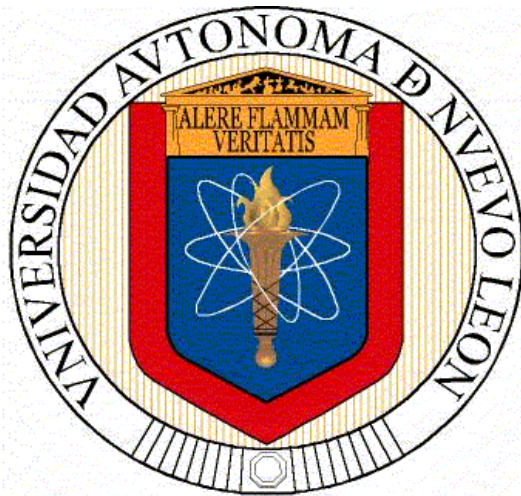


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ORGANIZACIÓN DEPORTIVA**



**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA EN LA UNIDAD DE
APRENDIZAJE DE CULTURA FÍSICA Y SALUD DE LA
PREPARATORIA # 8 UANL**

PRESENTADA POR:

L.C.E DIANA RUBÍ ZAMORA RODRÍGUEZ

**COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRÍA EN CIENCIAS DEL EJERCICIO CON ESPECIALIDAD
EN EDUCACIÓN FÍSICA Y DEPORTE EN LA INFANCIA Y
ADOLESCENCIA**

SAN NICOLÁS DE LOS GARZA N.L.

ENERO 2015

**Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Organización Deportiva**



**Evaluación de la calidad percibida en la unidad de aprendizaje de
cultura física y salud de la Preparatoria # 8 UANL**

Presentada por:

Diana Rubí Zamora Rodríguez

**Para obtener el grado de Maestría en Ciencias del Ejercicio con
Especialidad en Educación Física y Deporte en la Infancia y
Adolescencia**

San Nicolás de los Garza N.L.

Enero de 2015

" Evaluación de la calidad percibida en la unidad de aprendizaje de cultura física y salud de la Preparatoria # 8 UANL"

Presentado por:

L.C.E Diana Rubí Zamora Rodríguez

El presente trabajo fue realizado en la Facultad de Organización Deportiva de la Universidad Autónoma de Nuevo León, bajo la dirección del (la) Dra. Raquel Morquecho Sánchez, como requisito para optar al grado de Maestría en Ciencias del Ejercicio con orientación en Educación Física y Deporte en la Infancia y Adolescencia de la Facultad de Organización Deportiva de Universidad Autónoma de Nuevo León.

Dra. Raquel Morquecho Sánchez
DIRECTORA DE TESIS

Dr. José Alberto Pérez García
CO-DIRECTOR DE TESIS

Dr. Oswaldo Ceballos Gurrola
CO-DIRECTOR DE TESIS

Dra. Jeannette Magnolia López Walle
Subdirectora del Area de Posgrado

Índice

1. Introducción	10
1.1 Justificación	13
1.2 Planteamiento del problema.....	16
2. Objetivos	17
2.1. Objetivo general.....	17
2.2. Objetivos específicos.....	17
3. Marco Teórico	18
3.1. Antecedentes, y bases teóricas sobre calidad.	18
3.1.1. Escuelas tradicionales de la calidad: Nórdica y Americana.....	20
3.1.2. Escuela Nórdica	21
3.1.3. Escuela Norteamericana	22
3.2.1. Los modelos y principios de gestión de calidad	22
3.2.2. Principios de la gestión de la calidad.....	23
3.2.3. Modelos de gestión de calidad	24
3.2.4. Modelo SERVQUAL.....	25
3.2.5. Modelo Educativo	27
3.3. Modelo Educativo de la UANL.....	28
3.3.1. Conceptualización de la calidad y los servicios deportivos.....	29
3.3.2. Antecedentes de la calidad educativa.....	34
3.3.3. La calidad en la educación media superior.	35
4. Marco Metodológico	36
4.1 Método.....	36
4.1.2. Participantes.....	37
4.1.3. Instrumento.....	38
4.1.4. Procedimiento.....	38
5. Análisis Descriptivo de los Datos	39
5.1 Descripción de la Población	39
5.2 Datos Socio demográficos: Análisis Descriptivo.....	40
6. Resultados	41
6.1. Análisis de la satisfacción en servicios deportivos	41

7. Discusión y Conclusiones	45
8. Bibliografía	47
9. Anexos	52

Dedicatoria

Gracias a ti por estar siempre conmigo por tenerme toda la paciencia y la comprensión del mundo, por apoyarme en lo largo de este camino apoyándome en todas las decisiones que tomo y por desvelarte conmigo para terminar la tesis. Tu, quien ha sido mi mano derecha durante todo este tiempo; te agradezco por tu desinteresada ayuda, por echarme una mano cuando siempre la necesite, por aportar considerablemente en mi proyecto. Te agradezco no solo por la ayuda brindada, sino por los buenos momentos por los que hemos pasado juntas. Gracias Lic. Ariana Linette Acosta González

Con todo cariño y mi amor para la persona que hizo todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ti por siempre mi corazón y mi agradecimiento. Gracias madre Rosalinda Rodríguez Mercado.

A pesar de que tengamos nuestras eventuales discusiones y malos encuentros, y de que tal vez seamos polos opuestos en ciertas cuestiones, has sido de las principales personas involucradas en ayudarme a que este proyecto fuera posible. Gracias hermano José Hernán Zamora Rodríguez.

Agradecimientos

Me gustaría agradecer sinceramente a mi Directora de Tesis, Dra. Raquel Morquecho Sánchez, su esfuerzo y dedicación. Sus conocimientos, sus orientaciones, su manera de trabajar, su persistencia, su paciencia y su motivación han sido fundamentales para mi formación.

Ella ha inculcado en mí un sentimiento de seriedad, responsabilidad y rigor académicos.

A su manera, ha sido capaz de ganarse mi lealtad y admiración, así como sentirme en deuda con ella por todo lo recibido durante el periodo de tiempo que ha durado esta Tesis.

También agradecer a mi codirector Dr. Oswaldo Ceballos Gurrola por su apoyo incondicional y por guiarme durante este proyecto.

Así mismo a mi codirector Dr. José Alberto Pérez García por apoyarme en este proyecto tan importante.

Evaluación de la calidad percibida en la unidad de aprendizaje de cultura física y salud de la Preparatoria #8 UANL.

1. Introducción

El presente trabajo de tesis es para recibir el grado de maestría en ciencias de la educación física y deporte en infancia y adolescencia por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Es un estudio sobre la calidad percibida de la asignatura de cultura física y salud que se realizó en la preparatoria #8 de la UANL.

En la actualidad el estudio de la enseñanza en el nivel medio superior es un campo poco explorado por la investigación educativa. Debido a que existe una gran preocupación por mejorar la enseñanza en los niveles y campos formativos nos obliga a reflexionar en el ámbito de las Ciencias Sociales. Por ello este trabajo trata sobre la calidad percibida en la asignatura de cultura física y salud.

Por ello los objetivos que se persiguen en este estudio son:

- Analizar la calidad percibida del servicio educativo a nivel medio superior
- Evaluar la percepción y satisfacción de los clientes externos (alumnos) del servicio educativo a nivel medio superior.

En el apartado de antecedentes y bases teóricas de la calidad varios autores dan su definición acerca de la calidad y la calidad percibida, así como cada uno de los autores plantea bases teóricas del tipo de calidad que se quiere medir o en base a que se realizara el estudio de la calidad, si será a un producto o hacia un servicio como es el caso de este estudio que se realizó.

Posteriormente se verán dos escuelas con un mismo punto de partida; percibir la calidad del servicio como la discrepancia entre las expectativas y las percepciones. La escuela norteamericana se hace mención que es la más conocida ya que esta centra la interacción social entre cliente-empleado y la escuela nórdica propone que la interacción social y los aspectos del servicio son de gran trascendencia en la

gestión. Cabe subrayar que tanto la escuela norteamericana como la nórdica tienen una relación estrecha ya que se sustentan mutuamente e incluso pueden complementarse.

Una vez ya descritas las dos escuelas tradicionales nos adentramos en los modelos y principios de la gestión de la calidad, siendo los primeros que han servido como un instrumento de autoevaluación para las organizaciones y los segundos los que integran una visión global de la organización que los lleve a una mejora continua.

En los modelos de la gestión de la calidad podemos describir tres: el primero Modelo SERVQUAL surge de los trabajos de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) y ha llegado a considerarse como una herramienta *cuasi-estandarizada* cuyo uso se encuentra muy extendido y consiste en una escala de 22 ítems sobre las expectativas de los clientes referidas a una categoría de servicio, el segundo Modelo EFQM muestra la gestión de calidad implementada en instituciones educativas la incorporación en el diseño de la educación, y tercero el Modelo Educativo de la UANL como una herramienta para facilitar y establecer el que hacer universitario; teniendo un valor positivo, eficiente, y flexible, que permite la retroalimentación.

La conceptualización de la calidad y la satisfacción de los servicios deportivos sin duda un importante tema que nos enseña que una empresa o institución de cualquier nivel tendrá que atender las necesidades de los clientes ya de no ser así la empresa o institución no tendrá razón de continuar o permanecer.

En lo que refiere a los antecedentes de la calidad educativa es un tema prácticamente nuevo Yzaguirre (2005) refiere a la calidad educativa como el conjunto de procesos que de manera natural, efectiva y repercute en los resultados de los alumnos y por otra parte de acuerdo a Hernández G. (2009), para los estudiantes la calidad educativa es vista como la empleabilidad con que se encuentren al concluir sus estudios universitarios.

La calidad en la Educación Medio Superior está regida por diferentes desafíos y a pesar de ser un sistema complejo con diversos subsistemas interrelacionados entre sí que están en constante transformación para afrontar los cambios constantes que surge la competitividad del país.

Es por ello que este trabajo se utilizó el instrumento SERVQUAL el cual consiste en una escala de 22 ítems sobre las expectativas de los clientes referidas a una categoría de servicio, y los 22 ítems se agrupan en 5 dimensiones (tangibles, empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad), para medir la calidad percibida en la materia de Cultura Física y Salud de la preparatoria #8 de la UANL. Donde participaron de 120 usuarios de primer semestre y 160 de tercer semestre con un rango de edad de 15 a 17 años como edad máxima.

1.1 Justificación

Desde comienzos del siglo XXI la calidad es uno de los objetivos prioritarios de las empresas en todos sus ámbitos (Buendía, 2001). En este sentido, cada vez son más los centros educativos que se suman a la corriente de mejora de la calidad, aplicando los principios de la gestión de la calidad igual que se hace en el ámbito empresarial.

En el ámbito de la educación de los últimos años ha empezado a tener gran aceptación los sistemas y modelos de gestión de la calidad. Respecto a los modelos de gestión en el ámbito de la cultura física, deporte, educación física y recreación ha sido hasta estos últimos años que se han adoptado los modelos de gestión. En México debido a la problemática de la calidad de la educación física y el significado de ella contribuye un tópico fundamental y trascendental en las sociedades contemporáneas.

El Modelo Educativo de la UANL (2010), en las unidades de aprendizaje que integran cada uno de los programas educativos del nivel medio superior promueven la construcción de las competencias generales y específicas definidas para este nivel de estudios, entre las unidades de aprendizaje de formación básica en nivel medio superior se encuentra la cultura física y salud, el libro de texto de esta unidad, se ha diseñado alternando la teoría y práctica, lo que le permitirá a el estudiante reflexionar a través de diferentes actividades sobre la formación y adquisición de hábitos de salud para el logro de una mejor calidad de vida, o si así lo desea, seguir con una formación de licenciatura en un área afín a esta formación.

Gran parte de los estudios existentes de estas unidades de aprendizaje adaptaron modelos de evaluación enfocados a la calidad de los estudiantes y del profesorado, pero, no son compatibles con los realizados en el área de educación física puesto que estos recogen datos sobre instalaciones, programaciones, opiniones del profesorado, documentos oficiales (Armenol, Rexach y Tamarit, 1996; AstrainGoñi, 2002; Cheverria, 1998; García Puig; González Arévalo, 2006; Manzano et al. 2003; Saenz-López, 1999).

Las instituciones educativas buscan satisfacer las necesidades y requerimientos de los alumnos, pero la competencia global creciente ha conducido a que las expectativas de los alumnos con respecto a la calidad en los servicios educativos sean cada vez más altas (Sánchez Galván, 2011).

Según Álvarez y Rodríguez (1997) y Fernández (2001), se puede decir que el producto es la educación adquirida por el estudiante que, además de conocimientos generales y específicos, incluye las habilidades y el desarrollo personal. A partir de estas ideas, la preocupación por la calidad conduce a la necesidad de evaluar las tareas docentes (Buendía, 2001; González y Pérez, 2004). Esto solo se lograría evaluando las asignaturas para determinar si son capaces de llevar al estudiante no solo el conocimiento, si no las habilidades y, en fin, una formación integral como futuros profesionales.

La calidad es un concepto fundamental que ha entrado a formar parte de la filosofía contemporánea de la administración y dirección de las organizaciones productivas. Concepto no siempre bien definido, que ha ido evolucionando con el paso del tiempo: Desde su primera acepción como hacer un producto de conformidad con unas determinadas especificaciones (Crosby, 1979), pasando por entenderla como la aptitud del producto para el uso (Juran, 1990), hasta su concepción como un sistema eficaz para integrar los esfuerzos de mejora para proporcionar productos que generen la satisfacción del cliente (Feigenbaum, 1986). Los especialistas también diferencian entre calidad interna y externa, entre calidad programada, realizada y percibida, entre calidad objetiva y subjetiva, y entre otras acepciones, que ayudan a matizar este polisémico término.

Por ello el objetivo de este documento es evaluar la calidad percibida del cliente externo de la preparatoria 8 de la UANL con la finalidad de coadyuvar a la institución y al cliente a tener las mejoras necesarias para llegar al éxito y así construir las estrategias necesarias para tener la calidad percibida en la unidad de aprendizaje de la cultura física y salud.

Dicho así definiremos calidad percibida como “la impresión global del consumidor sobre la inferioridad/superioridad relativa de la organización y sus servicios” (Bitner y Hubbert 1994, p.77).

Por su parte diferentes autores la definen como el resultado de comparar la calidad esperada con la calidad recibida por el cliente, es decir, se basa en la comparación de las expectativas del cliente con el resultado final del servicio (Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985) así como Grönroos (1984).

La materia de educación física durante mucho tiempo ha sido constantemente modificada en su estructura, ya que la cultura en cuanto a la educación física y deporte ha sido dejada a un lado desde el inicio de la educación, ya que no es considerada en la matrícula de las instituciones y por no ser aplicada con calidad para que los estudiantes cuenten con la información necesaria por las competencias actuales y sean dignos de una formación cultural.

Actualmente en nivel primaria y secundaria la unidad de aprendizaje es llamada educación física, mientras que a nivel medio superior la unidad de aprendizaje se le nombra cultura física y salud, aunque estas no sean lo mismo están dirigidas a que los alumnos tengan conocimiento o busquen información sobre actividades físicas, deportes, recreación y en el aspecto saludable como contra restar enfermedades como la obesidad, problemas cardiovasculares, articulares y combatir el sedentarismo, y realizar constantemente alguna movilidad permite tener una mejor y mayor calidad de vida.

Se debe considerar que cuando las instituciones realicen mecanismos propios de la evaluación de las unidades de aprendizaje que se espera que tengan, se mostrara un gran incremento respecto a la calidad del servicio impartido y servirá para replantear, capacitar y actualizar al impartir las asignaturas.

Debido a la globalización y los constantes cambios sociales la comunidad ahora en día exigen una gran demanda a las Universidades Públicas en México, un mayor

interés respecto a la calidad de la formación básica, esto conlleva a desarrollar mecanismos de evaluación de servicio que incluyan a todos los niveles aspectos para la formación básica de los estudiantes.

Por lo que desear llegar al éxito es de gran importancia para la sociedad, organizaciones e instituciones, para todo ello se debe plantear evaluaciones sobre la calidad.

Es por ello que las instituciones educativas en todos los niveles están comprometidas con la sociedad a incluir modelos de gestión de la calidad en sus asignaturas.

1.2 Planteamiento del problema

La Universidad Autónoma de Nuevo León comprometida con todo lo anterior descrito y preocupada por brindar a la comunidad un servicio de calidad, ya que la educación impartida es tomada como uno de los cimientos del desarrollo económico del país.

Por ello la Universidad en los últimos años ha originado una cultura de evaluación interna y externa, lo que ha otorgado el reconocimiento de los organismos externos nacionales e internacionales de evaluación y acreditación respecto a la buena calidad de sus programas educativos (Plan de Desarrollo Institucional UANL, 2012-2020), es por esto que la calidad se vuelve una herramienta indispensable para cualquier organización.

Cualquier tipo de organización que desee optimizar su sistema de gestión, deberá asumir evaluaciones permanentes para que la organización pueda alcanzar el éxito. Dicho lo anterior proporcionamos como aportación a la comunidad en general un mecanismo de evaluación, que sirva de ayuda y nos muestre los resultados de las instituciones para poder llegar a la cuestión de iniciativas presentes o latentes en la Unidad de aprendizaje de la cultura física y salud en el nivel medio superior de la UANL.

Dentro del programa que la UANL imparte, acentúa la integración de estudiantes en el desarrollo humano y cuatro áreas disciplinares: Matemáticas, Comunicación y

Lenguaje, Ciencias Experimentales y Ciencias Sociales; y de acuerdo al interés personal de cada joven existe la flexibilidad para poder elegir algunas materias. Por lo que la unidad de aprendizaje de Cultura Física y Salud pertenece al apartado de las ciencias sociales.

Ante esta situación se establece la siguiente cuestión: ¿Evaluar la calidad percibida en la unidad de aprendizaje de cultura física y salud del nivel medio superior en la preparatoria #8?.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

- El principal objetivo de nuestra investigación es evaluar la calidad percibida en la unidad de aprendizaje de cultura física y salud de la Preparatoria # 8, a nivel medio superior que permita mejorar la calidad del servicio educativo.

2.2. Objetivos específicos

- Analizar la calidad percibida del servicio educativo a nivel medio superior
- Evaluar la percepción y satisfacción de los clientes externos (alumnos) del servicio educativo a nivel medio superior.

3. Marco Teórico

3.1. Antecedentes, y bases teóricas sobre calidad

De acuerdo a Medina Tornero (1999) podemos considerar la calidad como un concepto relativo que puede ser definido desde una perspectiva multidimensional. La amplia difusión del término calidad ha provocado, como ha ocurrido con tantos otros términos, la transformación de su significado, atribuyéndosele tantos matices que se ha convertido en una expresión que encierra diversos sentidos. Existen multitud de definiciones, a menudo no excluyentes, debido al carácter subjetivo del término calidad.

Según Crosby (1979) la calidad como la “conformidad con los requerimientos o especificaciones establecidos por el cliente” y, por tanto, “la no conformidad detectada es la ausencia de calidad”. La idea de calidad como “cero defectos”, es decir, como producto sin ninguna deficiencia, es habitual en la literatura sobre calidad.

Siguiendo con la definición de otro gurú de la calidad Juran (1982) desarrolla el concepto de calidad como “la aptitud o adecuación para el uso previsto” y considera que “el consumidor es la pieza más importante de la línea de producción. La calidad se debe orientar a las necesidades del consumidor, presente y futuro” (Juran, 1982) define como la adecuación al uso, la cual se alcanza en primer lugar por una adecuación del diseño (calidad del diseño) y en segundo por el grado de conformidad del producto final con ese diseño (calidad de fabricación o conformidad).

La definición de calidad propuesta por la Sociedad Americana para el Control de la Calidad es también aceptada ampliamente: “la calidad es el conjunto de aspectos y características de un producto o servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes” (ASQC, 2009)¹. Por tanto, basándonos en todas estas definiciones podemos establecer la principal función de la calidad: satisfacer las necesidades del usuario o cliente. Según

¹ ASQC : Sociedad Americana para el control de la calidad

Casadesús et al. (2005). Dentro de los clientes de la empresa debemos incluir al cliente interno, es decir al empleado de la empresa que cumple con los papeles tanto de proveedor como de cliente a lo largo del proceso productivo de la empresa.

Según Johnson y Fornell (1991), quienes indican que para aquellos consumidores con mayor experiencia en el servicio las expectativas se estabilizan y generalmente son consistentes con el desempeño percibido, por lo que la satisfacción debería aumentar con la experiencia de los consumidores en el propio servicio.

Gran parte de la confusión se genera, a nuestro entender, cuando, a partir de ellas, se realizan apreciaciones relacionadas con otras concepciones del término calidad o cuando se trasladan estas definiciones a otros ámbitos como el estudio de la calidad de la gestión de las organizaciones. En primer lugar habría que dejar bien claro cuál es el sujeto u objeto de estudio. Es decir, ¿calidad de qué? No es lo mismo que se haga referencia a la calidad de un producto o de un servicio, a la calidad de los procesos productivos de una empresa o incluso a la calidad del modo en que una organización determinada es gestionada. Pues bien, como señalan Heras et al. (2008), en demasiados casos no se delimita el sujeto u objeto de estudio, y es ahí donde surgen las principales confusiones.

La calidad es el resultado de un proceso desarrollado por personas para satisfacer a otras personas. De aquí nace el concepto <<cliente>>, que es una persona que tiene necesidad y compra un producto o servicio para satisfacer su necesidad. Esta persona, al pagar o adquirir ese producto o servicio, obtiene el derecho de recibir la calidad anticipada.

La calidad de servicio percibida se estudia desde el punto de vista del cliente. El primero en desarrollar un modelo fue Grönroos (1984), el cual entiende la calidad percibida como el resultado de la calidad técnica y la calidad funcional moduladas por la imagen de la organización.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985). La fundamentación de estos autores, como la de Grönroos (1984), parte de entender que la calidad de servicio percibida es el resultado de comparar la calidad esperada con la calidad recibida por el cliente, es

decir, se basa en la comparación de las expectativas del cliente con el resultado final del servicio.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) definen la calidad de servicio percibida como “un juicio global, o actitud, relativa a la superioridad del servicio”, y aplicando el concepto al deporte, la calidad percibida de servicios deportivos puede ser una medida de los juicios acerca de la excelencia global del prestatario al dar un servicio al consumidor de deporte, o “la satisfacción de los requerimientos, deseos y expectativas de los clientes-usuarios de un servicio deportivo” (Mundina y Calabuig, 1999, 80).

Gronroos (1984), la calidad de servicio percibida es el resultado de la comparación- hecha por los clientes- entre el servicio percibido y el esperado.

La calidad de servicio percibida es una forma de actitud que es el resultado de la comparación entre las expectativas previas a los sujetos y el rendimiento que realmente perciben en el servicio (Parasuraman et al., 1985; 1988).

El modelo de Grönroos (1988) define la calidad de servicio percibida conectando las experiencias en calidad con sus expectativas. Este autor agrega que las expectativas son función de factores tales como: la comunicación de mercado, la imagen corporativa local y las necesidades del cliente; la calidad experimentada por el cliente depende de la imagen que este tenga y, a su vez, por dos componentes distintos: la calidad técnica y la calidad funcional. La calidad técnica hace referencia a todo lo que concierne al soporte físico, los medios materiales, la organización interna, sería lo “qué” el consumidor recibe. La calidad funcional aborda la forma en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio, sería el “cómo” se recibe.

3.1.1. Escuelas tradicionales de la calidad: Nórdica y Americana

Las dos escuelas tradicionales de la calidad: la norteamericana y la nórdica, tienen

un mismo punto de partida al percibir la calidad del servicio como la discrepancia entre las expectativas y las percepciones. La primera es la más conocida y se centra en la interacción social entre cliente y empleado.

En cambio, la europea propone que tanto esa interacción social como los aspectos físicos del servicio tienen su importancia en la gestión. Así Grönroos (1978; 1982; 1984) sería el iniciador de la tradición europea, centrada sobre todo en la Escuela Nórdica. En cambio Parasuraman et al. (1985; 1988) sería el percusor de la tradición norteamericana desarrollando sus estudios en Estados Unidos al amparo de Marketing Science Institute. Cabe señalar que estas dos tradiciones de acuerdo a su pragmatismo se nutren mutuamente y pueden llegar a ser complementarias.

3.1.2. Escuela Nórdica

Esta escuela está representada por los trabajos de Grönroos (1984), históricamente es anterior a la americana, dentro de la filosofía que establece este percusor concluye que la calidad percibida del servicio, es el resultado de una comparación entre el servicio percibido y el esperado, donde el cliente compara sus expectativas con la percepción del servicio recibido. En consecuencia de esta vertiente se continúan con los trabajos y según Grönroos (1994) la calidad percibida presenta dos dimensiones, la primera la calidad técnica (“que” se ofrece en el servicio) y la segunda la calidad funcional (“como” se ofrece el servicio) siendo su interrelación un factor clave en la determinación de la imagen corporativa de la empresa en relación con la calidad.

Según Gronroos (1984), el subproceso de rendimiento instrumental se corresponde con lo que él llama dimensión de calidad técnica, y se corresponde con “lo que “el cliente recibe (v.g. el traslado en una empresa de transporte o la comida en un restaurante). Por el contrario, el subproceso de rendimiento expresivo se asocia a lo que él denomina dimensión de calidad funcional, esto es, a “como “se presta el servicio (v.g., amabilidad con que un empleado presta el servicio).

3.1.3. Escuela Norteamericana

Esta corriente se encuentra relacionada con los trabajos de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985,1988), los cuales actualmente son puntos de referencia en el estudio y la gestión de la calidad de servicio. Estos autores mencionan que la calidad de servicio percibida es una forma de actitud, siendo el resultado de la comparación entre las expectativas previas de los sujetos y el rendimiento que realmente perciben en el servicio (Parasuraman et al., 1985, 1988, citado en Martínez-Tur et al., 2001).

La escuela norteamericana, que gira en torno a las aportaciones de Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985, 1988), las cuales se concretan en tres aspectos básicos: la definición del constructo calidad de servicio; la creación de un instrumento de medida de la calidad de servicio, la escala SERVQUAL, y la identificación de cinco dimensiones del constructo; y el desarrollo de un modelo de calidad de servicio basado en la existencia de gaps¹ que explican las diferencias entre el servicio esperado y recibido.

Por lo tanto La norteamericana ha favorecido el desarrollo de la parte intangible del modelo europeo (“como”), pero ha infravalorado la parte correspondiente a lo tangible (“que”). Sin embargo, cuando el cliente acude a la empresa, permanece tiempo en ella y usa y/o conoce en profundidad sus instalaciones (v.g., un hotel), ese componente tangible (v.g., baño) adquiere gran relevancia.

3.2.1. Los modelos y principios de gestión de calidad

La gestión de la calidad integra dentro de un enfoque estratégico el tratamiento de la calidad en la empresa, y se sustenta en los principios de orientación al cliente, mejora continua, enfoque en las personas y visión global de la organización.

El desarrollo de la calidad a escala internacional ha dado lugar a la aparición de varios modelos de excelencia en la gestión. Estos modelos están preparados para servir como instrumento de autoevaluación para las organizaciones. Los organismos

encargados de la gestión de estos modelos utilizan como elementos la difusión de los mismos la entrega anual de unos “premios a la excelencia de la gestión”.

3.2.2. Principios de la gestión de la calidad

Es un sistema de administración de organizaciones que se basa en el principio de hacer las cosas bien. Pero asume que para hacer las cosas bien la integridad de las personas que participan en el proceso productivo es importante como la efectividad del liderazgo para dirigir la misión de la organización centrada en satisfacer las necesidades de los usuarios, consumidores o clientes.

Los principios de la gestión de la calidad pueden resumirse en la siguiente forma:

- La calidad no es un problema aislado, abarca toda la organización
- El cliente, consumidor, usuario <<cliente interno>> es lo más importante
- El bienestar de quienes trabajan en la organización, los <<clientes internos>> es determinante de los resultados de la gestión de la calidad
- La satisfacción de las necesidades del cliente externo gobierna todos los indicadores importantes del proceso productivo y la organización.
- La colaboración y el trabajo en equipo son esenciales en el desarrollo de la gestión de la calidad.
- El mejoramiento de largo plazo impera sobre la solución rápida de corto plazo
- La comunicación efectiva determina eficiencia y éxito
- Los hechos y datos son importantes, los supuestos o adivinanzas no lo son
- La preocupación principal es encontrar soluciones, no errores
- La gestión de la calidad es un modelo de gestión intensivo en las personas, no en el capital.

La implementación de un modelo de gestión orienta a la organización en una dirección que comienza por:

- Diseñar un camino hacia la calidad
- Garantizar el apoyo de la alta gerencia en el programa institucional de calidad

- Informar a las personas que trabajan en la organización sobre nuevos principios que sustentan la calidad y capacitarlos en el uso de técnicas de gestión para mejorar la calidad.
- Formación de equipos de especialistas en gestión de calidad que dirijan y faciliten la implementación del proceso
- Difundir la gestión de la calidad en todos los niveles de la organización.
- Focalizar la misión y los objetivos en conocer a los clientes y sus necesidades
- Desarrollar una cultura organizacional orientada en el cliente
- Promover creatividad, innovación y experimentación con procesos dirigidos a aumentar la calidad
- Reconocer y recompensar los logros de calidad
- Evaluar permanentemente con el propósito de mejorar en forma continua

3.2.3. Modelos de gestión de calidad

Anderson, Rungtusanatham & Schroeder (1994) se plantean el desarrollo de una teoría de gestión de la calidad a partir del análisis de los 14 principios propuestos en el método Deming (1982). De acuerdo con la misma, el liderazgo de la alta dirección es el que posibilita la creación de una organización cooperativa y orientada al aprendizaje, elementos que permiten la implantación de prácticas en procesos como el control estadístico o el diseño de experimentos. Tales prácticas contribuyen a la mejora continua y a la satisfacción de los empleados, requisitos necesarios para lograr la satisfacción de los clientes y, en última instancia, la supervivencia de la organización.

Benson, Saraph & Schroeder (1991), por su parte, proponen un modelo de gestión de calidad cuyas variables clave hacen referencia al contexto de calidad de la organización, la gestión actual de la calidad y la gestión ideal de la calidad. Las dos variables que componen el gap de la gestión de la calidad están medidas usando una escala de ocho dimensiones desarrollada por los mismos autores en un trabajo anterior (Saraph, Benson & Schroeder, 1989), y el análisis empírico permitió

confirmar las hipótesis propuestas que se ocupan de la influencia de las variables de contexto en la gestión actual e ideal de la calidad.

3.2.4. Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL surge de los trabajos de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) actualmente son referentes, en el estudio de la gestión de la calidad del servicio. Estos autores desarrollaron este modelo conceptual en 1985, basándose en los trabajos anteriores de Grönroos (1978, 1982, 1984), los cuales mencionan que la calidad del servicio percibida es una forma de actitud, como resultado de la comparación entre las expectativas previas de los sujetos y el rendimiento que realmente perciben del servicio (Parasuraman et al., 1985, 1988).

Una de las escalas de evaluación de calidad que mayor difusión ha tenido es el SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985, 1988).

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988, 16) definen la calidad de servicio percibida como “un juicio global, o actitud, relativa a la superioridad del servicio”, y aplicando el concepto al deporte, la calidad percibida de servicios deportivos puede ser una medida de los juicios acerca de la excelencia global del prestatario al dar un servicio al consumidor de deporte, o “la satisfacción de los requerimientos, deseos y expectativas de los clientes-usuarios de un servicio deportivo” (Mundina y Calabuig, 1999, 80).

El instrumento de medición que crean para desarrollar su modelo lo denominan SERVQUAL (*service quality*). Consiste en una escala de 22 ítems sobre las expectativas de los clientes referidas a una categoría de servicio, que vienen emparejados a 22 ítems sobre las percepciones que han tenido en relación al servicio evaluado en particular. Los 22 ítems se agrupan en 5 dimensiones (tangibles, empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad). Proponen una alternativa de respuesta tipo Likert de 7 puntos donde contestar 1 significa estar muy en desacuerdo y 7 muy de acuerdo con la sentencia. La calidad de servicio según este

modo de operatividad viene determinada por la suma de las diferencias entre cada par de ítems (percepciones menos expectativas).

El SERVQUAL ha llegado a considerarse como una herramienta *cuasi-estandarizada* cuyo uso se encuentra muy extendido.

La elaboración de un instrumento (SERVQUAL) que comprende dos secciones: la primera, dedicada a las expectativas. Una sección dedicada a las percepciones.

El enfoque SERVQUAL se centra en el establecimiento y la comprensión de las formas en que los clientes perciben la calidad de los servicios.

El modelo está compuesto por cinco dimensiones que definen la calidad de servicio: (a) fiabilidad: definida como la prestación del servicio prometido y estable en el tiempo; (b) capacidad de respuesta: disposición del personal para prestar ayuda y servicio rápido a los usuarios; (c) seguridad: atención y habilidades proporcionadas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza; (d) empatía: capacidad para entender la perspectiva del usuario; y (e) elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. Los cuales han sido los elementos significativos para el uso generalizado de este modelo; así como para estudiar la calidad de servicio en diferentes ámbitos del sector de servicios.

El modelo conceptual de calidad del servicio planteado por Zeithaml, Parasurman y Berry (1993), ha sido uno de los métodos más utilizados, culminando con el desarrollo de una escala de medida que los mismos autores denominan SERVQUAL ("Service quality"). Esta herramienta se compone de un conjunto de variables que permiten recabar información sobre los componentes de la calidad.

Los cinco criterios de SERVQUAL, dado que constituyen el resultado del análisis sistemático de las evaluaciones realizadas por cientos de entrevistados en varios sectores del servicio, conforman una representación precisa de los criterios que utilizan los usuarios para evaluar la calidad de los servicios. Los resultados de esos estudiados han demostrado consistentemente que la fiabilidad es el criterio más importante y que los elementos tangibles son el menos importante. La preocupación

número uno de los usuarios de hoy en día, al margen del tipo de servicio, se refiere a la fiabilidad; y que, en términos generales, la faceta que menos importancia tiene para los usuarios en la valoración de la calidad del servicio es la de los elementos tangibles (sin embargo, la importancia de los elementos tangibles como “pista” de la calidad de un servicio puede ser mayor en el caso de los consumidores potenciales).

3.2.5. Modelo Educativo

Los modelos de gestión de calidad implementados en las instituciones educativas requieren incorporarse de forma estratégica en el diseño de la educación, entendiéndose como la educación que cada persona aporta en términos de información, conocimiento, capacidades y habilidades.

Según Cantón (2004) los países en la era actual deben implementar planes de mejora en los centros educativos para optimizar la formación de su capital humano, basándose en la planificación, desarrollo y evaluación de cambios e innovaciones para elevar la calidad de las escuelas desde una perspectiva práctica, aplicada y contextual.

De acuerdo a Cantón (2004) se entiende como plan de mejora el instrumento que la organización utiliza para optimizar la gestión educativa. Es un medio para elevar la calidad de los centros educativos y se establece como resultado de un proceso de evaluación que facilita la detección de puntos fuertes y débiles de la institución para trabajar en su mejoramiento con la participación de todos sus miembros.

Arenas (2008) plantea que la gestión de calidad de los sistemas educativos, se debe orientar a mejorar los procesos mediante acciones tendientes a disminuir la burocracia y los costos, aumentar la flexibilidad administrativa y operacional, facilitar el aprendizaje continuo, proponer el aumento de la productividad y la creatividad en los procesos.

Según Rendondo y Olivar (2006), un buen conocimiento del cliente, sus motivaciones, necesidades y preferencias supone un elemento clave para la gestión, tal y como se recoge en los modelos y normas vigentes, como es el caso de las

normas ISO, o el modelo de excelencia europeo. Asistimos, por tanto, a una transición desde un modelo de gestión centrado en el producto o servicio, a un modelo en el que las percepciones del cliente han de servir como guía para la toma de decisiones empresariales. Por ello se hace imprescindible captar adecuadamente la vivencia del servicio por el parte del usuario, desde el instante en que toma la decisión de asistir al centro deportivo, hasta que lo abandona cada día. Un buen análisis a este nivel permite comprender cómo intervienen elementos de diferente índole, algunos referidos al propio centro deportivo (instalaciones, equipamientos, ambiente físico, profesionalidad de los monitores, precio, etc.), otros propios del usuario (motivaciones, objetivos, implicación, posibilidades físicas, etc.) y otros referidos a condiciones y resultados que se generan en la interrelación de ambos tipos de factores (ambiente social, interacciones, consecución de objetivos, etc.).

3.3. Modelo educativo de la UANL

El Modelo Educativo de la UANL es un instrumento para posibilitar y ordenar el que hacer universitario; tiene un valor utilitario, pragmático, dinámico y flexible, y permite la retroalimentación. Considera el carácter multidimensional y complejo de la educación y de su institucionalización; promueve la formación integral de sus estudiantes y adopta una actitud innovadora hacia el conocimiento.

De acuerdo con la ANUIES, formación integral significa “incorporar en el diseño nuevos modelos centrados en el aprendizaje, la construcción de competencias generales y específicas que consideren desde perspectivas multidisciplinares, conocimientos, habilidades, actitudes y valores que se construyan en concordancia con el contexto histórico, cultural, económico y político, atendiendo así mismo el desarrollo físico y moral del individuo” (2004).

3.3.1. Conceptualización de la calidad y los servicios deportivos.

En este apartado, será la parte fundamental debido a que conceptualizaremos la calidad percibida. La gestión moderna en cualquier nivel de organización se deriva de la satisfacción de las necesidades de los clientes. Con esto se concluye que cualquier organización no tendrá razón de ser o existir si los clientes no consumen el producto o utilizan el servicio de dicha organización.

Muchos autores plasman la diferencia entre expectativas y percepciones como definición de calidad de servicio, pero muy pocos autores conceptualizan lo que son expectativas y percepciones. Parasuraman y otros (1988) consideran las expectativas como *“los deseos o necesidades de los consumidores, por ejemplo, lo que sienten que debe ser entregado por un proveedor de servicios antes que lo que podría ser ofrecido”* definiéndolas como expectativas normativas y relativas a expectativas ideales o deseadas; estos autores conceptualizan *las percepciones como “las creencias de los consumidores relativas al servicio recibido”*. Lovelock (2002) afirma que lo que espera el cliente son expectativas mínimas. Romero (2002) y Valls y otros (2003) indican que la percepción es *“la forma en que cada cliente recoge, procesa e interpreta la información que proviene del entorno, es una representación del mundo real”*.

De este análisis se definen dos tipos de expectativas: las expectativas deseadas y las expectativas esperadas. Las expectativas deseadas están matizadas por los deseos de los clientes y las expectativas esperadas están en función de lo que espera el cliente. Las expectativas esperadas deben ser más bajas que las expectativas deseadas pues, las primeras, son las que están en correspondencia con la experiencia del cliente con el servicio y, las segundas, están determinadas por los deseos. Ambas expectativas son importantes medirlas en dependencia del nivel de calidad que quiera y pueda lograr la empresa en función de sus recursos y capacidades.

Según Gómez (1998) la característica principal de la calidad es que siempre es relativa, dos clientes que obtienen exactamente el mismo servicio y que están en la misma situación podrán tener percepciones diferentes de calidad del servicio, debido a las expectativas que en ellos está creada. Según Parasuraman y otros (1993), una organización que pretenda alcanzar altos niveles de calidad del servicio, debe prestar especial atención a los atributos y dimensiones en los que se fijan los clientes para juzgarla. Por tanto, la idea de que la calidad de servicio es una variable multidimensional es abordada por diversos autores.

En la actualidad, mejorar el servicio desde la óptica del cliente es lo que produce beneficios. Cuando las inversiones que se realizan para mejorar el servicio conducen a una mejora en el servicio percibido, entonces la calidad se convierte en una estrategia de beneficios.

Dorado (2007) determina siete factores de calidad en servicios deportivos municipales como son el coste, el personal, las instalaciones, el funcionamiento general, calidad y quejas. El elemento mejor valorado es el personal y el peor las instalaciones deportivas.

Con todo esto se observa como la investigación sobre la calidad de servicio en entidades y servicios deportivos se ha centrado en la evaluación de expectativas y percepciones de los usuarios para determinar los atributos, que desde el punto de vista del usuario, configuran la percepción de calidad en los servicios deportivos.

El concepto de satisfacción, se ha ido ajustando a lo largo del tiempo, según Hunt (1982) en los años setenta el interés por el estudio Calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores: Es una concepción basada en la percepción y satisfacción de las expectativas de los usuarios, por lo que resulta de vital importancia conocer qué necesitan los usuarios. Sin embargo, hay que tener en cuenta que esta medida es la más compleja de todas, ya que las personas pueden dar distinta importancia a diferentes atributos del producto o servicio ofrecido (Martínez-Tur et al., 2001).

Existen autores como (Bitner, 1990; Bolton y Drew, 1991; Parasuraman et al., 1994; Rust y Oliver, 1994; Teas, 1993; Martínez Tur, Peiró y Ramos, 2001) donde establecen que la calidad de servicio es un antecedente o consecuencia de la satisfacción. Y al contrario hay autores que han planteado que es la satisfacción lo que provoca una percepción de calidad de servicio (Bloemer y de Ruyter, 1995; Cronin y Taylor, 1992).

Las expectativas del cliente es, lo que esperan los clientes de su proveedor que sería lo siguiente:

- La mejor calidad del producto (conocimientos o experiencias) o del servicio. (educacional)
- Acompañado de un buen servicio. trato del maestro, institución en buen estado, instalaciones de calidad.
- flexibilidad

La insatisfacción del cliente existente es en buena parte desconocida y siempre superior a la estimada, lo que dificulta su gestión eficaz.

En relación a las expectativas podemos distinguir:

1. Servicio adecuado. Es el nivel estándar que el consumidor considera apropiado.
2. Esperado. El servicio esperado es como supone que será un cierto servicio antes de recibirlo.
3. Deseado. El servicio deseado es el ideal para un cierto cliente.

En cierto modo el servicio adecuado marca un mínimo que el consumidor desea recibir. El servicio esperado se corresponde con sus expectativas realistas sobre un servicio concreto.

El servicio deseado, las expectativas respecto a las preferencias de un consumidor concreto depende fundamentalmente de:

Las necesidades personales. Son las necesidades concretas las que conformarán unos ciertos deseos y por tanto las preferencias del cliente con respecto a un servicio concreto.

Las influencias Personales. Influido por los comentarios de otras personas o por las propias experiencias personales. Las propias experiencias vividas y la información facilitada por otros nos influye en el servicio que deseamos. Las experiencias previas, la información y las promesas recibidas afectan tanto al servicio esperado como al deseado.

El servicio que el cliente cree que recibirá depende fundamentalmente de varios factores:

- Intensificadores Transitorios.
- Alternativas Percibidas.
- Factores situacionales.
- Expectativas de calidad

Cada alumno tendrá unas ciertas expectativas relacionadas con la calidad del servicio. Esperará por tanto unos ciertos parámetros de calidad, una ciertas características. Las expectativas de calidad se forman en función de tres elementos fundamentales:

- Las necesidades personales. Las propias necesidades concretas de un usuario, determinan en buena medida sus expectativas de calidad.
- La información recibida. La información que tenemos
- La experiencia con el servicio. Para muchos clientes que son usuarios habituales de un servicio, es su propia experiencia anterior con el servicio lo que conforma en mayor medida sus expectativas de calidad.

Según Martínez Tur, Peiró y Ramos (2001) determina que la satisfacción está asociada bajo dos visiones, la primera está relacionada con una sensación de uso o de reacción del sujeto como consecuencia del bien de consumo o servicio, la cual corresponde a una visión utilitarista del comportamiento de consumo. Por otro lado, la visión hedonista, donde la satisfacción se presenta como una sorpresa, supone la existencia del sujeto que busca un placer en el consumo o servicio.

Las percepciones:

- Debemos identificar los atributos más significativos que configuran la percepción del estudiante. Las percepciones dependen no sólo de los atributos físicos fundamentales del producto sino también de atributos psicológicos y sociológicos.
- Un aspecto esencial en la percepción es el tiempo. Especialmente en ciertos servicios la percepción se determina en buena medida dependiendo del tiempo de espera para obtener el servicio.
- Otro aspecto fundamental es el riesgo percibido. Tratamos de reducir el riesgo percibido. Tenemos miedo de equivocarnos y buscamos continuamente indicadores que nos indiquen que estamos acertando.

Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió.

El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.

- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".

3.3.2. Antecedentes de la calidad educativa

La educación es imprescindible en todo proceso productivo, porque cumple un rol determinante en el desarrollo de la gente y en el progreso de los países, a diferencia de otras organizaciones que existen en la sociedad.

La calidad educativa es una de las expresiones más utilizadas actualmente en el ámbito educativo, como punto de referencia que justifica cualquier proceso de cambio o plan de mejora. En este contexto, la eficacia y la eficiencia son sus dos pilares básicos.

De acuerdo a Yzaguirre (2005) La calidad educativa es el conjunto de procesos que de manera natural, efectiva y repercute en los resultados de los alumnos, tangible, entre otros aspectos, a través de sus resultados académicos, y el hecho de una accesible incorporación al siguiente ciclo escolar o siguiente nivel educativo.

Para los estudiantes la calidad educativa es vista como la empleabilidad con que se encuentren al concluir sus estudios universitarios, que traducidos a niveles de media superior, consiste en el grado de aceptación, o facilidad de ingreso en las escuelas superiores. (Hernández G. 2009)

Sin embargo, las instituciones educacionales existen solo porque hay alumnos que requieren servicios; de ahí que los alumnos sean <<los clientes directos>> de la educación.

De ahí que los alumnos sean <<clientes>> con alta injerencia en el desarrollo e implementación de procesos y programas educativos, y en consecuencia los programas y procesos educacionales deben estar dirigidos a satisfacer sus necesidades, facilitando la capacidad de transformar la información impartida por los profesores en el conocimiento útil y relevante para tomar decisiones y resolver problemas en la vida real.

Durante la era del conocimiento en que vivimos se presentan desafíos de precedente histórico los vertiginosos avances tecnológicos y las comunicaciones instantáneas que aceleran el proceso de globalización y acercan a la gente y a los países como jamás había sucedido, causan profundo impacto en la educación.

Los desafíos que enfrentan la educación en todo el mundo son enormes. Entonces la educación adquiere alta prioridad en el desarrollo de los países, las sociedades, las organizaciones.

3.3.3. La calidad en la educación media superior.

El Sistema Educativo en México es complejo, es decir es un sistema en el cual, en la totalidad o la unidad existe la diversidad, por lo que es la síntesis de múltiples determinaciones, ya que un sistema complejo se caracteriza porque contiene múltiples subsistemas fuertemente conectados.

Actualmente, la educación media superior (EMS), en el país está compuesta por una serie de subsistemas que operan de manera independiente, sin correspondencia a un panorama general articulado y sin que exista suficiente comunicación entre ellos. La competitividad de México depende en buena medida del adecuado desarrollo de este nivel educativo. La cobertura y la calidad en la EMS constituyen un supuesto fundamental para que el país pueda dar respuesta a los desafíos que presenta la economía globalizada en un marco de equidad.

El bachillerato propicia la adquisición de conocimientos, métodos y lenguajes necesarios para cursar estudios superiores; en el caso de la modalidad bivalente,

además se prepara al alumno para el desempeño de alguna actividad productiva. La educación profesional técnica, que prosigue la formación del estudiante y lo capacita para el ejercicio de alguna actividad productiva (Sánchez, 1998: 373).

La Reforma integral del Bachillerato proyecta especial interés en los factores determinantes para la calidad de la EMS; la enseñanza, las instalaciones y el equipamiento con que se cuenta, ya que es imprescindible que todas las escuelas alcancen por lo menos un estándar mínimo de calidad en estos rubros, es un paso importante para que puedan desarrollarse vínculos más sólidos entre todas ellas.

La EMS en México, también conocido como bachillerato o preparatoria, es el período de estudio de entre dos y tres años (cuatro años en el bachillerato con certificación como tecnólogo de la SEP) en el sistema escolarizado por el que se adquieren competencias académicas medias para poder ingresar a la educación superior. Algunas modalidades de este nivel educativo se dividen en varias áreas de especialidad, donde los estudiantes adquieren conocimientos básicos; también hay preparatorias abiertas. Modelo académico a nivel medio superior de la UANL (2008).

4. Marco Metodológico

4.1 Método

El instrumento de medición que crean para desarrollar su modelo lo denominan SERVQUAL (*service quality*). Consiste en una escala de 22 ítems sobre las expectativas de los clientes referidas a una categoría de servicio, que vienen emparejados a 22 ítems sobre las percepciones que han tenido en relación al servicio evaluado en particular. Los 22 ítems se agrupan en 5 dimensiones (tangibles, empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad). Proponen una alternativa de respuesta tipo Likert de 7 puntos donde contestar 1 significa estar muy en desacuerdo y 7 muy de acuerdo con la sentencia. La calidad de servicio según este modo de operativización viene determinada por la suma de las diferencias entre cada par de ítems (percepciones menos expectativas).

La elaboración de un instrumento (SERVQUAL) que comprende dos secciones: la primera, dedicada a las expectativas. Una sección dedicada a las percepciones.

El enfoque SERVQUAL se centra en el establecimiento y la comprensión de las formas en que los clientes perciben la calidad de los servicios.

El modelo está compuesto por cinco dimensiones que definen la calidad de servicio: (a) fiabilidad: definida como la prestación del servicio prometido y estable en el tiempo; (b) capacidad de respuesta: disposición del personal para prestar ayuda y servicio rápido a los usuarios; (c) seguridad: atención y habilidades proporcionadas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza; (d) empatía: capacidad para entender la perspectiva del usuario; y (e) elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. Según Morquecho (2013) los cuales han sido los elementos significativos para el uso generalizado de este modelo; así como para estudiar la calidad de servicio en diferentes ámbitos del sector de servicios.

4.1.2. Participantes

La población de esta investigación está formada por los usuarios que realizan actividades deportivas y alumnos de la clase de cultura física y salud en la Preparatoria # 8 de la UANL y que están cursando el semestre agosto-diciembre 2014, los cuales están inscritos en dicha preparatoria y a su vez realizan diferentes actividades que se ofertan, tales como ajedrez, futbol americano, futbol soccer varonil y femenino, basquetbol femenino y varonil, voleibol varonil y femenino, softbol varonil y femenino, tenis, ping-pong, karate, porristas, handball varonil y femenino, tochito, atletismo, taek-wan-do y natación, entre otras. Se contó con la participación de 120 usuarios de primer semestre y 160 de tercer semestre, en un rango de edad entre 15 como edad mínima y los 17 años como edad máxima.

4.1.3. Instrumento

El objetivo de aplicar una encuesta a los usuarios de la preparatoria #8 es analizar la calidad y gestión percibida que se relacionan con la clase de cultura física y salud así como también los diferentes servicios deportivos.

El instrumento que se utilizó para el desarrollo de esta investigación fue el SERVQUAL.

De acuerdo a una revisión bibliográfica de las diferentes versiones del SERVQUAL y a la necesidad de evaluar la calidad de los servicios universitarios en su primera versión está compuesta por 71 ítems, los cuales se redujeron en posteriores versiones a 22 ítems.

Las respuestas se recopilan mediante una escala que oscila entre 1 (muy desacuerdo) y 7 (muy de acuerdo) con distintas escalas de evaluación como: (a) fiabilidad: definida como la prestación del servicio prometido y estable en el tiempo; (b) capacidad de respuesta: disposición del personal para prestar ayuda y servicio rápido a los usuarios; (c) seguridad: atención y habilidades proporcionadas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza; (d) empatía: capacidad para entender la perspectiva del usuario; y (e) elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación, donde a mayor acuerdo con el enunciado los ítems, la puntuación será mayor.

4.1.4. Procedimiento

Los cuestionarios de evaluación de calidad percibida en la materia de cultura física y salud, se les aplicó de forma aleatoria a 120 alumnos de primer semestre y a 160 alumnos de tercer semestre, la aplicación se llevo a cabo con instrucciones claras y precisas.

Las encuestas fueron aplicadas en diferentes horarios para tener un 100 % de la cobertura de los grupos en los dos turnos matutino y vespertino, así como los grupos que asisten los sábados, se establecieron de la siguiente forma: en primer paso se

pidió autorización a la directora de la preparatoria #8 para acudir a aplicar las encuestas. El siguiente paso fue que el encuestador se presentara con el grupo explicando el propósito del estudio, se le explica que los datos proporcionados serán tratados en confidencialidad, en algunos grupos el maestro de la clase eligió a los alumnos para que participaran y en otros se les pregunto si deseaban participar y si no está de acuerdo se le agradece y en caso contrario se procede a su aplicación. El encuestador da lectura a las instrucciones que orientan a los entrevistadores a entender y complementar el cuestionario, se continua a dar respuesta a cada una de las preguntas y así hasta terminar la aplicación, cabe mencionar que el encuestador estuvo presente en todo momento en la aplicación de la encuesta y que esta se aplico en la asignatura de cultura física y salud para no intervenir en otras clases o actividades de los usuarios. Finalmente se agradece su participación.

5. Análisis Descriptivo de los Datos

5.1 Descripción de la Población

Para este estudio se consideraron todos aquellos usuarios que se encontraban en la clase de cultura física y salud, durante el periodo (agosto-diciembre 2014). Para la selección de la población que se utilizo para esta investigación se contó con la participación de 160 usuarios de primer semestre y 120 usuarios de tercer semestre, en un rango de edad entre los 15 como edad mínima y los 17 años como edad máxima, esta selección se hizo a estudiantes inscritos en la preparatoria #8 UANL, con referente a las edades, la selección se hizo porque solamente se imparten clases en estas edades. La selección de los participantes fue de manera aleatoria y voluntaria, utilizando un muestreo estratificado.

5.2 Datos Socio demográficos: Análisis Descriptivo

A continuación se presenta la Tabla 5.1 donde se muestra la relación de usuarios por semestre.

Tabla 5.1 Análisis Descriptivos de los datos

CANTIDADES DE ALUMNOS POR GRUPO
PREPARATORIA 8
AGOSTO - DICIEMBRE '14

1ER SEMESTRE	
GRUPO	CANTIDAD
1	47
2	45
3	46
4	48
5	48
6	48
7	48
8	48
9	48
10	48
11	48
12	48
13	48
14	47
15	48
16	45
17	44
18	50
19	50
20	51
21	52
22	50
23	50
24	49
25	50
26	50
27	49
28	45
29	30
30	45
31	45
32	45
33	45
34	45
TOTAL=	1603

3ER SEMESTRE	
GRUPO	CANTIDAD
50	40
51	40
52	37
53	45
54	46
55	45
56	45
57	45
58	45
59	45
60	45
61	45
62	45
63	45
64	45
65	45
66	45
67	49
68	49
69	48
70	49
71	49
72	48
73	48
74	48
75	48
76	48
TOTAL=	1232

6. Resultados

6.1. Análisis de la satisfacción en servicios deportivos

Tabla 6.1 Análisis de las instalaciones con apariencia moderna.

s1. Los servicios deportivos de prepa 8 tiene instalaciones con apariencia moderna					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy en desacuerdo	7	2.5	2.5	2.5
	nada de acuerdo	27	9.6	9.6	12.1
	poco de acuerdo	37	13.2	13.2	25.4
	algo de acuerdo	63	22.5	22.5	47.9
	Acuerdo	72	25.7	25.7	73.6
	de acuerdo	59	21.1	21.1	94.6
	muy de acuerdo	15	5.4	5.4	100.0
	Total	280	100.0	100.0	

En esta tabla 6.1 se observa que la calidad de las instalaciones respecto a su apariencia moderna, 15 alumnos están muy de acuerdo, 72 alumnos esta acuerdo, 63 están algo de acuerdo, 59 están de acuerdo, 37 están poco de acuerdo, 27 están nada de acuerdo y solo 7 están muy en desacuerdo, lo cual quiere decir que la mayoría de los alumnos esta contentos con las instalaciones que tienen.

Tabla 6.2 Análisis de los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.

s4. en los servicios deportivos de prepa 8, los elementos materiales relacionados con el servicio (pistas, instalaciones, canchas, aparatos, etc.)					
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
muy en desacuerdo	8	2.9	2.9	2.9	
nada de acuerdo	27	9.6	9.6	12.5	
poco de acuerdo	35	12.5	12.5	25.0	
algo de acuerdo	63	22.5	22.5	47.5	
Acuerdo	68	24.3	24.3	71.8	
de acuerdo	51	18.2	18.2	90.0	
muy de acuerdo	28	10.0	10.0	100.0	
Total	280	100.0	100.0		

A diferencia de la tabla 6.1, en la tabla 6.2 se observa que la mayoría del alumnado de la preparatoria está a gusto con los materiales que les brindan, ya que como vemos solo 8 personas están muy en desacuerdo, por lo cual la calidad percibida que tiene de los materiales es buena.

Tabla 6.3 Análisis de del cumplimiento del servicio en tiempo prometido.

s8. los servicios deportivos de prepa 8 cumplen el servicio en el tiempo prometido.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	muy en desacuerdo	8	2.9	2.9
	nada de acuerdo	9	3.2	6.1
	poco de acuerdo	20	7.1	13.2
Válidos	algo de acuerdo	45	16.1	29.3
	Acuerdo	49	17.5	46.8
	de acuerdo	93	33.2	80.0
	muy de acuerdo	56	20.0	100.0
	Total	280	100.0	100.0

En esta tabla 6.3 podemos ver que la calidad percibida por el servicio en tiempo es muy favorable ya que como vemos solo 8 alumnos están muy en desacuerdo, mas sin en cambio a diferencia de las tablas anteriores este servicio es el que ha tenido 93 alumnos de acuerdo y 56 muy de acuerdo, lo cual muestra que este servicio es uno de los mejores que brinda la preparatoria.

Tabla 6.4 Análisis del servicio eficaz hacia los usuarios.

s11. en los servicios deportivos de prepa 8, los profesores y/o empleados ofrecen un servicio eficaz a los usuarios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	muy en desacuerdo	6	2.1	2.1
	nada de acuerdo	5	1.8	3.9
	poco de acuerdo	15	5.4	9.3
Válidos	algo de acuerdo	33	11.8	21.1
	Acuerdo	67	23.9	45.0
	de acuerdo	91	32.5	77.5
	muy de acuerdo	63	22.5	100.0
	Total	280	100.0	100.0

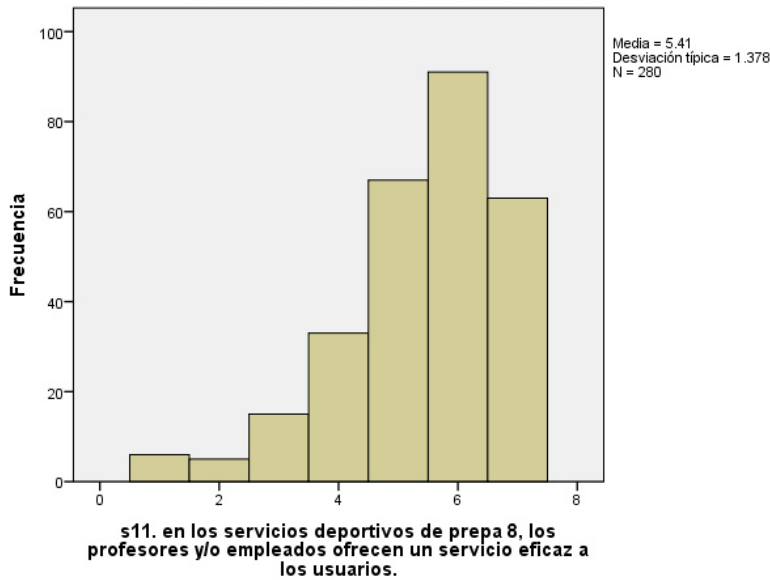
La tabla 6.4 muestra la satisfaccion que tiene el alumnado de la preparatoria en cuanto a la disposicion para ayudar, se observa como la mayoria del alumnado esta entre algo de acuerdo y muy de acuerdo con el servicio.

Tabla 6.5 Análisis del comportamiento de los profesores y/o empleados transmiten confianza a sus usuarios.

s14. el comportamiento de los profesores y/o empleados de los servicios deportivos de prepa 8 transmite confianza a sus usuarios.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	muy en desacuerdo	7	2.5	2.5	2.5
	nada de acuerdo	13	4.6	4.6	7.1
	poco de acuerdo	19	6.8	6.8	13.9
Válidos	algo de acuerdo	32	11.4	11.4	25.4
	Acuerdo	65	23.2	23.2	48.6
	de acuerdo	71	25.4	25.4	73.9
	muy de acuerdo	73	26.1	26.1	100.0
	Total	280	100.0	100.0	

En la tabla 6.5 se muestra como la calidad percibida y la satisfacción del alumnado es muy satisfactorio, pero a diferencia de las tablas anteriores 73 alumnos están muy de acuerdo con este servicio, 71 de acuerdo, 65 acuerdo, 32 algo de acuerdo, 19 poco de acuerdo, 13 nada de acuerdo y solo 7 muy en desacuerdo.

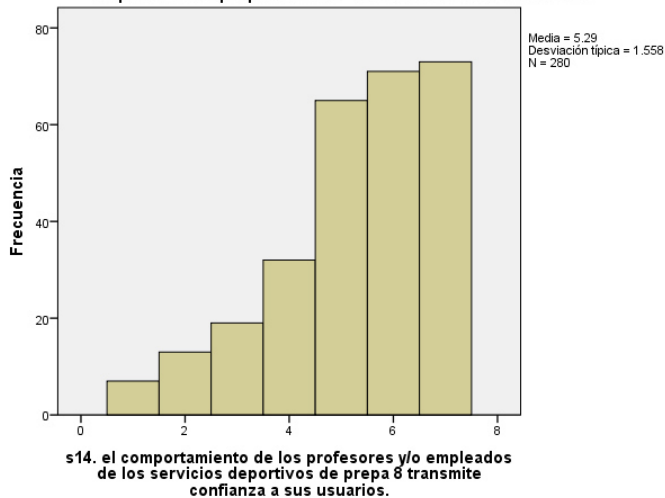
s11. en los servicios deportivos de prepa 8, los profesores y/o empleados ofrecen un servicio eficaz a los usuarios.



Grafica 6.1 Servicio eficaz a los usuarios.

Esta grafica 6.1 muestra lo anterior mencionado ya que la mayoría del alumnado está satisfecho con este servicio brindado por los profesores y/o los usuarios.

s14. el comportamiento de los profesores y/o empleados de los servicios deportivos de prepa 8 transmite confianza a sus usuarios.



Grafica 6.2 Transmite confianza a sus usuarios.

La grafica 6.2 muestra la calidad percibida y la satisfacción que tienen los alumnos hacia los profesores y/o los usuarios al hablar de transmitir confianza.

7. Discusión y Conclusiones

A base de concluir el presente estudio se puede hacer mención que el nivel educativo de una institución pública o privada puede ser medido mediante los diferentes métodos que se mencionaron en el presente trabajo, cada uno a su forma aplicable. En lo personal recomendaría utilizar el Método SERVQUAL ya que a mi parecer es del que se puede obtener una opinión directa y personal del cliente del servicio y en base a los resultados, del mismo, tomar iniciativa para el mejoramiento del nivel educativo mismo que tiene sus raíces en la calidad que se brinda para generarlo.

Así también es importante recalcar que la palabra calidad es un elemento que a diario es cuestionado por la sociedad en los diferentes ámbitos en los que nos desarrollamos ya sea estudio, trabajo, gobierno, servicios, etcétera; por lo cual recomendaría a las diferentes instituciones educativas el empleo de los métodos ya narrados con antelación de una manera continua respecto al tiempo de aplicación, es decir sean aplicados cada 1, 2, 3.... Meses.

Hoy en día el nivel de la calidad en la educación marca la diferencia entre ser o no ser, por lo cual siempre hay que empeñarse en brindar servicios para mejorar a la humanidad y su estilo de vida.

Así mismo concuerdo con lo que menciona Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), como también Grönroos (1984), ya que como vimos en las tablas y las gráficas el cliente es el que da sus expectativas como resultado final del servicio. Así mismo este autor Grönroos (1988) menciona que las expectativas son función de factores tales como: la comunicación de mercado, la imagen corporativa local y las necesidades del cliente; la calidad experimentada por el cliente depende de la imagen que este tenga y, a su vez, por dos componentes distintos: la calidad técnica y la calidad funcional. La calidad técnica hace referencia a todo lo que concierne al soporte físico, los medios materiales, la organización interna, sería lo “qué” el consumidor recibe. La calidad funcional aborda la forma en que el consumidor es

tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio, sería el “cómo” se recibe.

La calidad percibida, las expectativas y la satisfacción por los alumnos de la preparatoria # 8 han sido muy satisfactorias, es por eso que el número de alumnos de la dicha preparatoria aumenta año con año.

8. Bibliografía

- Álvarez, M., Rodríguez, S. (1997) La calidad total en la universidad: ¿Podemos hablar de clientes?, *Boletín de Estudios Económicos*, Vol. 52, Nº 161, pp. 333–352.
- Anderson, J. C., Rungtusanatham, M. & Schroeder, R.C. (1994). A theory of quality management. *Academy of Management Review*, Vol.19 (3), pp.472-509.
- Armengol, C, Rexach, J y Tamarit, M. (1996). La situación de la enseñanza de la educación física en las enseñanzas Medias. Ministerio de educación y cultura (ed.), *Catalogo de investigación* (pp. 74-75) Madrid: Ministerio de Educación y Cultura.
- Astraín, C. (2002). Análisis de las divergencias entre teoría y práctica en el área de Educación Física en la Educación Secundaria Obligatoria. Tesis doctoral sin publicar, Universidad de Valladolid, Valladolid, España.
- Benson, P. G., Saraph, J. V. & Schroeder, R. G. (1991). «The effects of organizational context on quality management: an empirical investigation», *Management Science*, Vol.37 (9), pp.1107-1124.
- Bitner, M. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses, *Journal of Marketing*, 54, 69-82.
- Bitner y Hubert (1994). En Alén, M. E. y Faiz, J. A. (2006). “Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del turismo termal”. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Volumen 12. Número 1.
- Bolton,R.N.-Drew,J.H.(1991a): A multistage model of customer’s assessment of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, nº 17, 375-384.
- Bolton,R.N.-Drew,J.H.(1991b): A longitudinal analysis of the impact of service changes on customer attitudes. *Journal of Marketing*, nº 55, 1-9.

- Buendía, L. (2001) Hacia una universidad de calidad, *Revista de Investigación Educativa*, Vol. 19, Nº 2, pp. 577-578
- Casadesús, M.; Heras, I. y Merino, J. (2005): *Calidad práctica: una guía para no perderse en el mundo de la calidad*. Pearson Educación, Madrid.
- Cheverria, X (1998). *situacion de l'educacio fisica en el sistema educatin. ponencia presentada al congres de l' educacio´ fisica l' esport en edad escolar a la ciut de Barcelona, Barcelona España.*
- Cronin, J. Jr. y Taylor, S. (1992). *Measuring service quality: a re-examination and extension. Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- Crosby (1979) *Synthesis of optically active compounds: A large scale perspective*, p. 17
- Deming, W. E. (1982). *Out of the crises*. Cambridge, Ma: Massachussets Institute of Technology.
- Dorado, A. (2007). "Análisis de la satisfacción de los usuarios del servicio deportivo municipal". *Revista de Educación Física INDE ref.* [En línea]. Disponible en: <http://www.inderef.com/content/view//35/113> [Accesado el 3 de septiembre de 2008].
- Fernández, R. (2001) *El profesor en la sociedad de la información y la comunicación: nuevas necesidades en la formación del profesorado*, *Docencia e Investigación*. Nº 1 www.uclm.es/Profesorado/Ricardo/Docencia_e_Investigacion/Presentacion1.htm
- Gómez, M. T. (1998). "Calidad de servicios financieros en el Banco Popular de Ahorro de Villa Clara". *Trabajo presentado para optar por el título académico de Máster en Desarrollo Económico*. CDICT. UCLV. Santa Clara. Cuba.
- Grönroos, C. (1978). *A service-oriented approach to marketing for services*. *European Journal of Marketing*, 12, 588-601.
- Grönroos, C. (1982). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Swedish School of Economics and Business Administration. Sweden: Helsingfors.

- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44.
- Grönroos, Ch. (1988). "Service quality: the six criteria of good service quality". *Review of Business*. New York.
- Grönroos, C. (1994). From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing. *Management Decision*, 32, (2), 4-20.
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y Gestión de Servicios. La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Díaz de Santos.
- Grönroos, C. (1994). Quo Vadis Marketing? Toward a Relationship Marketing Paradigm". *Journal of Marketing Management*, 10, (5), 347-360.
- Hernández G. (2009). *Calidad de la educación media superior en México. Cuadernos de Educación y Desarrollo Vol 1, N° 5*
- Lepeley, María T. (2001), *Un modelo de evaluación. Gestión de la Calidad de la Educación* McGraw Hill.
- Martínez-Tur, V., Peiró, J. M.; y Ramos, J. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente: una perspectiva psicosocial*. Madrid: Síntesis psicología.
- Medina Tornero, M.E. (1999). La gestión de la calidad y el marketing en los servicios sociales. *La cristalera. Revista de Asuntos Sociales*, 8, 13-26.
- Morales -Sánchez, V., Hernández-Mendo. A. (2009). Evaluación de la calidad en organizaciones deportivas; adaptación del modelo Servqual. *Revista de Psicología del deporte*, 18(2), 137-150.
- Morquecho, R. (2014) *Evaluación de la calidad percibida en organizaciones de servicios deportivos universitarios*. Facultad de Organización Deportiva, Universidad Autónoma de Nuevo León: Tesis Doctoral.
- Morquecho-Sánchez, R; Morales-Sánchez, V; y Medina, R. (2013 septiembre). *Evaluación de la Calidad en los Servicios Deportivos Universitarios de Nuevo León, México*. Actas XII Congreso de Metodología de las Ciencias Sociales y de la Salud, San Cristóbal de la Laguna, España.

- Morquecho-Sánchez, R; Medina, R.E; Morales, V; Medina, M y Duelos, J. (2013). Enfoque Diacrónico del Cuestionario SERVQUAL para su Aplicación a Entidades Deportivas. Actas III Congreso Asociación Latinoamericana de Gerencia Deportiva ALGEDE, Pereira, Colombia.
- Mundina, J. y Calabuig, F. (1999). El marketing social al servicio de la gestión de calidad: El caso de los servicios públicos náuticos de la Generalitat Valenciana. *Apunts: Educación Física y Deportes*, (57), 77-83.
- Sáenz-López, P. (1999). La importancia de la Educación Física en Primaria. *Apunts. Ed. Física y Deportes*, 57, 20-31.
- Sánchez Galván, Bautista Santos, Cruz Rivero y Velasco Lince:(2011) Implementación de un sistema de gestión de la calidad en una institución educativa de nivel superior, basado en la norma ISO 9001:2000 / NMX-CC-9001-IMNC-2000, caso Instituto Tecnológico Superior de Tantoyuca, Edición electrónica gratuita en www.eumed.net/libros/2011a/928/
- Lovelock, Ch. (2002). *Mercadotecnia de servicios*. 3ra edición. Ediciones Prentice-Hall hispanoamericana. México.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988). SERVQUAL A Multiple Item for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988). SERVQUAL a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V. y Berry, L. (1993). More on improving service quality measurement. *Journal of Retailing*, 69, 140-147.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58, 111-124.

Redondo, J.C., Olivar, D. y Redondo, A. (2006). *El Modelo EFQM de gestión de la calidad en las instalaciones deportivas*. Sevilla: Wanceulen.

Saraph, J., Benson, G. & Schroeder, R. (1989). «An instrument for measuring the critical factors of quality management», *Decision Sciences*, Vol.20, pp.810-829.

Teas, R.K. (1993). Expectations, performance evaluation, and consumers' perceptions of quality, *Journal of Marketing*, 57(4), 18-34.

Valls, F.; Vigil, E. y Romero, A. (2003). Modelo Resorqual para la evaluación de la calidad percibida del servicio en un destino turístico de sol y playa. [En línea]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos15/calidad-tur-playa/calidad-tur-playa.shtml> [Accesado el 26 de enero de 2007].

Yzaguirre, L. (2005). *Mitos y realidades de ISO 9001:2000 en Organizaciones Educativas*. Editorial Limusa: México.

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios. Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid: Díaz de Santos.

9. Anexo



Universidad Autónoma de Nuevo León Facultad de Organización Deportiva

Instrucciones: La presente encuesta es de carácter confidencial por lo cual no se te pedirán datos personales como nombre y matrícula, a fin de cuidar tu integridad como alumno activo de la preparatoria 8 de la universidad autónoma de nuevo león, de igual manera se te pide seas lo más sincero posible a fin de detectar la calidad de servicio que se te brinda en la clase de educación física que imparte la preparatoria y así poder identificar las aéreas de oportunidad que existieran a fin de mejorarlas para tu satisfacción, preparación y conocimiento.

La encuesta cuenta con preguntas a las cuales responderás de la siguiente manera 1 muy en desacuerdo, 7 muy desacuerdo y del 2 al 6 es un rango medio que puedes jerarquizar si no estás muy de acuerdo o en muy en desacuerdo. Lo anterior lo marcaras mediante una cruz en alguna de las casillas existentes para cada pregunta.

Edad:

Género:

	Muy en desacuerdo					Muy de acuerdo	
	1	2	3	4	5	6	7
1. Los servicios deportivos de preparatoria 8 tienen instalaciones con apariencia moderna.	1	2	3	4	5	6	7
2. Las instalaciones de preparatoria 8 son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5	6	7
3. Los profesores y/o empleados de preparatoria 8 tienen una apariencia pulcra (limpia, adecuada).	1	2	3	4	5	6	7
4. En los servicios deportivos de preparatoria 8, los elementos materiales relacionados con el servicio (pistas, instalaciones, canchas, aparatos, etc.) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5	6	7
5. Cuando los servicios deportivos de preparatoria 8 prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	1	2	3	4	5	6	7

6. Cuando un usuario tiene un problema, el personal de preparatoria 8 muestran un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
7. Los servicios deportivos de preparatoria 8 realizan bien el servicio desde el principio.	1	2	3	4	5	6	7
8. Los servicios deportivos de preparatoria 8 cumplen el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
9. Los servicios deportivos de preparatoria 8 insisten en no cometer errores.	1	2	3	4	5	6	7
	Muy en desacuerdo						Muy de acuerdo
10. En los servicios deportivos de preparatoria 8, los profesores y/o empleados comunican diariamente a los usuarios cuando concluirá las actividades en las que participan.	1	2	3	4	5	6	7
11. En los servicios deportivos de preparatoria 8, los profesores y/o empleados ofrecen un servicio eficaz a los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
12. En los servicios deportivos de preparatoria 8, los profesores y/o empleados siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
13. En los servicios deportivos de preparatoria 8, los profesores y/o empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
14. El comportamiento de los profesores y/o empleados de los servicios deportivos de preparatoria 8 transmite confianza a sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
15. Los usuarios de los servicios deportivos de preparatoria 8, se sienten seguros en su relación con la organización.	1	2	3	4	5	6	7
16. En los servicios deportivos municipales de preparatoria 8, los profesores y/o empleados son siempre amables con los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
17. En los servicios deportivos de preparatoria 8, los profesores y/o empleados, tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
18. Los servicios deportivos municipales de preparatoria 8, dan a sus usuarios una atención individualizada.	1	2	3	4	5	6	7

19. Los servicios deportivos municipales de preparatoria 8 tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
20. Los servicios deportivos municipales de preparatoria 8 tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
21. Los servicios deportivos municipales de preparatoria 8 se preocupan por los mejores intereses de sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
22. Los profesores y/o empleados de preparatoria 8 comprenden las necesidades específicas de sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7