpieza				
13	Atención que recibe del servicio concreto solicitado				
14	El trato personalizado ¿lo conseguimos?				

IV. CALIDAD EN EL SERVICIO DEL CAOU

Nos es muy útil su opinión sobre el nivel de calidad que tiene para usted cada uno de los siguientes apartados:

1. Instalaciones

Indique su grado de satisfacción con las instalaciones que utiliza habitualmente

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Adecuación de la instalación a la actividad				
2	Material de apoyo para la actividad que usted hace				
3	Limpieza de las instalaciones				
4	Temperatura ambiente				
5	Adecuación de los vestidores para el uso que usted hace				
6	Limpieza del área de los vestidores				
7	Temperatura del agua de las regaderas				
8	Cantidad de regaderas disponibles				
9	Cantidad de sanitarios disponibles				
10	Cantidad de lockers disponibles				
11	Valoración general de las instalaciones del gimnasio				

2. Actividades

Indique su grado de satisfacción sobre los siguientes aspectos de las actividades que realiza

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Entretenida (no aburrida)				
2	Variedad (no monótona)				
3	Progreso en el aprendizaje o rendimiento				
4	Valoración global de las actividades				

3. Instructores

Indique su grado de satisfacción sobre los siguientes aspectos en cuanto al profesionalismo de su (s) instructor (es) de actividades.

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Atención individualizada				
2	Profesional				
3	Dominio de la actividad				
4	Puntualidad				
5	Actitud motivante hacia la practica				
6	Supervisión y vigilancia				
7	Competencia global				

4. Valoración del costo de las actividades

Indíquenos su satisfacción con el costo que para usted tiene nuestra oferta de actividades en su conjunto.

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Relación Calidad-Precio de nuestra oferta de actividades en su conjunto				
2	Relación Calidad-Precio de la actividad que ha elegido				
3	Formas de pago de la actividad				

5. Valoración de quejas y sugerencias

Indíquenos su satisfacción sobre aspectos del procedimiento de quejas y sugerencias del CAOU.

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Los medios de que dispone y la forma en que la dirección atiende sus quejas y sugerencias				
2	El procedimiento es accesible y cómodo				
3	Valoración global de la atención de las quejas y sugerencias				

4 Si usted ha presentado alguna queja o sugerencia, ¿La contestación ha sido razonada?

SI ☐ NO ☐

6. Servicio de Guardavidas

Respecto a la labor que desempeñan los guardavidas, tanto si ha requerido su ayuda como si no, indique su grado de satisfacción con el trabajo que realizan en los siguientes aspectos:

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Su disposición en el momento en el que se solicita su ayuda				
2	Su labor de supervisión y vigilancia				
3	La atención sanitaria que llevan a cabo				

7. Servicio Médico

Respecto a la labor que se tiene en el servicio médico, tanto si ha requerido su ayuda como si no, indique su grado de satisfacción con el trabajo que realizan en los siguientes aspectos:

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Su disposición en el momento en el que se solicita su ayuda				
2	Su labor de supervisión y vigilancia				
3	La atención sanitaria que llevan a cabo				
4	Ubicación adecuada				

8. Servicio de Nutrición

Respecto a la labor que se tiene en el servicio de nutrición, tanto si ha requerido su ayuda como si no, indique su grado de satisfacción con el trabajo que realizan en los siguientes aspectos:

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Su disposición en el momento en el que se solicita su ayuda				
2	Diagnóstico y seguimiento adecuado a cada persona				
3	La atención personalizada que llevan a cabo				

9. Servicio de Vigilancia

Respecto a la labor que se tiene en el servicio de vigilancia, tanto si ha requerido su ayuda como si no, indique su grado de satisfacción con el trabajo que realizan en los siguientes aspectos:

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Su disposición en el momento en el que se solicita su ayuda				
2	Su labor de supervisión y vigilancia				
3	La atención sanitaria que llevan a cabo				

10. Valoración de la Cafetería

Indique su grado de satisfacción con los siguientes aspectos:

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	El servicio prestado en la cafetería				
2	Limpieza en la cafetería				
3	La calidad general de los productos				
4	La relación calidad-precio de los productos				
5	Horario de servicio				

11. Accesibilidad y Estacionamiento

Indique su grado de satisfacción con los siguientes aspectos:

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	La facilidad de acceso con vehiculo a la instalación				
2	Considera que el estacionamiento cuenta con suficientes cajones				

12. Valoración de la "Actitud" del Centro Acuático Olímpico Universitario

Indique su grado de satisfacción con la disposición que muestra el CAOU para adaptarse a sus necesidades e intereses personales:

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Demuestra el CAOU capacidad de adecuación a sus intereses				
2	Valoración global de la actitud del CAOU				

13. Otras consideraciones

Valore su interés de:

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	1	2	3	4
1	Volver a utilizar cualquiera de los servicios que le ofrece el CAOU				
2	Recomendar a otras personas los servicios que ofrece el CAOU				

14. Valore su satisfacción personal por el servicio que presta el CAOU:

	De 1 (mínima satisfacción) a 4 (máxima satisfacción)	**1**	**2**	**3**	**4**
1	Satisfacción global con el servicio recibido				

V. SUGERENCIAS

Indíquenos todo aquello que considere puede ser de interés para mejorar su satisfacción con la calidad del servicio que recibe en el CAOU.

_____

_____

_____

_____

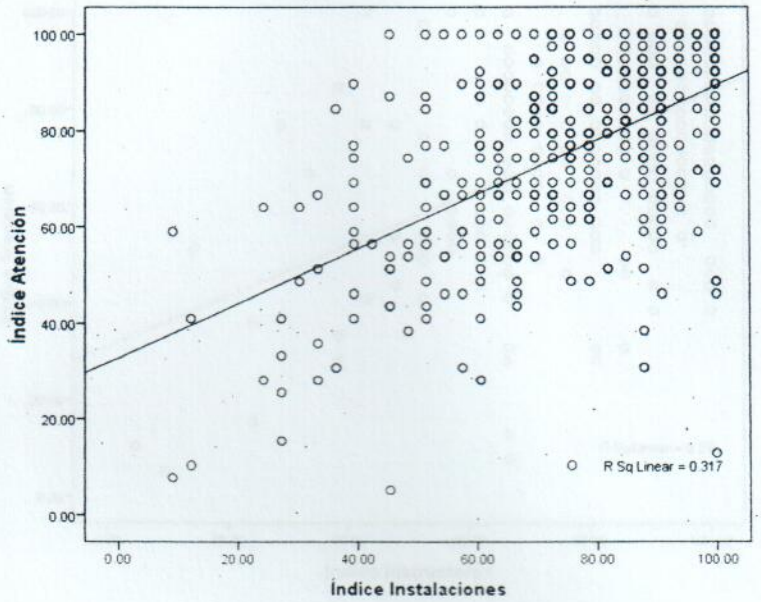
_____

_____

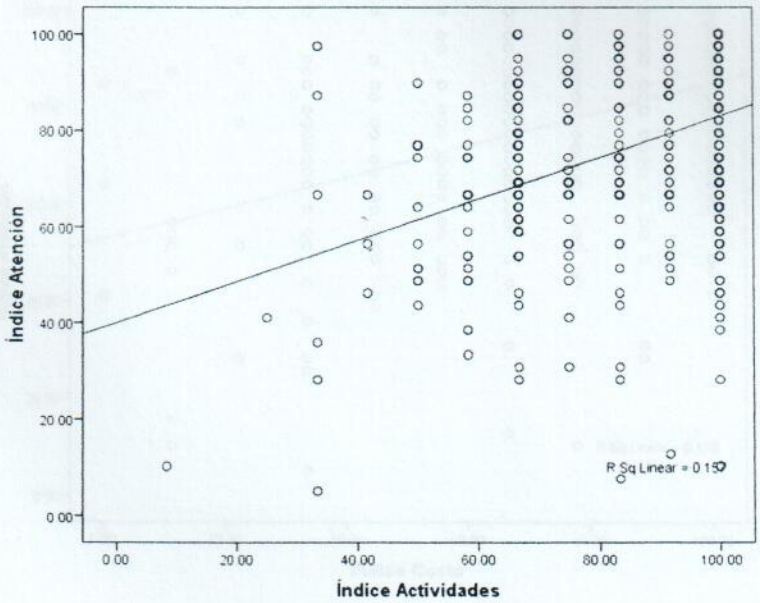
¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 2. Correlación de índices de satisfacción

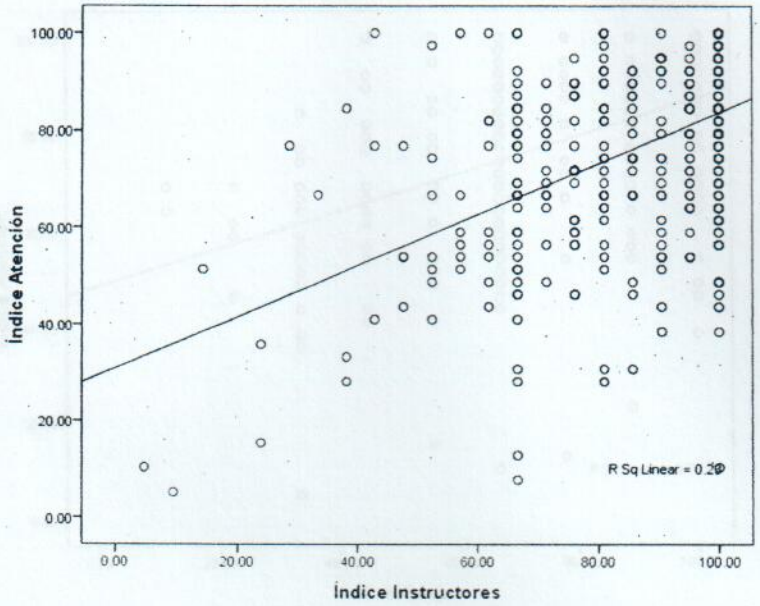
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención e instalaciones: r=.563; P=.000; N=396.



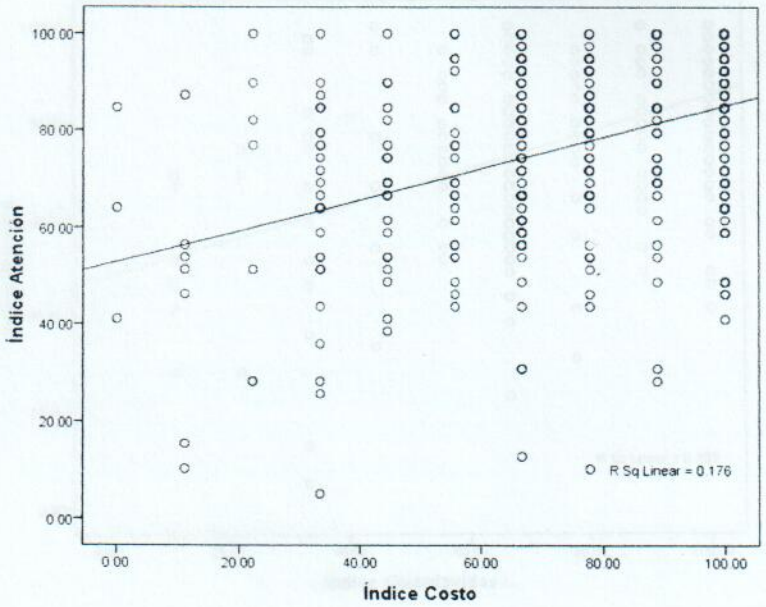
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención y actividades: r=.397; P=.000; N=381.



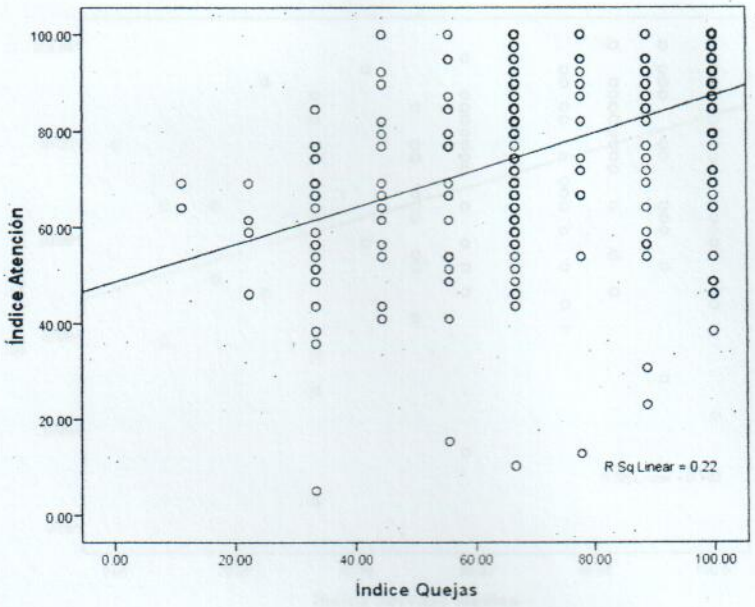
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención e instructores: r=.480; P=.000; N=384.



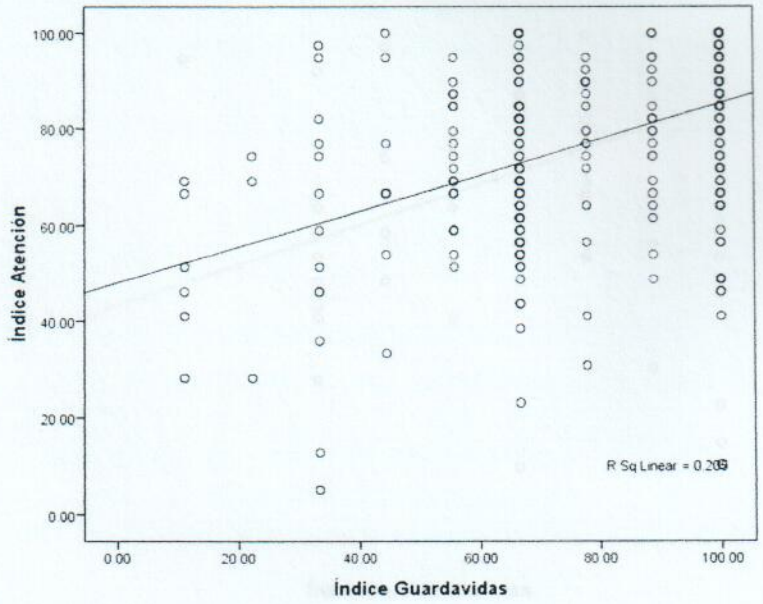
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención y costo: r=.420; P=.000; N=378.



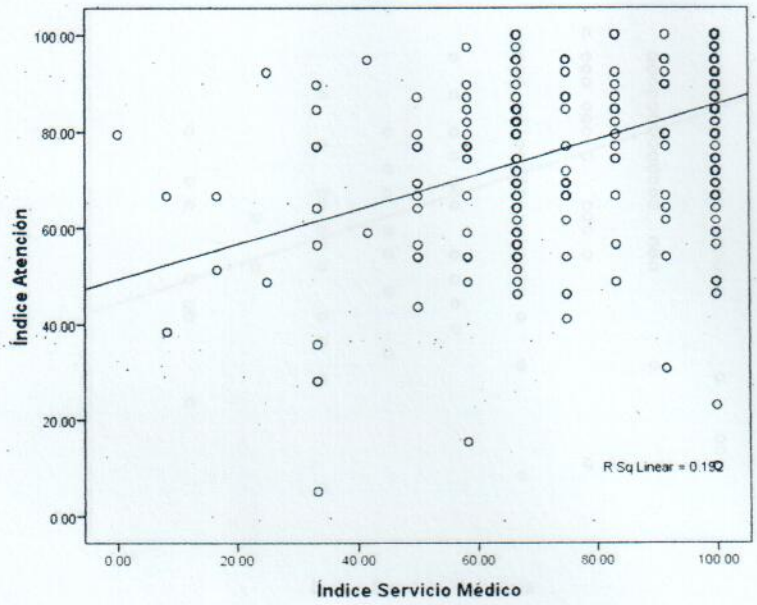
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención y quejas: r=.469; P=.000; N=303.



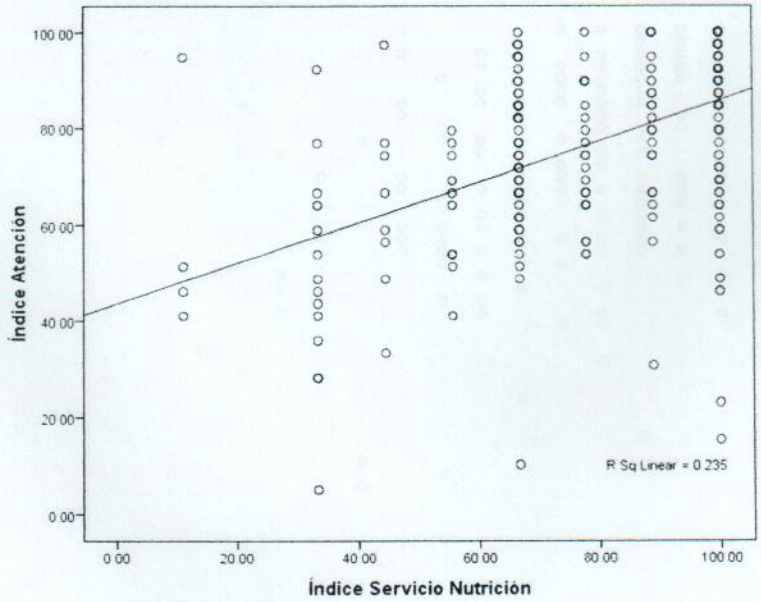
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención y guardavidas: r=.453; P=.000; N=274.



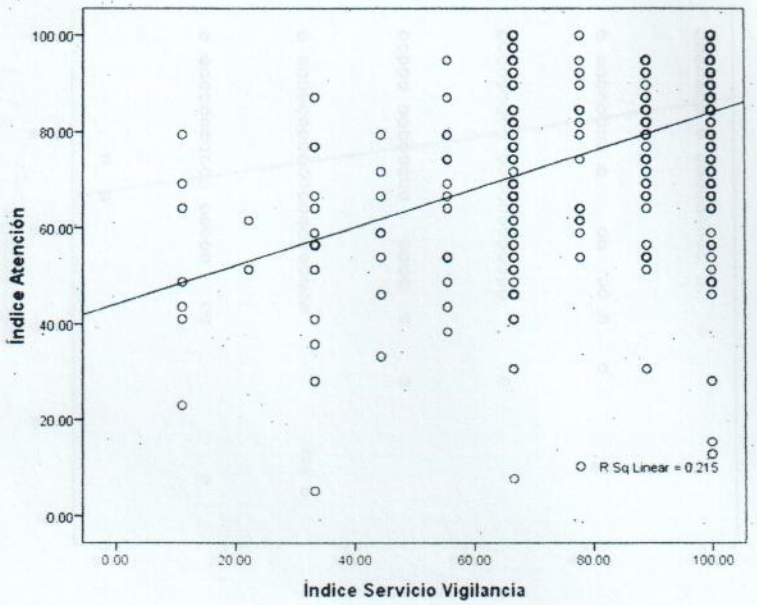
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención y servicio médico: r=.438; P=.000; N=258.



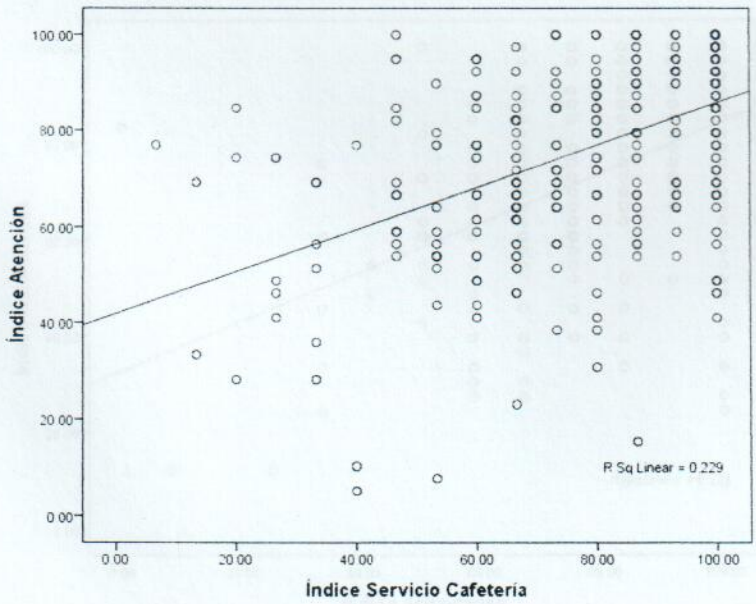
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención y servicio de nutrición: r=.485; P=.000; N=248.



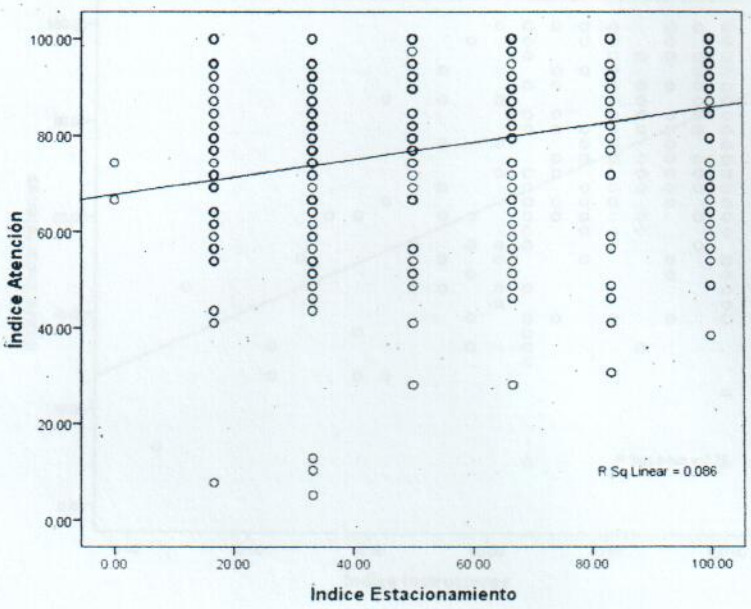
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención y servicio de vigilancia: r=.464; P=.000; N=348.



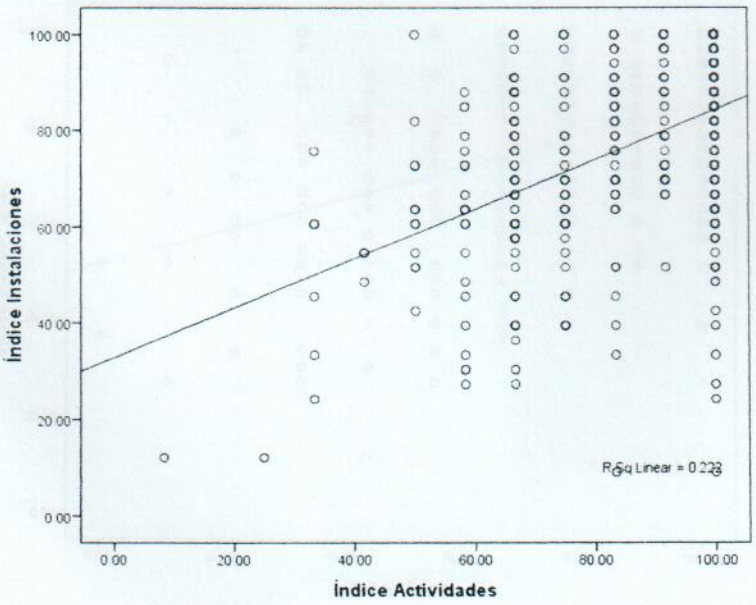
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención y servicio de cafetería: r=.479; P=.000; N=336.



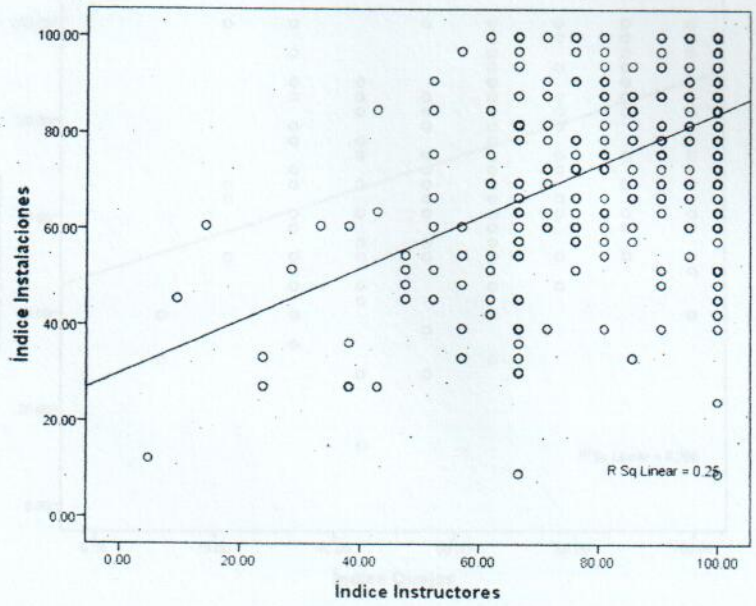
Correlación positiva y significativa entre los índices de atención y estacionamiento: r=.294; P=.000; N=306.



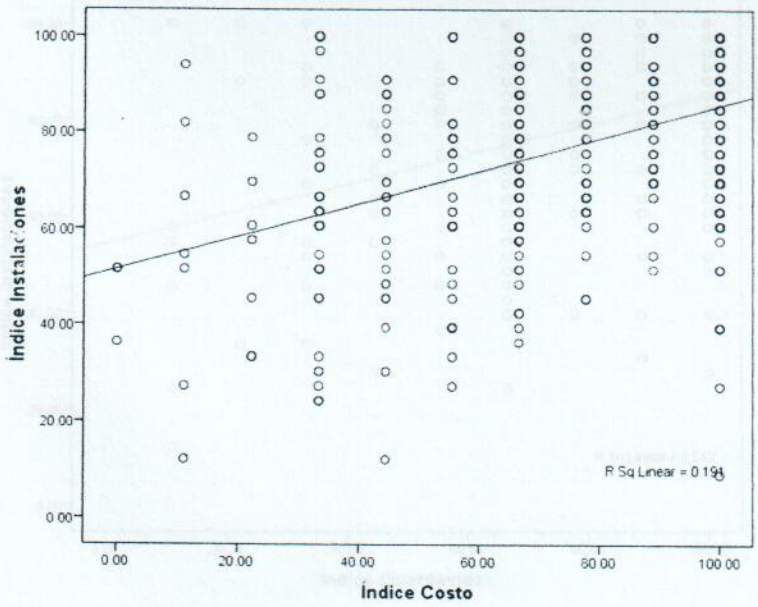
Correlación positiva y significativa entre los índices de instalaciones y actividades: r=.471; P=.000; N=384.



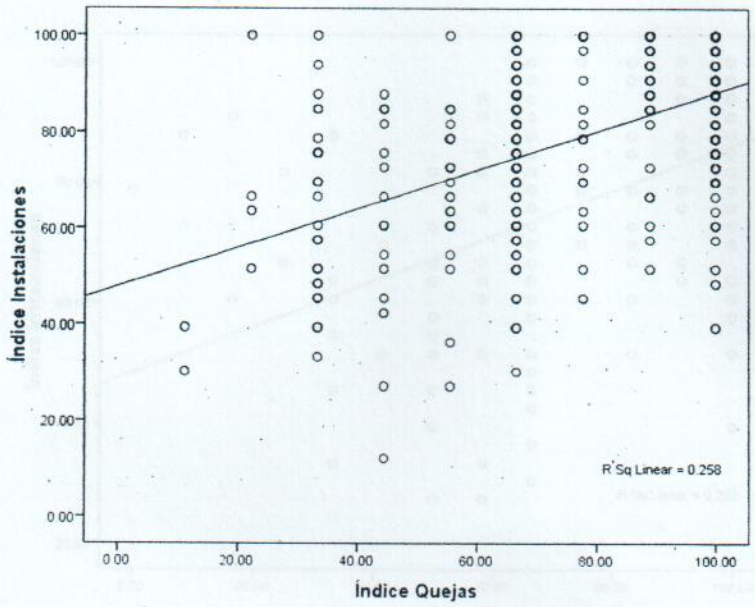
Correlación positiva y significativa entre los índices de instalaciones e instructores: r=.500; P=.000; N=386.



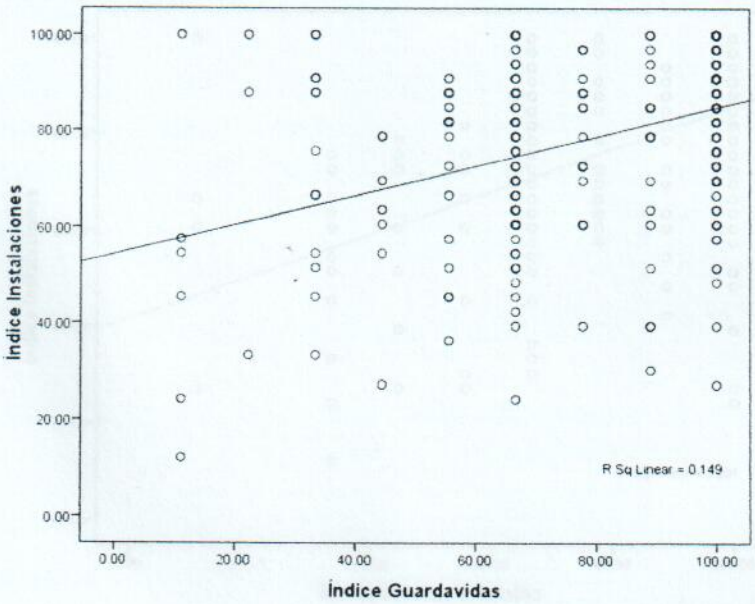
Correlación positiva y significativa entre los índices de instalaciones y costo: r=.437; P=.000; N=381.



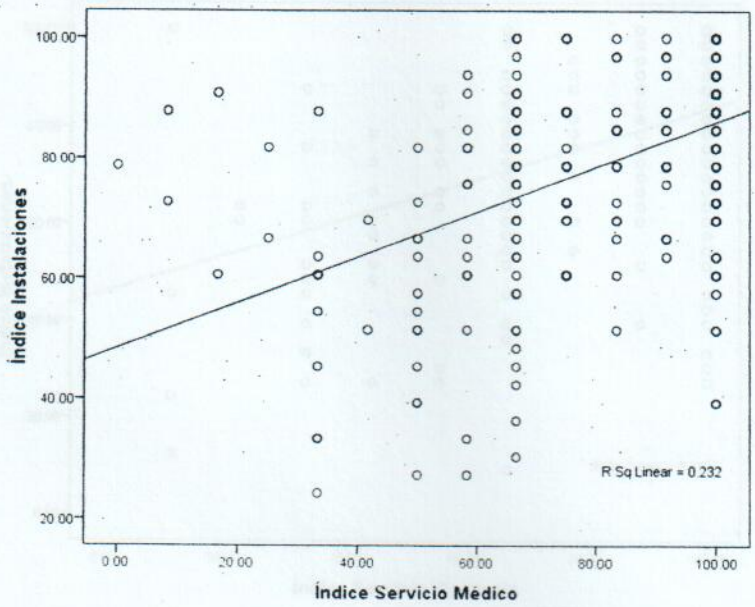
Correlación positiva y significativa entre los índices de instalaciones y quejas: r=508; P=.000; N=303.



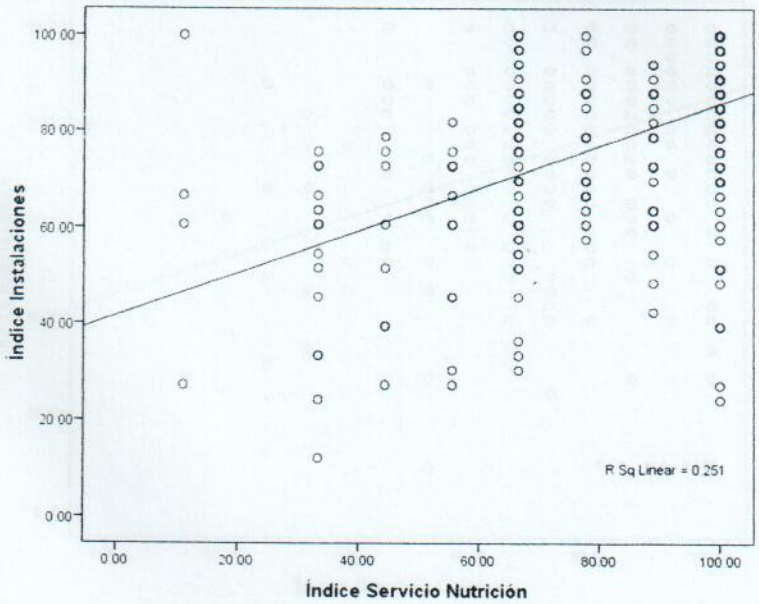
Correlación positiva y significativa entre los índices de instalaciones y guardavidas: r=.386; P=.000; N=273.



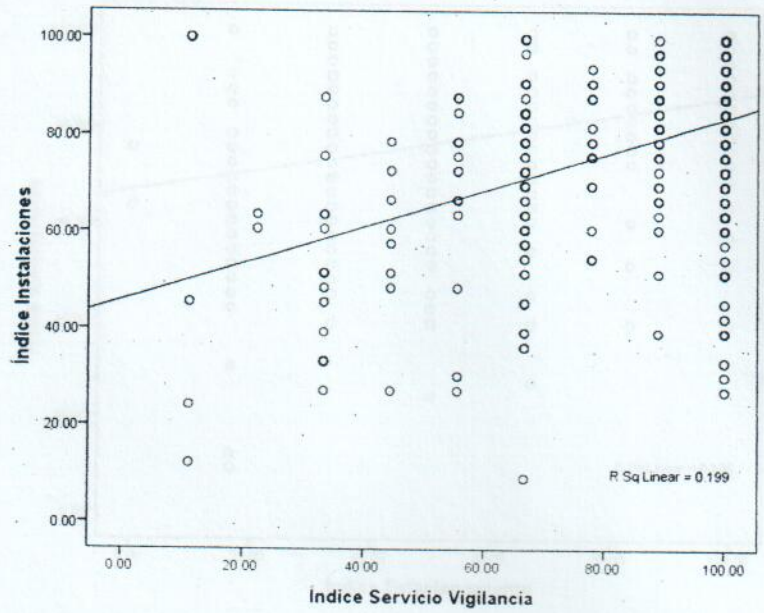
Correlación positiva y significativa entre los índices de instalaciones y servicio médico: r=.482; P=.000; N=258.



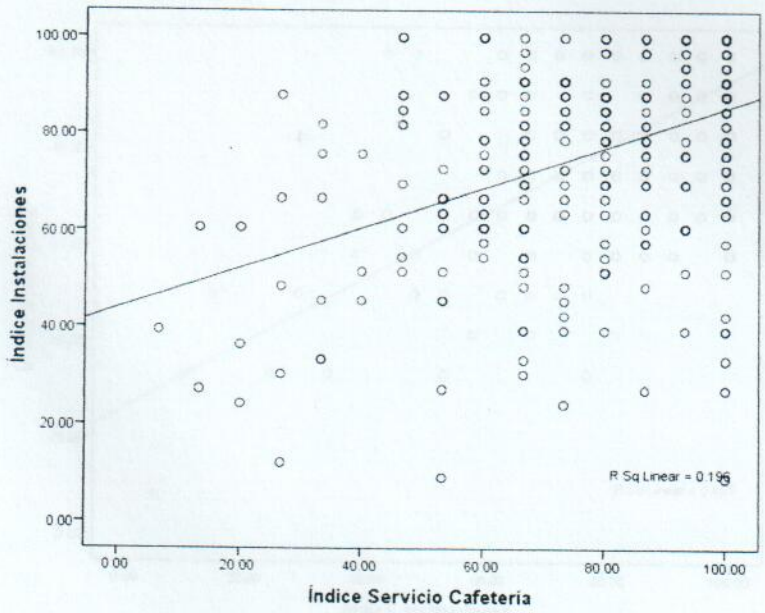
Correlación positiva y significativa entre los índices de instalaciones y servicio de nutrición: r=.501; P=.000; N=248.



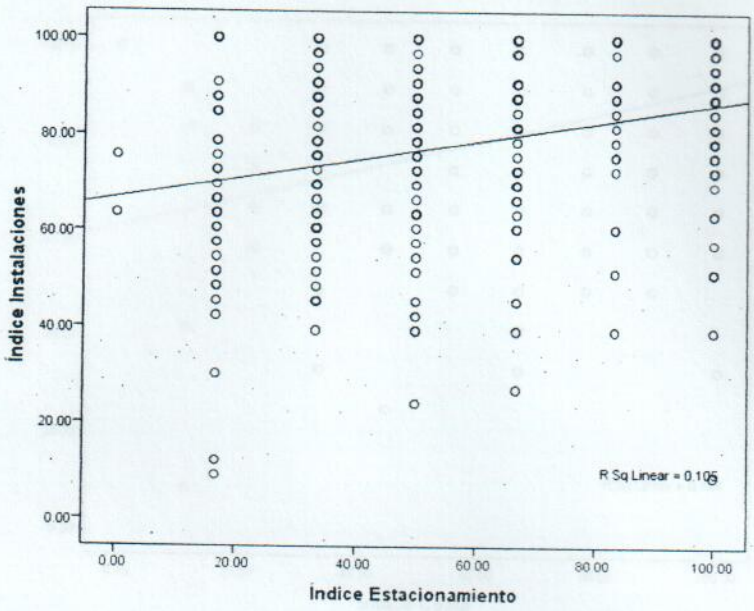
Correlación positiva y significativa entre los índices de instalaciones y servicio de vigilancia: r=.446; P=.000; N=350.



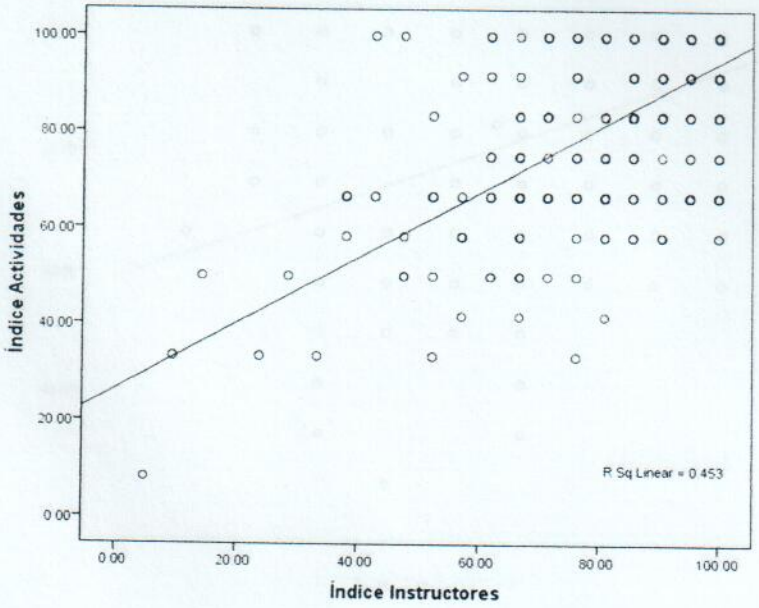
Correlación positiva y significativa entre los índices de instalaciones y servicio de cafetería: r=.443; P=.000; N=339.



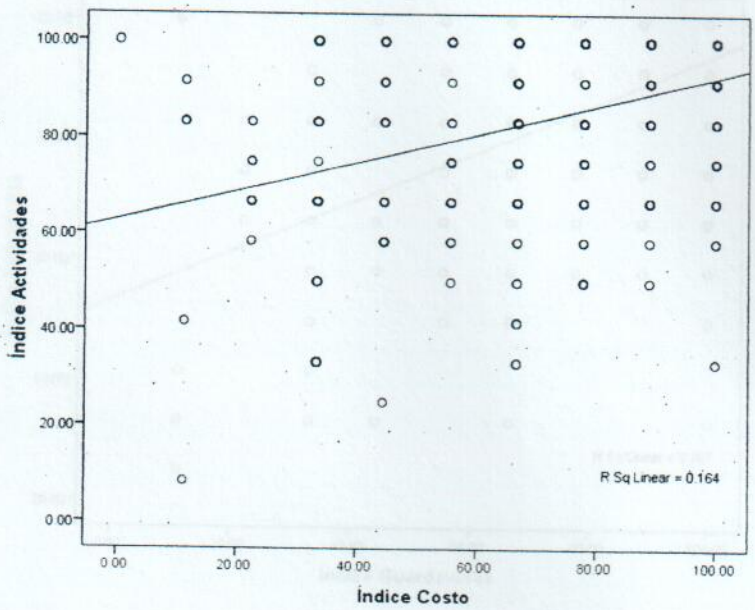
Correlación positiva y significativa entre los índices de instalaciones y estacionamiento: r=.324; P=.000; N=310.



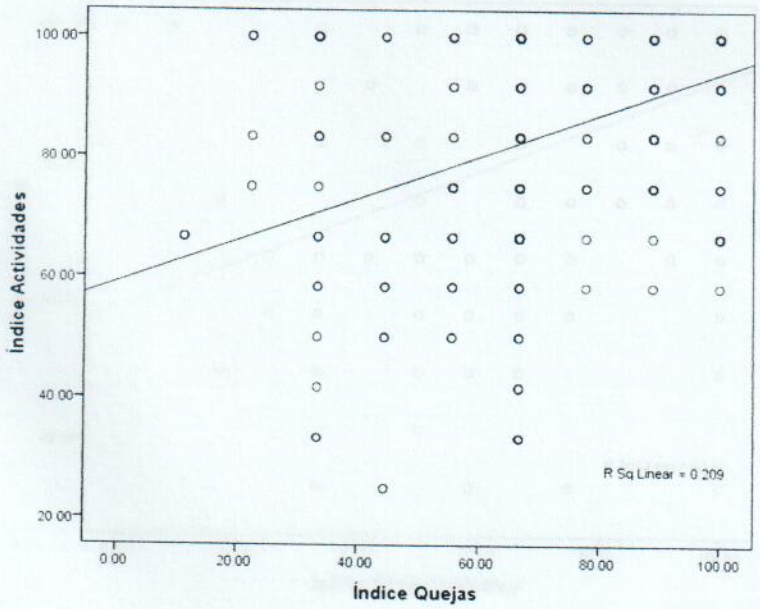
Correlación positiva y significativa entre los índices de actividades e instructores: r=.673; P=.000; N=376.



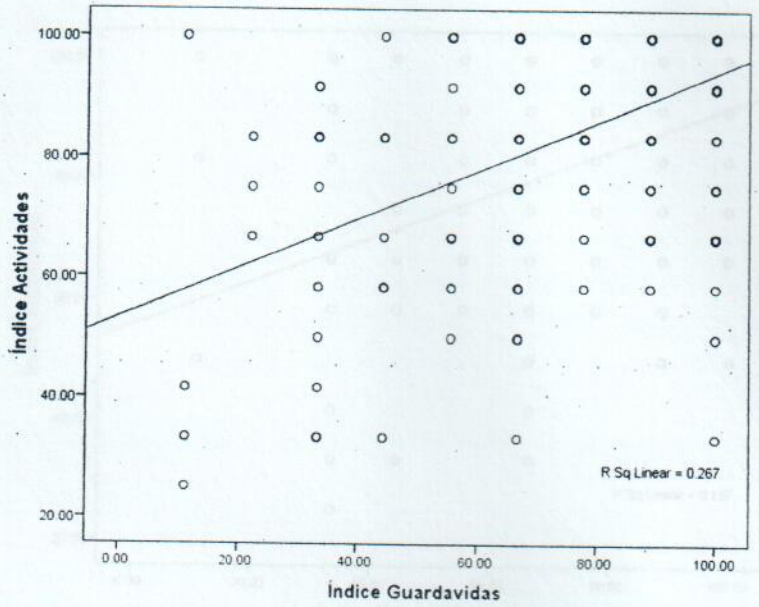
Correlación positiva y significativa entre los índices de actividades y costo: r=.405; P=.000; N=368.



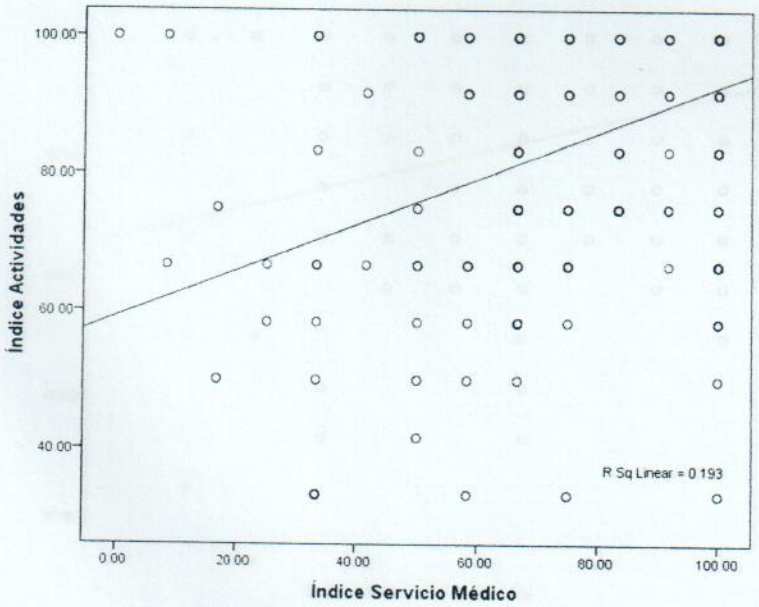
Correlación positiva y significativa entre los índices de actividades y quejas: r=.457; P=.000; N=292.



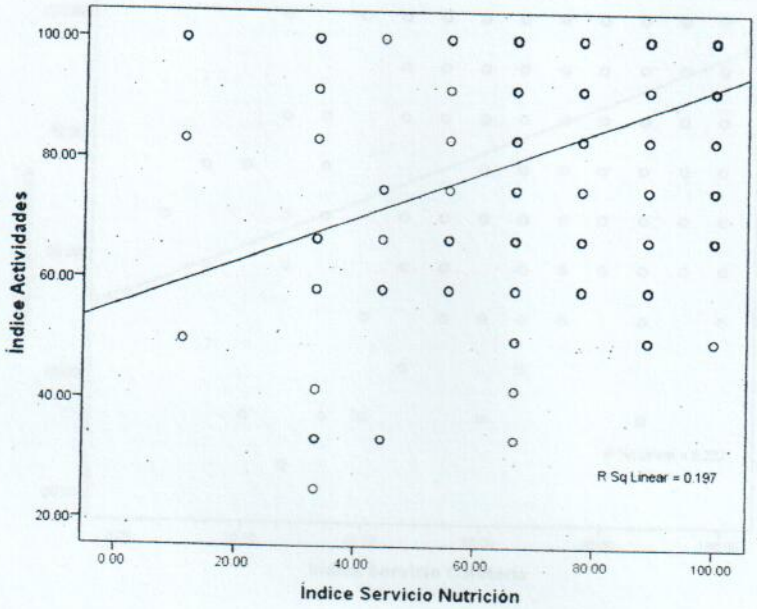
Correlación positiva y significativa entre los índices de actividades y guardavidas: r=.517; P=.000; N=266.



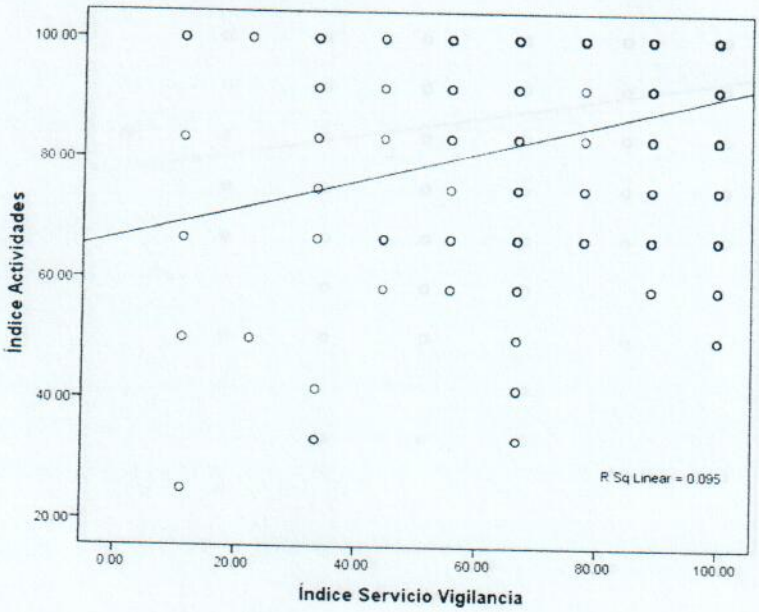
Correlación positiva y significativa entre los índices de actividades y servicio médico: r=.439; P=.000; N=252.



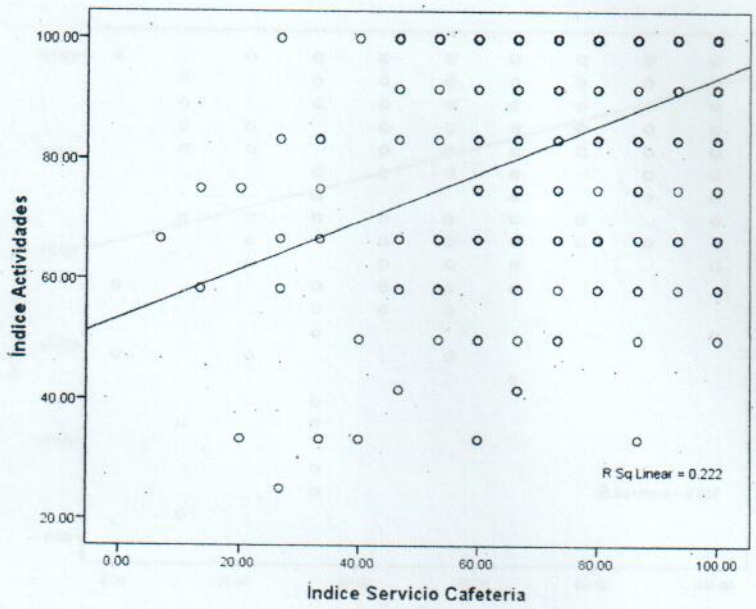
Correlación positiva y significativa entre los índices de actividades y servicio de nutrición: r=.444; P=.000; N=242.



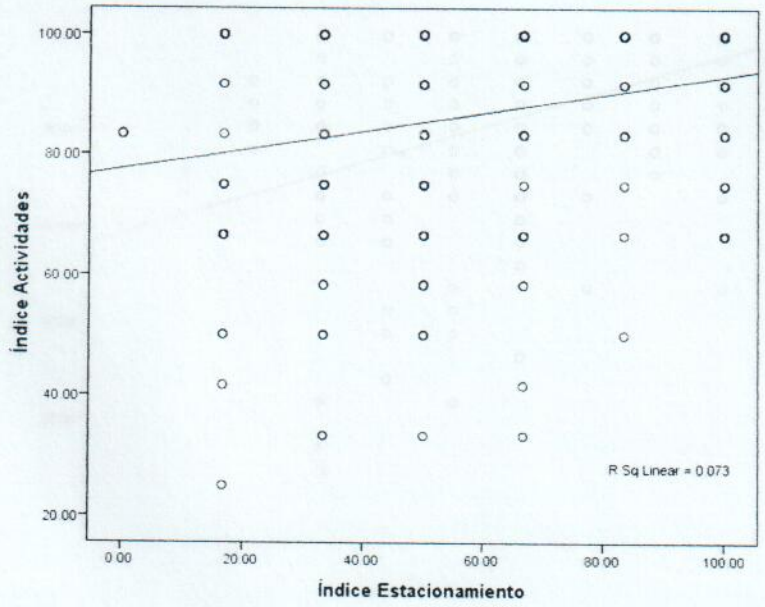
Correlación positiva y significativa entre los índices de actividades y servicio de vigilancia: r=.308; P=.000; N=337.



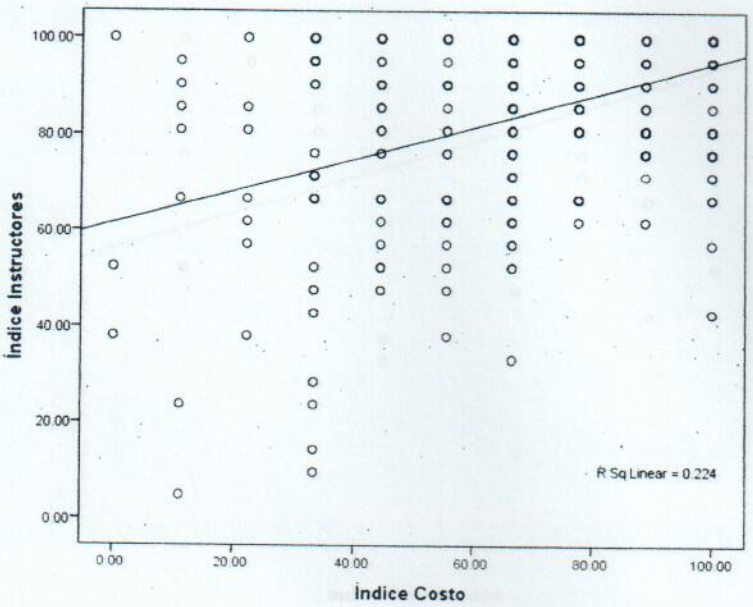
Correlación positiva y significativa entre los índices de actividades y servicio de cafetería: r=.471; P=.000; N=326.



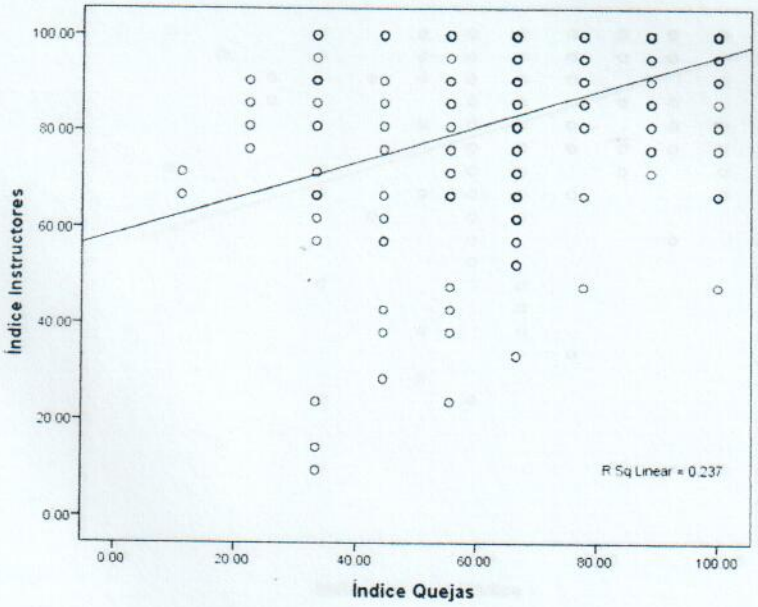
Correlación positiva y significativa entre los índices de actividades y estacionamiento: r=.271; P=.000; N=300.



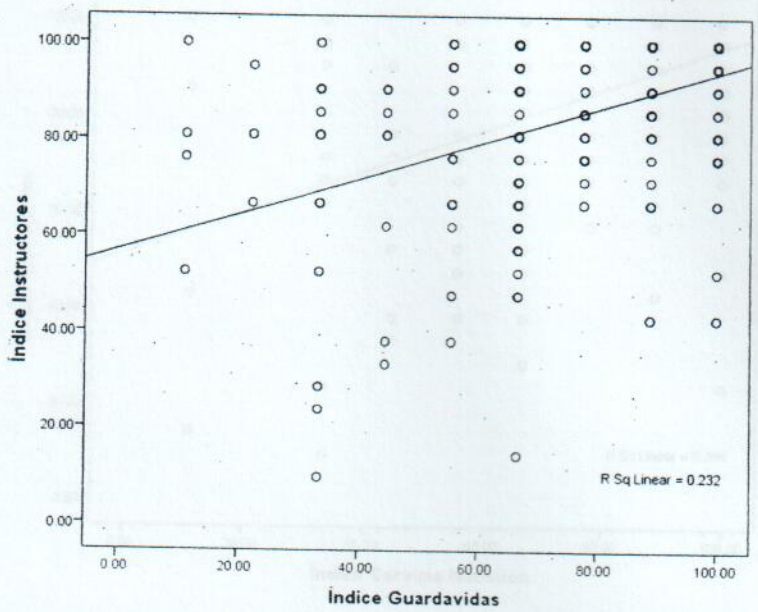
Correlación positiva y significativa entre los índices de instructores y costo: r=.474; P=.000; N=369.



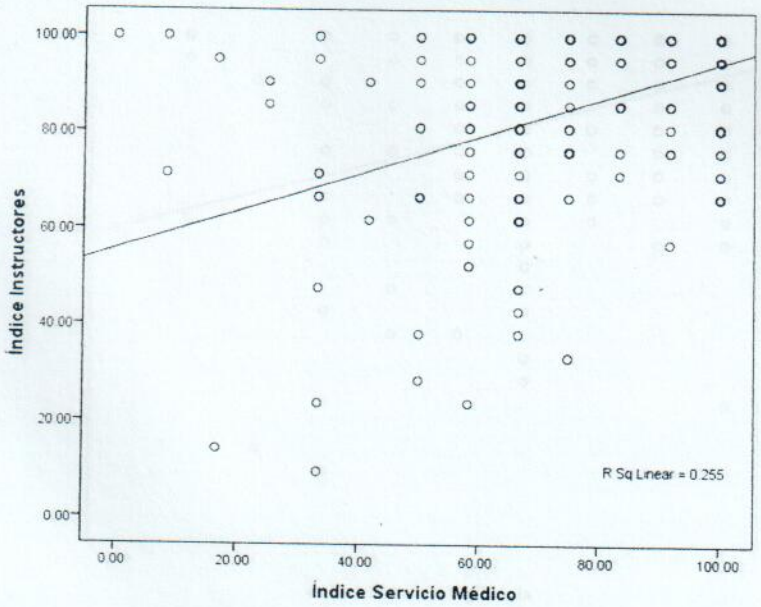
Correlación positiva y significativa entre los índices de instructores y quejas: r=.487; P=.000; N=296.



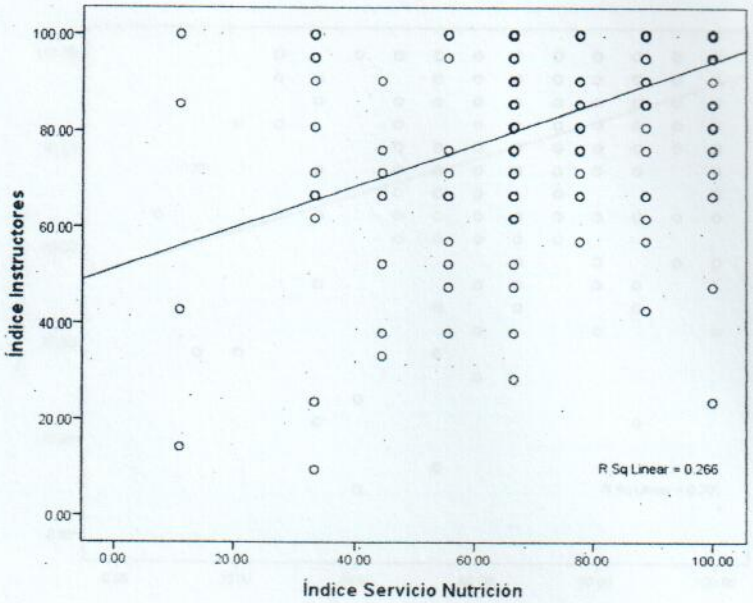
Correlación positiva y significativa entre los índices de instructores y guardavidas: r=.482; P=.000; N=267.



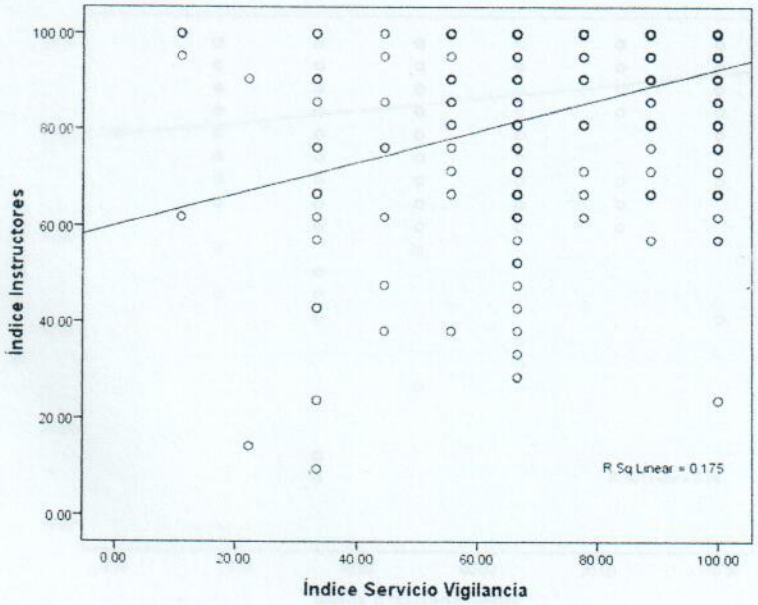
Correlación positiva y significativa entre los índices de instructores y servicio médico: r=.505; P=.000; N=253.



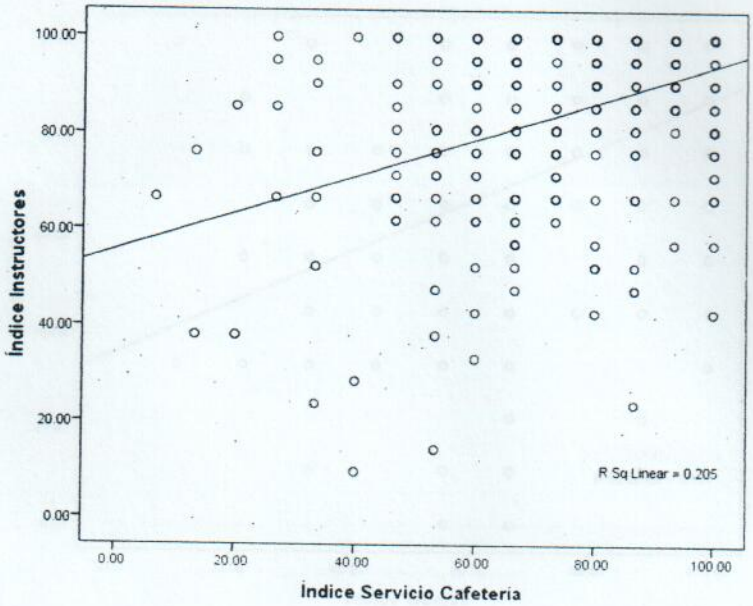
Correlación positiva y significativa entre los índices de instructores y servicio de nutrición: r=.516; P=.000; N=244.



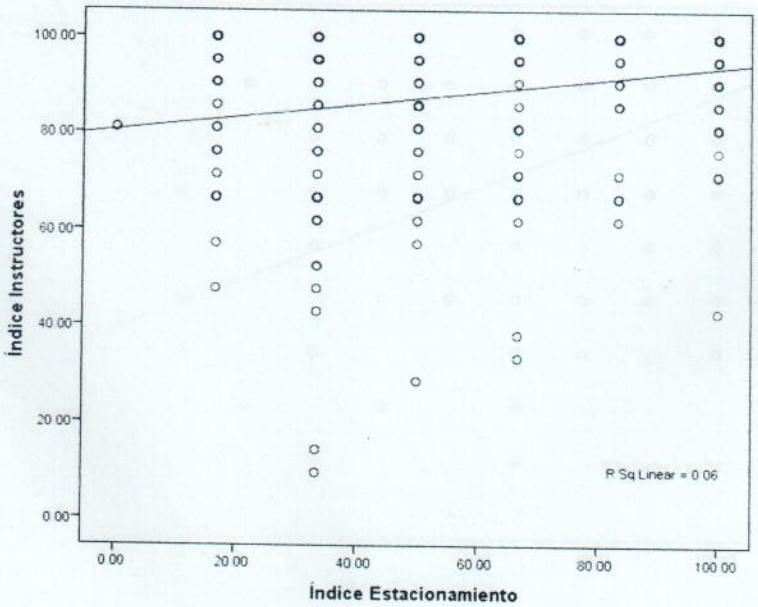
Correlación positiva y significativa entre los índices de instructores y servicio de vigilancia: r=.419; P=.000; N=339.



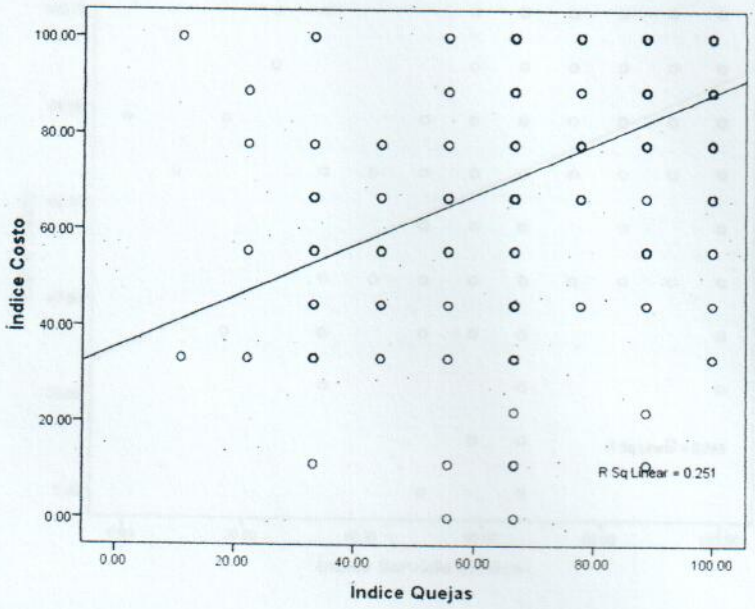
Correlación positiva y significativa entre los índices de instructores y servicio de cafetería: r=.452; P=.000; N=327.



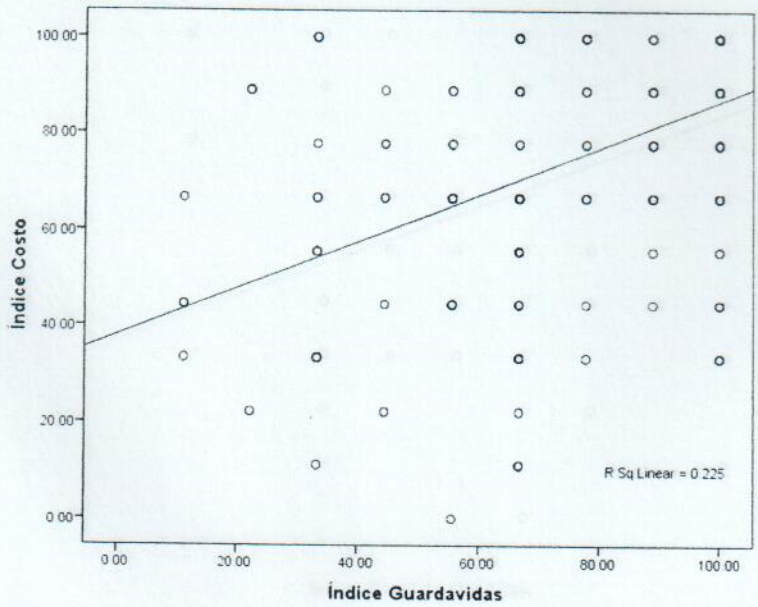
Correlación positiva y significativa entre los índices de instructores y estacionamiento: r=.244; P=.000; N=297.



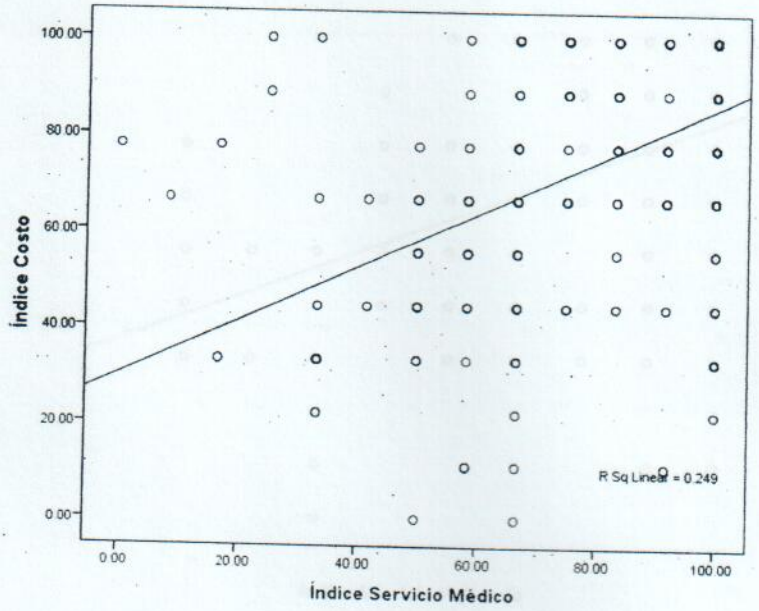
Correlación positiva y significativa entre los índices de costo y quejas: r=.501; P=.000; N=291.



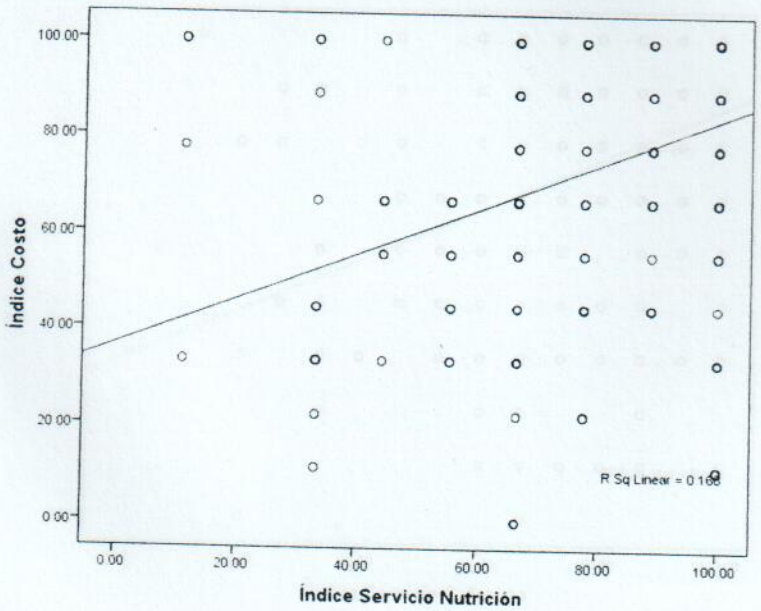
Correlación positiva y significativa entre los índices de costo y guardavidas: r=.474; P=.000; N=259.



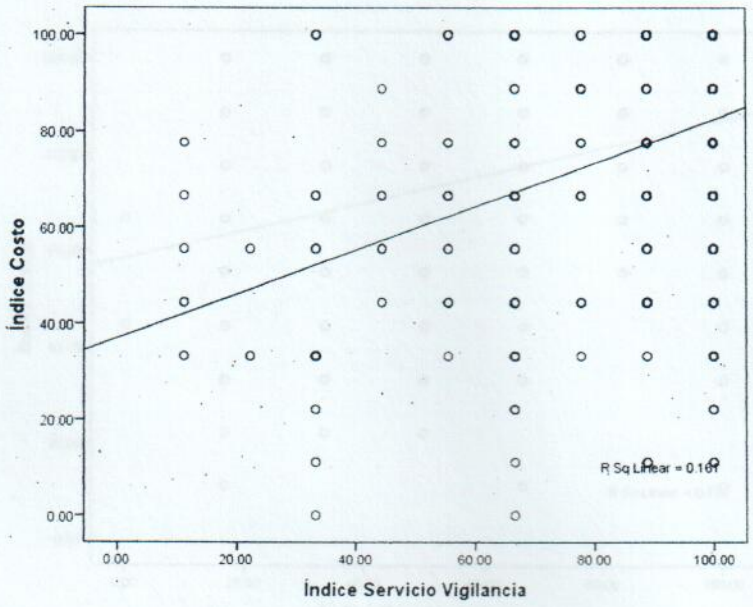
Correlación positiva y significativa entre los índices de costo y servicio médico: r=.499; P=.000; N=246.



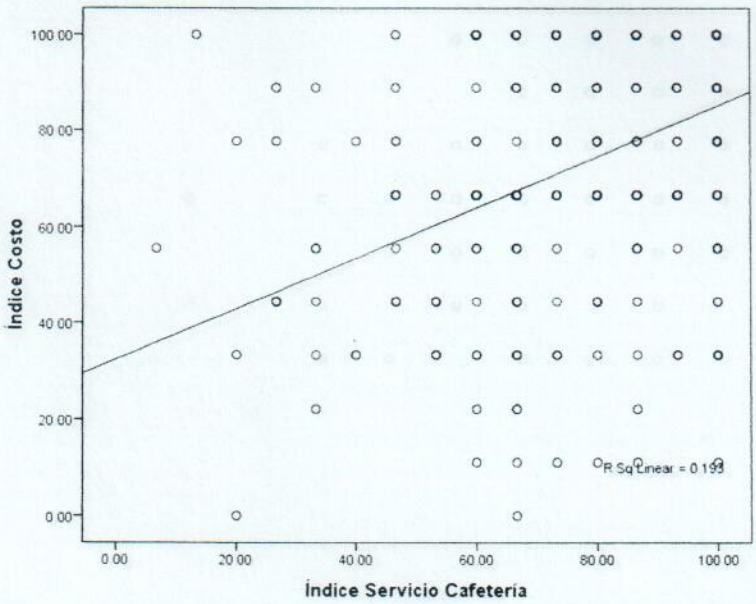
Correlación positiva y significativa entre los índices de costo y servicio de nutrición: r=.410; P=.000; N=237.



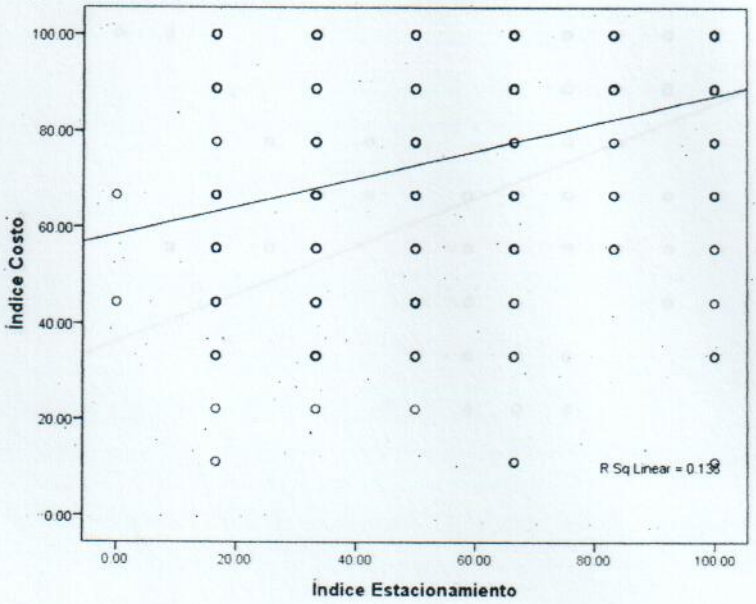
Correlación positiva y significativa entre los índices de costo y servicio de vigilancia: r=.401; P=.000; N=332.



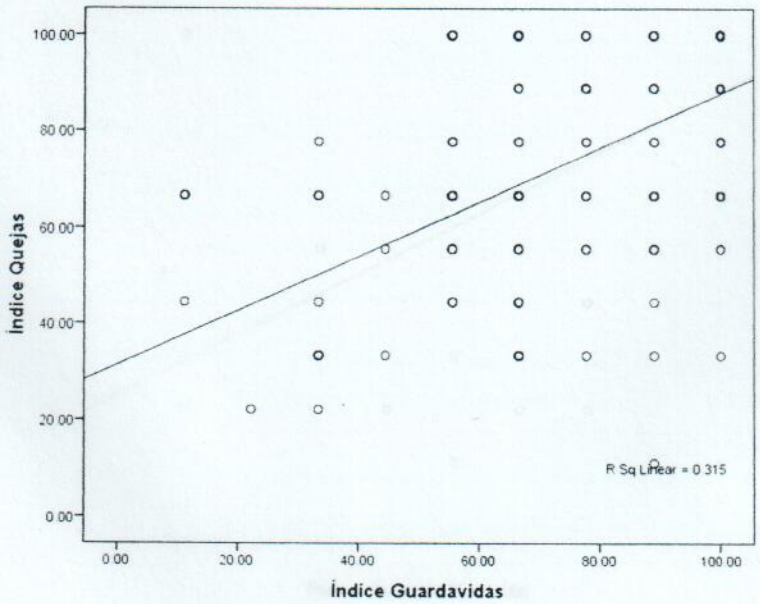
Correlación positiva y significativa entre los índices de costo y servicio de cafetería: r=.440; P=.000; N=320.



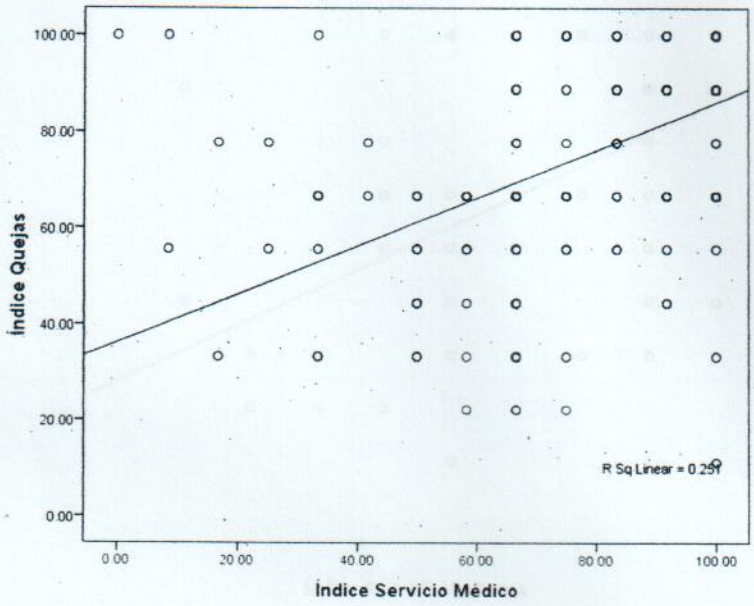
Correlación positiva y significativa entre los índices de costo y estacionamiento: r=.369; P=.000; N=294.



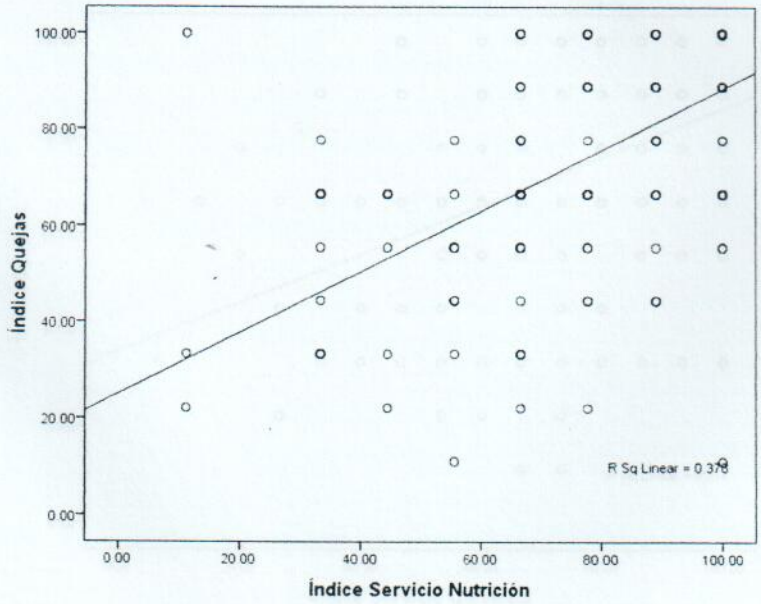
Correlación positiva y significativa entre los índices de quejas y guardavidas: r=.562; P=.000; N=236.



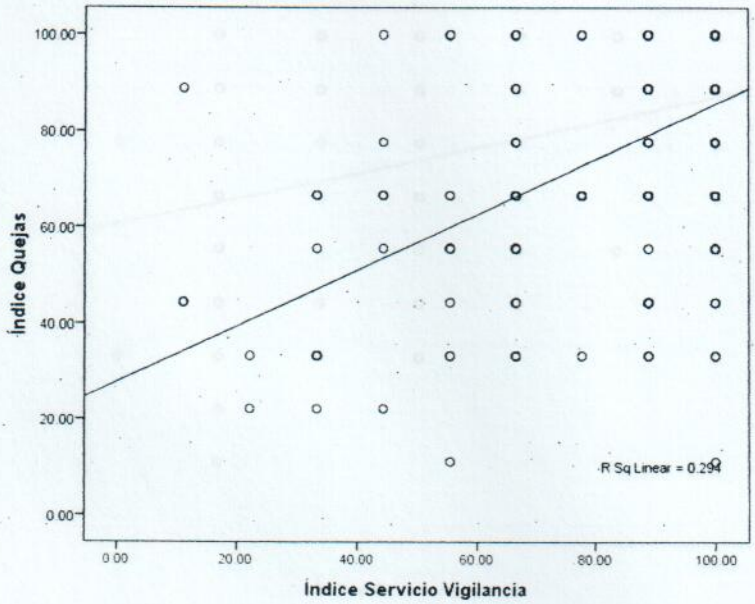
Correlación positiva y significativa entre los índices de quejas y servicio médico: r=.501; P=.000; N=232.



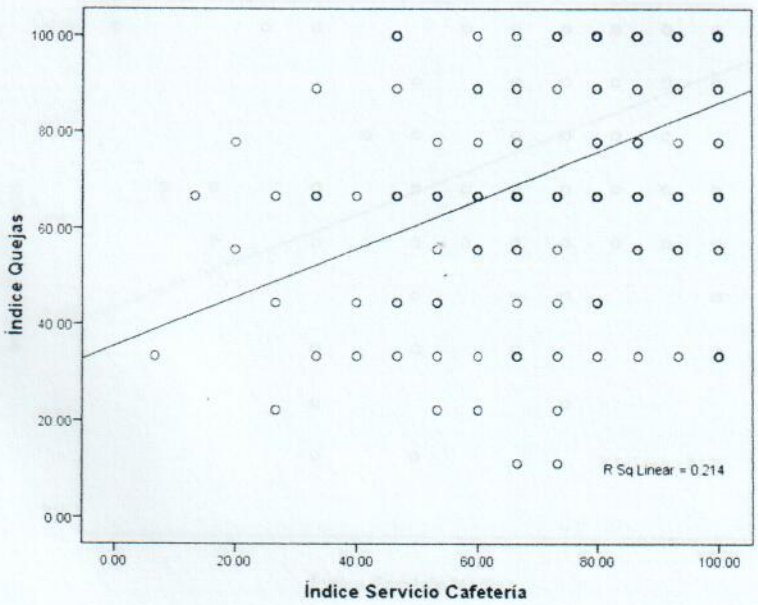
Correlación positiva y significativa entre los índices de quejas y servicio de nutrición: r=.615; P=.000; N=222.



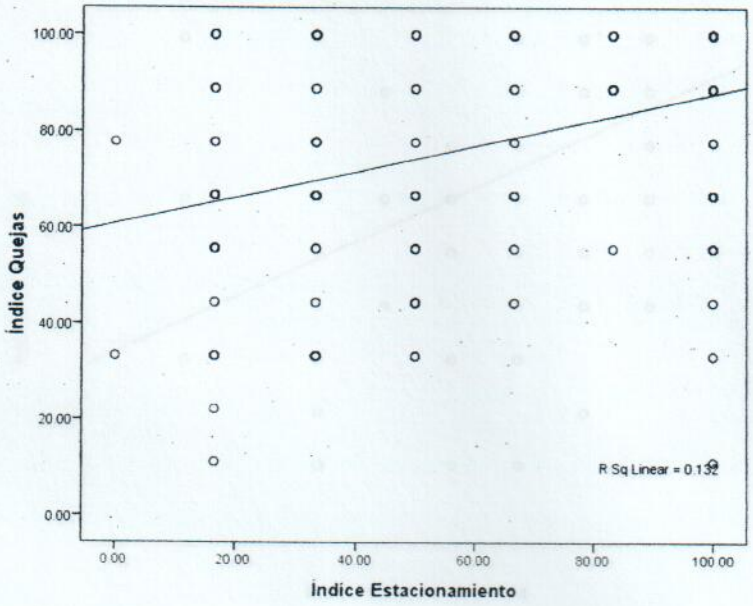
Correlación positiva y significativa entre los índices de quejas y servicio de vigilancia: r=.542; P=.000; N=283.



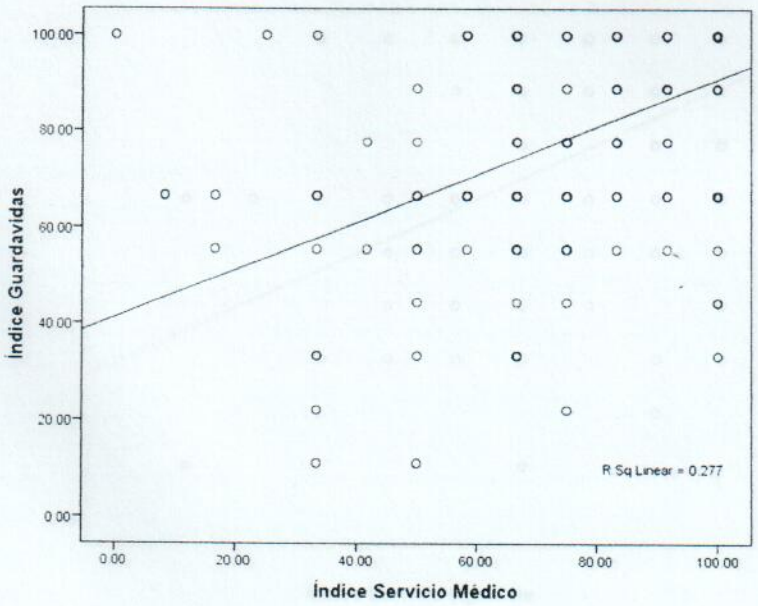
Correlación positiva y significativa entre los índices de quejas y servicio de cafetería: r=.463; P=.000; N=273.



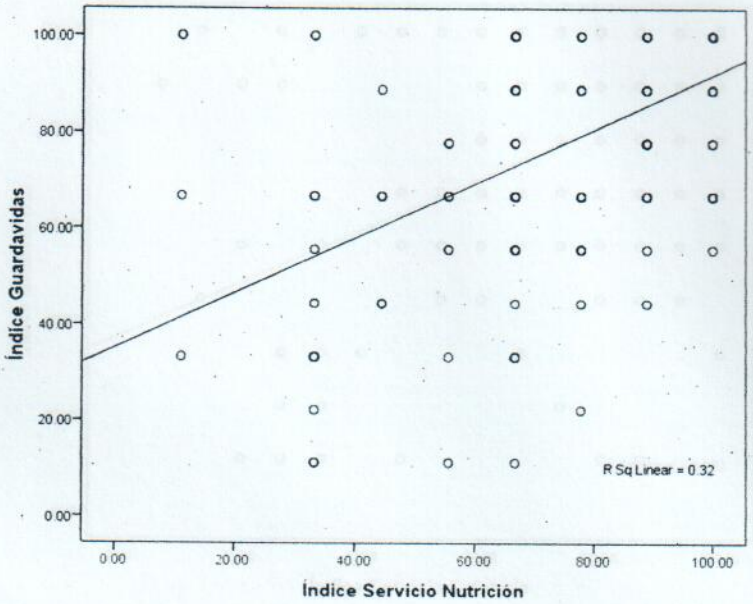
Correlación positiva y significativa entre los índices de quejas y estacionamiento: r=.363; P=.000; N=244.



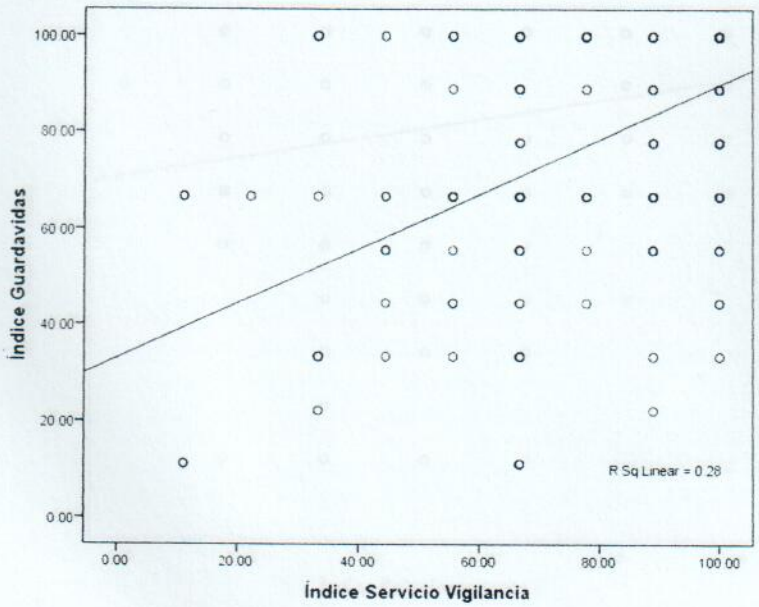
Correlación positiva y significativa entre los índices de guardavidas y servicio médico: r=.527; P=.000; N=225.



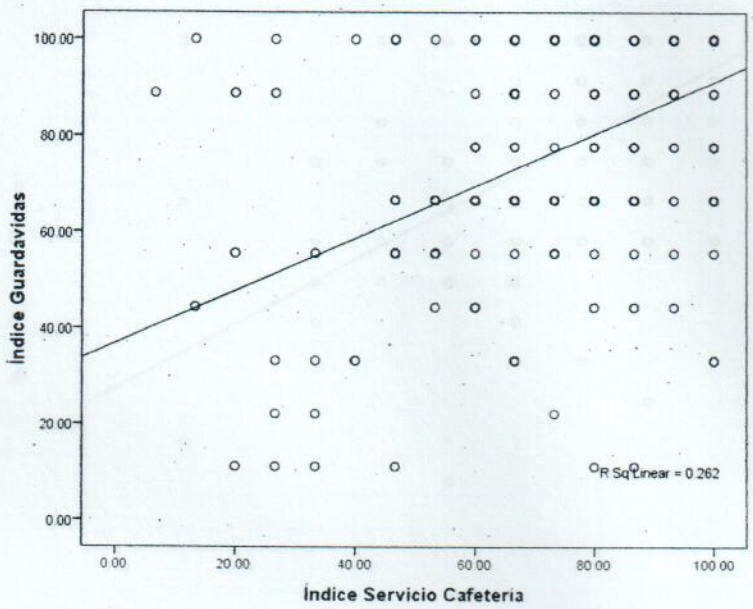
Correlación positiva y significativa entre los índices de guardavidas y servicio de nutrición: r=.566; P=.000; N=220.



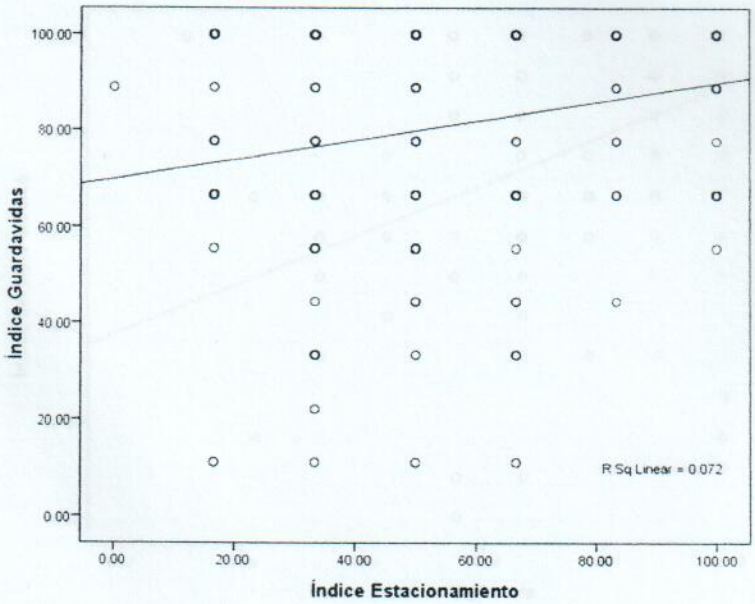
Correlación positiva y significativa entre los índices de guardavidas y servicio de.vigilancia: r=.529; P=.000; N=262.



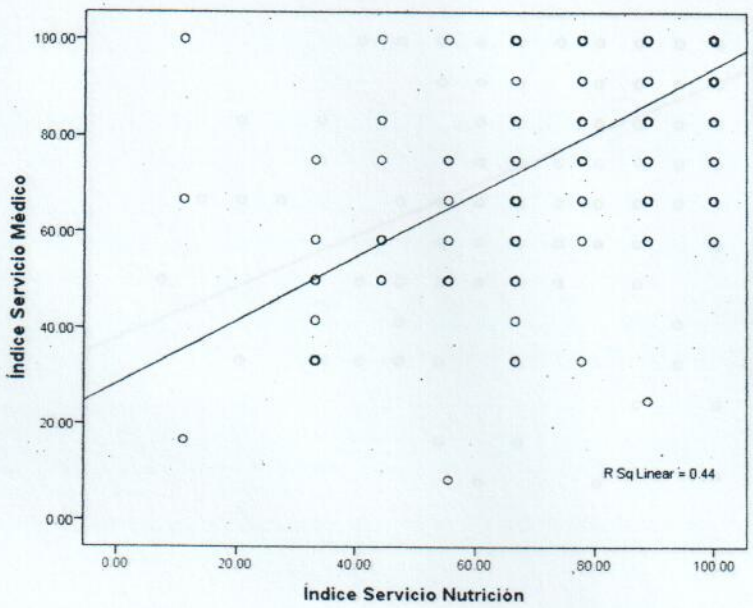
Correlación positiva y significativa entre los índices de guardavidas y servicio de cafetería: r=.512; P=.000; N=253.



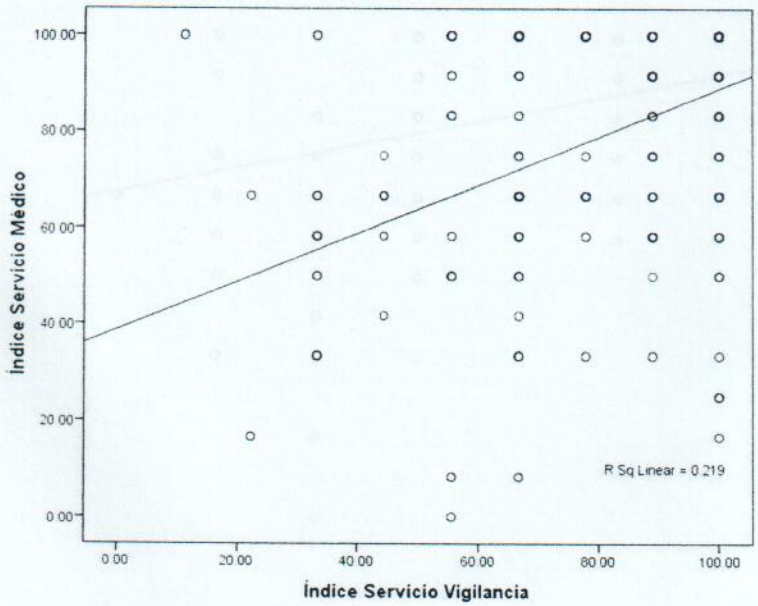
Correlación positiva y significativa entre los índices de guardavidas y estacionamiento: r=.269; P=.000; N=230.



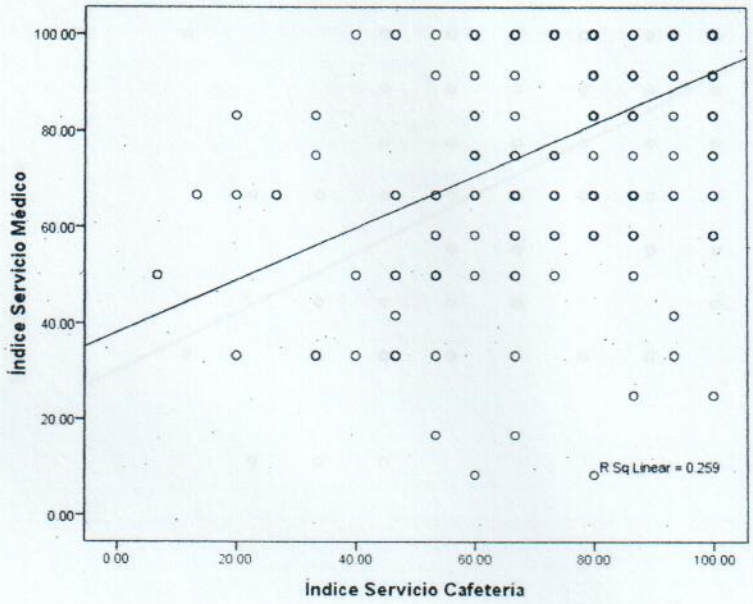
Correlación positiva y significativa entre los índices de servicio médico y servicio de nutrición: r=.664; P=.000; N=236.



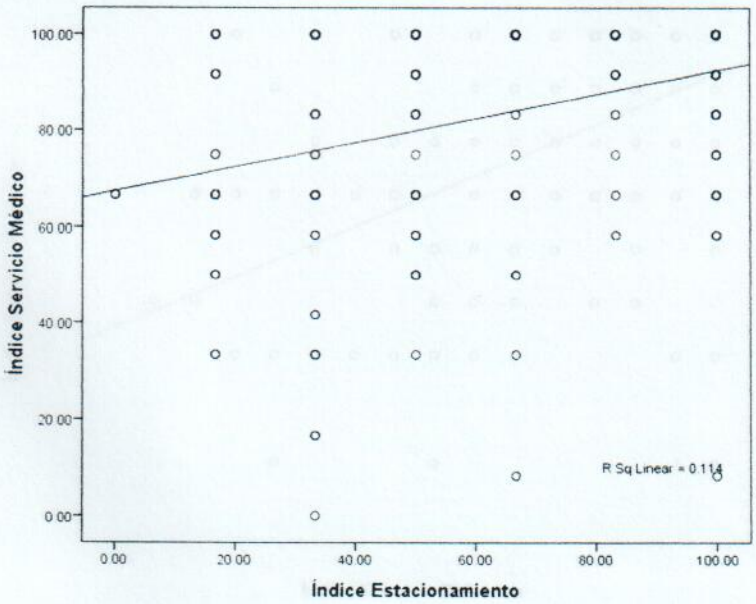
Correlación positiva y significativa entre los índices de servicio médico y servicio de vigilancia: r=.467; P=.000; N=255.



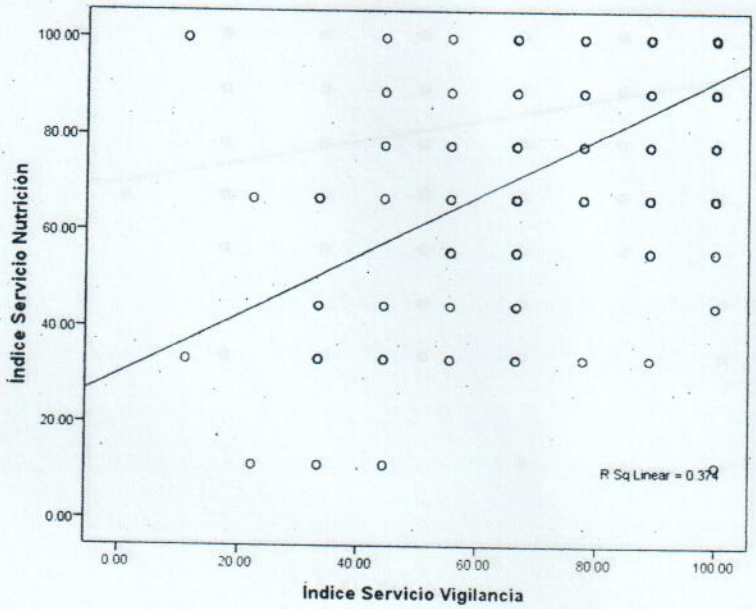
Correlación positiva y significativa entre los índices de servicio médico y servicio de cafetería: r=.509; P=.000; N=248.



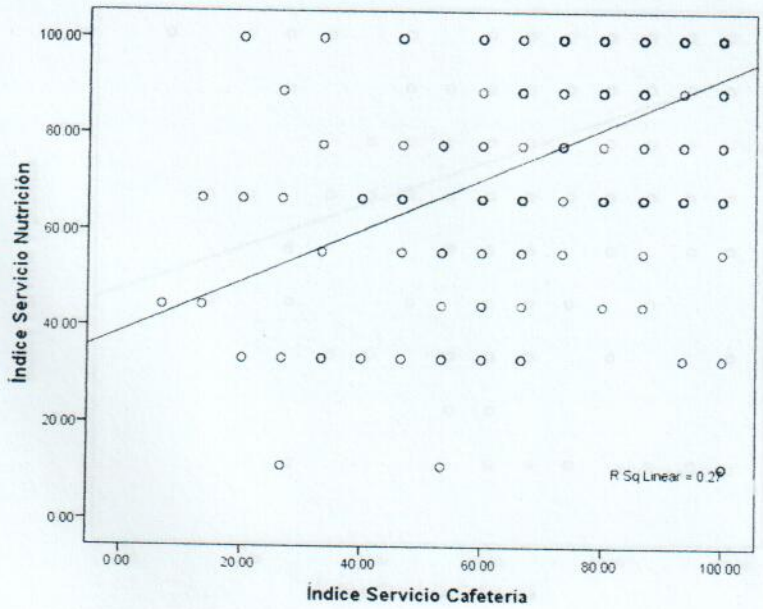
Correlación positiva y significativa entre los índices de servicio médico y estacionamiento: r=.338; P=.000; N=216.



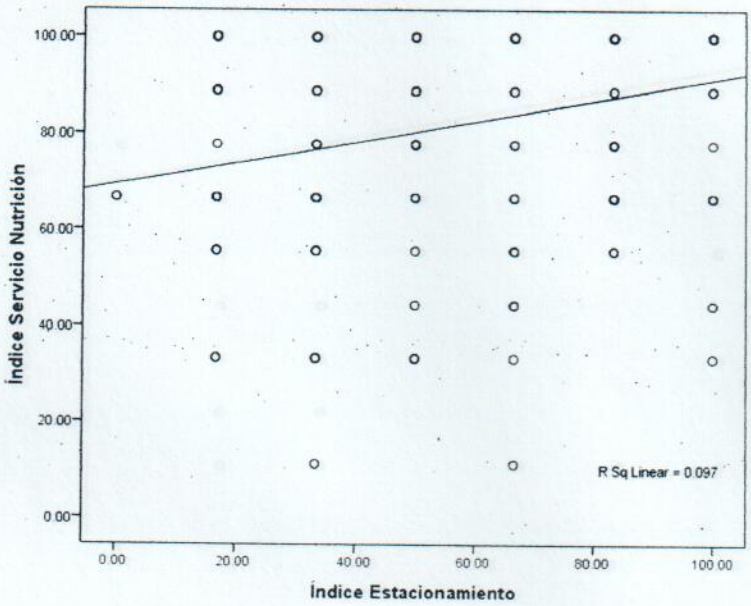
Correlación positiva y significativa entre los índices de servicio de nutrición y servicio de vigilancia: r=.611; P=.000; N=244.



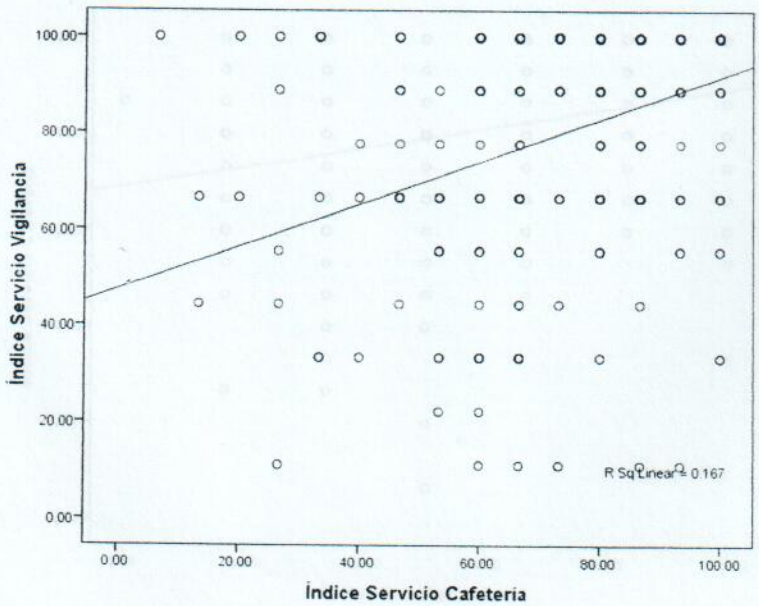
Correlación positiva y significativa entre los índices de servicio de nutrición y servicio de cafetería: r=.519; P=.000; N=244.



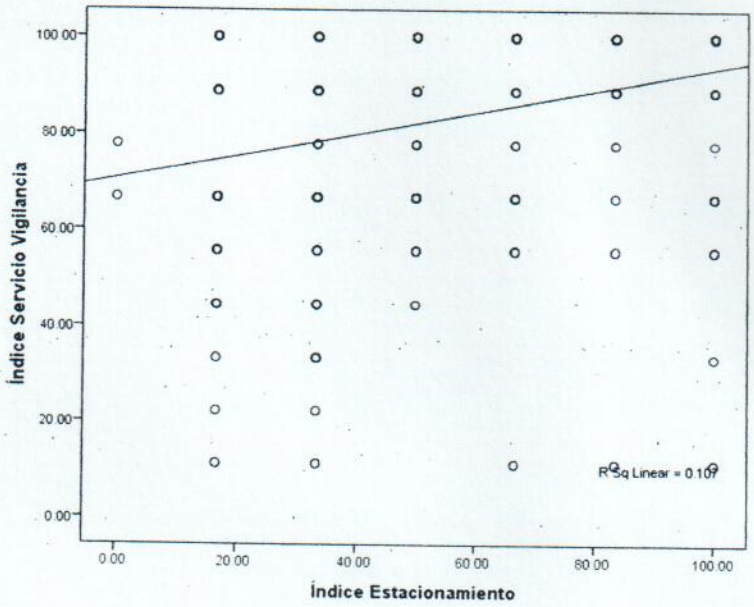
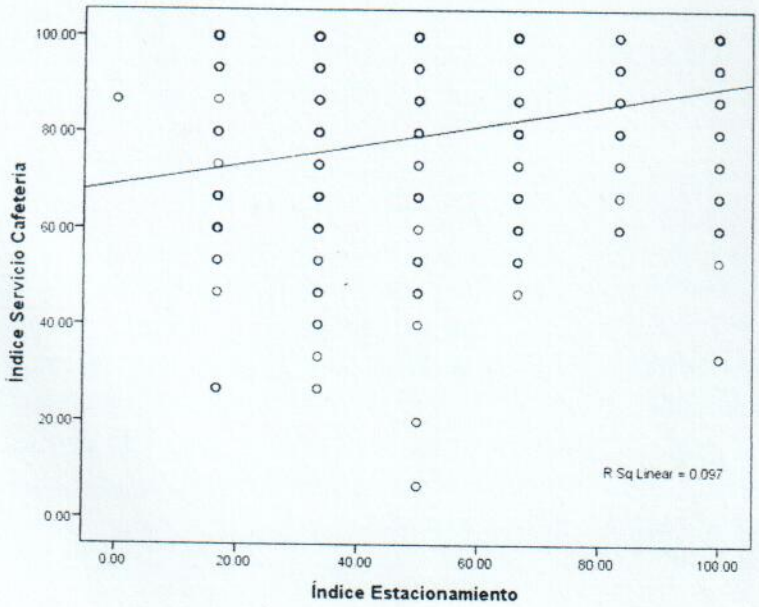
Correlación positiva y significativa entre los índices de servicio de nutrición y estacionamiento: r=.312; P=.000; N=209.



Correlación positiva y significativa entre los índices de servicio de vigilancia y servicio de cafetería: r=.409; P=.000; N=320.



Correlación positiva y significativa entre los índices de servicio de vigilancia y estacionamiento: r=.327; P=.000; N=289.



Correlación positiva y significativa entre los índices de servicio de cafetería y estacionamiento: r=.312; P=.000; N=279.