

Calidad del Servicio en los Entes Administrativos del Deporte y la Recreación: “Caso Departamento de Risaralda, Colombia”

Quality of Service in the Administrative Entities of Sport and Recreation: “Case of the Department of Risaralda, Colombia”

*Angela Jasmín Gómez Hincapié, ** Claudia Patricia Cardona Triana, *** Robinson Andrés Medina Quijano **** María Alejandra Henao***** Maria Camila Londoño Valencia

*Universidad Tecnológica de Pereira (Colombia), **Universidad Tecnológica de Pereira (Colombia) ***Universidad Tecnológica de Pereira (Colombia), ****Universidad Tecnológica de Pereira (Colombia), *****Universidad Tecnológica de Pereira (Colombia)

Resumen. Las investigaciones demuestran que la calidad del servicio en las organizaciones conduce al mejoramiento de procesos y los niveles de satisfacción de clientes internos y externos. Los Entes encargados del deporte y la recreación en el departamento de Risaralda no son ajenos a esta condición. Sin embargo, los estudios sobre cómo se prestan los servicios y cuál es la percepción sobre la calidad de estos, han sido escasos. Este artículo tiene como objetivo describir la calidad del servicio que prestan los Entes administrativos de Deporte y Recreación del departamento de Risaralda desde la perspectiva de usuarios y colaboradores. Se utilizó el instrumento SERVQUALing, con Alfa de Cronbach de 0,939 para cliente externo y 0,939 para cliente interno. Se ocuparon 2 variables respectivamente: variable uno cliente externo y variable dos cliente interno, ambas con una escala tipo Likert de 1 a 4 (1 Nada, 2 Poco, 3 Algo y 4 Muy satisfecho). La muestra consistió en 2542 usuarios y 263 colaboradores. Se usa el software Jamovi 1.6.23 para el procesamiento de los datos, se realizó análisis estadístico multivariado evaluando los factores y validando la correlación de los datos mediante regresión múltiple. Los resultados evidenciaron percepción del servicio adecuada para los usuarios, el aspecto más relevante es la atención basada en la empatía (resultado emergente), indicando la importancia del desarrollo humano en las organizaciones, respecto a los colaboradores se identifica conformismo con la percepción de las instituciones y destacan la importancia de capacitaciones para mejorar la prestación de los servicios. Según datos empíricos, los autores identifican oportunidades de mejoramiento para fortalecer la calidad y mejorar la percepción de los servicios que prestan los entes del deporte y la recreación en el departamento de Risaralda.

Palabras Clave: Calidad del servicio, usuarios, colaboradores, Entes deportivos, administración, deporte y recreación.

Abstract. Research shows that the quality of service in organizations leads to the improvement of processes and the levels of satisfaction of internal and external customers. The entities in charge of sports and recreation in the department of Risaralda are no strangers to this condition. However, studies on how services are provided and what is the perception of their quality have been scarce. This article aims to describe the quality of the service provided by the Administrative Entities of Sport and Recreation of the department of Risaralda from the perspective of users and collaborators. The SERVQUALing instrument was use, with Cronbach's Alpha of 0.939 for external clients and 0.939 for internal clients. Two variables were addressed (13 dimensions with 40 questions and 6 dimensions with 34 questions). The sample consists of 2,542 users and 263 collaborators. The software used for the data processing was Jamovi 1.6.23, a multivariate statistical analysis evaluated the factors and validated the correlation of the data by multiple regression. The results show the perception of the adequate service for the users, the most relevant aspect is the attention, indicating the importance of human development in the organizations, with respect to the collaborators, conformism is identified with the perception of the institutions, and they highlight the importance of training to improve the provision of services. Based on empirical data, the authors identify opportunities for improvement to strengthen the quality and improve the perception of the services provided by sports and recreation entities in the department of Risaralda.

Key words: Quality of service, users, collaborators, sports entities, administration, sports and recreation.

Fecha recepción: 11-08-23. Fecha de aceptación: 11-04-24

Angela Jasmín Gómez Hincapié
jasmin19@utp.edu.co

Introducción

El proceso de reconocimiento del estudio de la calidad del servicio en los Entes administrativos del deporte y la recreación en el departamento de Risaralda implica un acercamiento contextual y teórico respecto a diferentes tipos de estudios en organizaciones similares.

En Colombia, el conocimiento que tienen los Entes públicos del deporte y recreación sobre la calidad del servicio desde la perspectiva de usuarios y la percepción de los colaboradores es limitado, debido a que en su mayor parte, las investigaciones se enfocan en los procesos de la administración deportiva; que facilitan la gestión de los dirigentes (Aldana Fuentes, 2015), sin embargo, hay debilidad en las estrategias que se implementan para diagnosticar exigencias y expectativas creadas por los usuarios permitiendo en baja proporción ofrecer un servicio con calidad. En este

contexto, Hernández (2024), realizó un estudio documental sobre el estado del arte de la calidad en los servicios deportivos en los últimos 5 años, concluyendo, que los servicios deben ser delimitados para el sector deporte de tal manera que se pueda hacer contrapeso a los modelos tradicionales con poca capacidad de réplica.

Atendiendo a esta necesidad, Urquidí y Col (2024), en un esfuerzo de construcción y validación de instrumentos para medir la calidad en el sector deportivo, identificaron que para los clubes de fútbol femenino aspectos institucionales, servicios generales, adecuaciones logísticas y procesos de interacción social con el líder deportivo o coach; tienen una gran relevancia y validez estadística satisfactoria. Ahora bien, el concepto de Entes administrativos del deporte y la recreación en Colombia, es comprendido como el reconocimiento genérico de las diferentes dependencias del orden público (Secretarías o subsecretarías de despacho,

direcciones operativas u oficinas administrativas) que hacen parte del Sistema Nacional del deporte y que de acuerdo con la (ley 181, 1995), la articulación y cohesión territorial deberán ser el pilar fundamental para el desarrollo deportivo en el país.

Desde este punto de vista, según (Hurtado A, 2007) la calidad del servicio, implica responsabilidad a mediano y largo plazo para el cumplimiento de los requisitos legales, el mejoramiento de la competitividad, la cualificación del talento humano y la sistematización de la información que conduzca a proyectos acorde a las necesidades del sector.

Por lo cual, la calidad del servicio representa una ventaja organizacional, social y económica para el deporte. Por esto, se hace necesario la dirección y gestión efectiva de las organizaciones del sector, como respuesta a los comportamientos y preferencias de los usuarios, quienes buscan servicios con mejores programas, instalaciones, implementación y talento humano.

Además, por la variedad en las estructuras administrativas de las organizaciones deportivas, la calidad del servicio puede modificarse de acuerdo con el contexto y el servicio que se preste. Es así como, deben existir mediciones que indiquen el impacto de las acciones organizacionales y esta medición debe planificarse periódicamente para dar cuenta del impacto de los servicios y evidenciar la calidad de los mismos (Armada Ros, 2015).

La tendencia a la evaluación y los resultados que se generan, conllevan al mejoramiento continuo, por consiguiente a la competitividad organizacional en el sector, lo que implica considerar y poner en práctica la percepción de la calidad por parte de los usuarios y el nivel de satisfacción que estos tienen, cabe resaltar, que esto ha sido poco considerado en la industria deportiva y se presenta como una oportunidad para el progreso y éxito de las empresas deportivas en la actualidad (Bernal García, 2014).

Con base en lo anterior, la calidad de servicio en las organizaciones deportivas representa un elemento clave en la estrategia de beneficios, por lo que es importante que sea considerada como un elemento fundamental para lograr las metas institucionales y su eficacia en los resultados y en la optimización de los recursos (Pérez-López, Morales-Sánchez, Anguera, & Hernández-Mendo, 2015).

De acuerdo con lo anterior, los pilares del éxito en la calidad del servicio son el reconocimiento del papel de los clientes internos (colaboradores), es decir, el talento humano que trabaja en el Ente Administrativo del deporte y la recreación y que a su vez se convierte en la fuerza laboral para lograr el fomento y posicionamiento del sector. Desde esta perspectiva, para efectos de la presente investigación, los colaboradores son entendidos como los aliados estratégicos de la organización, porque su satisfacción con el trabajo se refleja en la prestación del buen servicio y/o en la generación de productos con calidad, adaptados a los requerimientos de los usuarios o clientes externos, que al ser fidelizados generarán ganancias y posicionarán a la entidad. (Sarmiento Prieto & Paredes Tarazona, 2019).

A continuación, se aclaran algunos conceptos que permiten tener un enfoque más amplio de lo que se tratará en el presente artículo:

Calidad del servicio

Está definida por la sinergia entre el servicio esperado y el servicio percibido (Camisón *et al.*, 2006, p. 193), mide el grado de satisfacción del usuario, de acuerdo con la solución de sus necesidades. González y Aranda (2022), la identifican como el producto final que se entrega expresado en actividades tangibles y fácilmente valorada por el usuario. Hoffman & Bateson (2011) definen que la satisfacción del usuario se orienta a una interpretación de la prestación del servicio a corto plazo, mientras que la calidad del servicio se relaciona con los procesos a mediano y largo plazo. Según Ngo & Nguyen, (2016) la satisfacción del cliente se convierte en el eje transversal de las organizaciones.

La empresa debe considerar a sus clientes externos y a sus clientes internos (empleados, accionistas o socios) (Ibarrá-Morales & Casas-Medina, 2015), por ello es importante que las organizaciones deportivas fortalezcan la comunicación entre el talento humano de las diferentes secciones y/o departamentos de la empresa, con el fin de conservar y fortalecer la calidad del servicio prestado (Acosta-Hernández, 2005).

Según Fuentes-Navarro, (2012) las empresas que descuidan a sus colaboradores evidencian un comportamiento con poca productividad, por la desatención de su satisfacción laboral, poca retribución y reconocimiento de su labor, ausencia de liderazgo participativo y cultura organizacional proactiva, inadecuada definición de cargos, y escasa higiene ocupacional (Sánchez-Trujillo & García-Vargas, 2017; Reyes, 2018, p. 155).

La satisfacción del cliente converge en aspectos como la fidelización y su efecto multiplicador a otros clientes (Pizam & Ellis, 1999). Considerar la opinión de los usuarios mejora la competitividad y la salud financiera de la organización (Calabuig-Moreno *et al.*, 2008, p. 25-43; Colmenares & Saavedra, 2007; Parasuraman *et al.*, 1985).

Por lo anterior, la estrategia de gestión de la organización deportiva debe estar enfocada hacia el mejoramiento de la competitividad, por medio de estrategias corporativas que aumenten la satisfacción tanto de los usuarios internos, como de los usuarios externos. (Moreno-Polo, 2014).

Calidad del servicio desde el enfoque de la administración deportiva

En relación con la administración deportiva en empresas públicas es fundamental usar racionalmente los recursos del Estado, donde los funcionarios administren responsablemente los bienes y recursos de la sociedad en beneficio del bienestar común (Álvarez-Tovar, 2016). Así mismo, esta administración está en cabeza de personas que aportan sus conocimientos y habilidades para prestar sus servicios, por ello requieren estímulos que les permitan sentirse reconocidos, pues tienen la responsabilidad de atender las necesidades específicas y expectativas de los usuarios, de tal forma

que la calidad del servicio en las organizaciones deportivas implica tanto a usuarios como a colaboradores (Fuentes-Narvarro, 2012). Por su parte, (Zambrano y col 2024), identifican que las necesidades y proyecciones colectivas asociadas a la agilidad en la respuesta institucional integral de las mismas, generan sensaciones de tranquilidad y vinculación social y deportiva.

En esta misma línea, Moreno, *et. al.* (2008) concluyeron que el nivel de vinculación del usuario se constituye como factor diferenciador en la percepción de la calidad del servicio deportivo. Por último, los factores de producción orientados a la eficiencia y eficacia deportiva determinan como piedra angular de la estrategia a la satisfacción y calidad percibida del usuario (Cerro, 2018).

Por otra parte, para la adecuada gestión de las instalaciones deportivas municipales se hace necesario conocer la práctica deportiva, así como, las necesidades y opiniones socio-deportivas de los ciudadanos, para gestionar de manera eficaz la prestación del servicio en términos de calidad (Vila-Pérez *et al.*, 2009, p. 61), al mismo tiempo, en la ley 181 de 1995, artículo 27, los Proyectos de Renovación Urbana a que se refiere el artículo 39 de la Ley 9 de 1989, contemplan las necesidades y tendencias identificadas por los concejos municipales.

Al respecto, en la administración de los escenarios públicos se debe priorizar la calidad, enfocada en las alternativas deportivas, cobertura y calidad de la oferta de servicios basada en estudios de preferencias.

Es importante que los usuarios estén satisfechos con la oferta de los servicios deportivos, porque es una manera de promover la adherencia a los programas, evitando el abandono temprano de los servicios prestados (Pérez & Sánchez, 2015).

Una vez desarrollado el concepto de calidad y su relación con la administración deportiva, analizaremos la actualidad investigativa orientando el foco a las variables y/o categorías de análisis para medir la calidad en organizaciones que prestan servicio de deporte recreación y actividad física. En el estudio de Matus y Col, sobre calidad del servicio en el deporte universitario, identificaron variables como la satisfacción y la capacidad de respuesta, las cuales también fueron analizadas en la presente investigación (Matus y Col, 2023). A su vez, tuvieron en cuenta aspectos como la fiabilidad, seguridad y empatía, elementos que se constituyen como factores claves para ser analizados en futuras investigaciones. Por otra parte, se identificó que en los eventos deportivos de baja escala, la satisfacción general de los usuarios se relaciona fuertemente con los beneficios socioculturales percibidos y la clara intención de volver a participar (Ferri, Sánchez & Camacho, *et al.*, 2020)

Además, en el contexto de calidad del servicio deportivo en entidades públicas educativas (Ballesta & Santana, 2023) identificaron una relación positiva entre el disfrute y la motivación de los usuarios con factores como la calidad percibida, la satisfacción y el valor del servicio (Rodríguez *et. al.*, 2016).

Gestión del Talento Humano pilar de la organización estratégica

La gestión del talento humano se constituye como uno de los pilares estratégicos para el éxito de la organización. (Pinco-Parco, 2017).

En el caso de las organizaciones deportivas, su talento humano debe adaptarse permanentemente a la realidad cambiante con tendencia a la modernización y adaptabilidad social. Por lo que, en las organizaciones gubernamentales o entidades municipales encargadas de fomentar el desarrollo y práctica de la actividad física, el deporte y la recreación en pro del bienestar de la población, como en el caso de la presente investigación, se deben identificar los procesos motivacionales de los colaboradores, dado que, la satisfacción en el trabajo es uno de los objetivos de todo líder, esto como punto de partida para la construcción de líneas de acción para el mejoramiento continuo de las organizaciones (Mejía y Ramírez 2021).

Por otro lado, cuando se habla del cliente externo, se refiere al consumidor y controlador del servicio, gracias a los procesos comunicativos que generan una sinergia en el mejoramiento constante (Colmenares y Saavedra, 2007).

Finalmente, al momento de referirse a los colaboradores como clientes internos y su relación con la gestión del talento humano, se hace necesario vislumbrar el proceso de gestión, el cual implica según Herrera (2007), la gestión del conocimiento alineada con la estrategia corporativa.

Método

Tipo, diseño e instrumento

En esta investigación descriptiva (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), se identificó la percepción de calidad del servicio en los entes municipales de deporte y recreación del departamento de Risaralda desde la perspectiva de usuarios (2042) y colaboradores (263), entre los años 2016 a 2020. Para esto se implementó el SERVQUALing que es un instrumento que mide la calidad de los servicios y fue pertinente su utilización sin necesidad de hacer adaptaciones al objeto de estudio. Estuvo conformado por dos variables, una para medir el grado de satisfacción del cliente externo y otra para medir el grado de satisfacción del cliente interno, dado que, este instrumento mide las percepciones de los clientes, basándose en la valoración de la expectativa antes de recibir el servicio y la estimación del mismo servicio una vez que es recibido, cabe anotar que, en ocasiones el desempeño real no es tan importante, porque la percepción del servicio esta mediada por la expectativa del usuario, versus el resultado final del servicio. Las dos variables, estuvieron subdivididas en cinco dimensiones, conformadas por ítems en una escala tipo Likert que osciló del 1 (Nada Satisfecho) hasta el 4 (Muy Satisfecho). Una vez realizado el Análisis Factorial Exploratorio, el coeficiente Alfa de Cronbach fue de 0,939 para el cliente externo y de 0,939 para el cliente interno, registrando alta consistencia interna del instrumento. Cabe anotar que, la recolección de los datos se vio afectada por la pandemia, dado que, los

Entes deportivos no contaban con bases de datos de los usuarios de sus servicios actualizadas, por lo que ubicar a los sujetos de investigación, fue dispendioso y tomó más tiempo de lo esperado al momento de iniciar el estudio.

Validación del instrumento

Con el fin de determinar la estructura de datos a través del instrumento SERVQUALing en los entes administrativos de deporte y recreación en los municipios del departamento de Risaralda, se efectuó la técnica de análisis multivariante y análisis de factores de las 21 variables, reactivos o ítems estudiados, con la finalidad de determinar si la estructura de datos obtenida coincidía teóricamente con el modelo SERVQUAL de Parasuraman *et al* (1988,1991). El análisis de factores es una técnica de reducción de datos donde se tiene en cuenta la menor dimensión y un mayor porcentaje de la varianza. Se realizó una matriz de correlación de los datos obtenidos en las encuestas aplicadas por medio del software Jamovi, esto con el objetivo de reducir el número de variables a un pequeño conjunto que contuviera menos variabilidad en los datos.

El valor obtenido fue bastante pequeño (0,00351) evidenciando que los datos estaban altamente correlacionados, es decir, que existía una fuerte covarianza entre las variables y, en consecuencia, se pudo efectuar un análisis de factores realizado en el estudio. También, se buscó verificar por medio del análisis de factores, la idoneidad de la investigación a partir de la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) que comparó los valores de los coeficientes de correlación observados, con los coeficientes de correlación. Se tuvo en cuenta que un coeficiente de KMO que oscila entre 0,8 y 1 en el análisis factorial es aplicable, y para el caso el KMO calculado fue de 0,9345.

Tabla 1.

Test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) (Cliente interno).

Assumption Checks	
KMO Measure of Sampling Adequacy	
	MSA
Overall	0.937
Variable 1	0.953
Variable 2	0.932
Variable 3	0.923
Variable 4	0.945
Variable 5	0.951
Variable 6	0.948
Variable 7	0.952
Variable 8	0.941
Variable 9	0.946
Variable 10	0.968
Variable 11	0.933
Variable 12	0.938
Variable 13	0.966
Variable 15	0.826
Variable 14	0.879
Variable 16	0.850
Variable 17	0.967
Variable 18	0.952
Variable 19	0.938
Variable 20	0.961
Variable 21	0.953

A su vez, se realizó el cálculo de prueba de esfericidad de Bartlett obteniendo resultados cercanos a 1, con este

dato se verificó la alta correlación en el análisis de componentes principales, con los que se explicó la varianza total de los datos.

Tabla 2.

Test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) (Cliente externo)

Principal Component Analysis				
Component Loadings				
	Component			Uniqueness
	1	2	3	
Variable 1	0.404		0.661	0.392
Variable 2	0.458		0.648	0.361
Variable 3	0.381		0.671	0.404
Variable 4	0.802			0.306
Variable 5	0.755			0.361
Variable 6	0.757			0.343
Variable 7	0.686			0.442
Variable 8	0.528		0.362	0.536
Variable 9	0.514		0.450	0.466
Variable 10	0.639	0.344		0.427
Variable 11	0.654	0.438		0.377
Variable 12	0.708	0.405		0.320
Variable 13		0.336	0.451	0.647
Variable 14		0.458	0.391	0.637
Variable 15			0.488	0.711
Variable 16		0.680	0.337	0.411
Variable 17		0.659	0.374	0.405
Variable 18		0.658	0.393	0.394
Variable 19		0.581		0.541
Variable 20		0.645		0.514
Variable 21		0.410	0.424	0.587
Variable 22			0.603	0.604
Variable 23	0.397	0.632		0.422
Variable 24	0.337	0.603		0.499
Variable 25		0.536	0.359	0.551
Variable 26		0.611		0.539
Variable 27		0.499	0.543	0.499

Note: 'varimax' rotation was used.

Análisis Factorial Exploratorio

Con el uso del software Jamovi se realizó el análisis de los cinco factores por el método de máxima verosimilitud para su extracción. De esta manera, realizando la comparación del modelo SERVQUALing y otros estudios similares, se condicionó el trabajo al criterio de extracción.

De acuerdo con los datos obtenidos se evidenció que los cinco factores son suficientes ya que contienen el 72% de la varianza obtenida. Se observó que, el factor uno y el factor 2 contenían la mayoría de las variables. También, se identificaron las variables con mayor saturación: en el factor uno la variable 9 (Atención que recibe directamente en el servicio concreto solicitado), en el factor dos la variable 19 (Dominio de la actividad), en el factor tres la variable 15 (La labor de supervisión y vigilancia de este personal), en el factor cuatro la variable 11 (Volver a utilizar cualquiera de los servicios que le ofrece la dirección de deportes), y en el factor cinco la variable 3 (Adecuación del equipamiento de la instalación para lo que fue creado).

Para facilitar el análisis y la comprensión de los datos se empleó el método de rotación de Varimax, el objetivo fue obtener los factores o componentes principales, que en conjunto pudieran obtener el mayor porcentaje de la varianza explicada (González, 1991). La rotación varimax elaborada en Jamovi no aportó una mayor variabilidad en los factores, pero sí mejoró la explicación de los mismos facilitando la interpretación.

A pesar de que en el factor uno se encontraron la mayoría de las variables, se identificó que se agruparon las variables de la dimensión de confiabilidad como la variable cuatro (Claridad de los folletos informativos recibidos por parte de la dependencia de deporte y recreación) y la variable nueve (Atención que recibe directamente en el servicio concreto solicitado); también, presentó elementos de la dimensión de capacidad de respuesta como la variable diez (Demuestra la dirección de deportes capacidad de adecuación a sus intereses); y la dimensión de empatía como la variable 17 (Atención individualizada).

Tabla 3. Análisis factorial de las dimensiones (Cliente interno)

Exploratory Factor Analysis						
Factor Loadings						
	Factor					Uniqueness
	1	2	3	4	5	
Variable 1					0.608	0.4011
Variable 2					0.670	0.3929
Variable 3					0.745	0.2794
Variable 5	0.637					0.4519
Variable 4	0.647					0.4987
Variable 6	0.778					0.3098
Variable 7	0.769					0.3317
Variable 9	0.788					0.2831
Variable 8	0.784					0.3147
Variable 13		0.361		0.538	0.312	0.4010
Variable 15			0.929			0.0863
Variable 10	0.367			0.458		0.4838
Variable 11		0.307		0.720		0.2776
Variable 12		0.334		0.668		0.3165
Variable 14			0.896			0.1492
Variable 16			0.912			0.1168
Variable 17	0.429	0.495				0.5044
Variable 18		0.700				0.3696
Variable 19		0.766				0.3087
Variable 20		0.637				0.4689
Variable 21		0.698				0.3915

Note: 'Maximum likelihood' extraction method was used in combination with a 'varimax' rotation.

En el factor dos, la variable diez y ocho (Profesionalismo), la variable diez y nueve (Dominio de la actividad) saturaron a ese factor. En el factor tres se encontraron las variables quince (La labor de supervisión y vigilancia de este personal) y la variable diez y seis (La atención inmediata que llevan a cabo), las cuales saturaron este factor y fueron portadoras de la varianza global.

El factor cuatro agrupó la variable once (Volver a utilizar cualquiera de los servicios que le ofrece la dirección de deportes.) y la variable doce (Recomendar a otras personas los servicios que ofrece la dirección de deportes) relacionadas a la dimensión de capacidad de respuesta. Por último, el factor cinco, la variable dos (Limpieza de la instalación) y la variable tres (Adecuación del equipamiento de la instalación para lo que fue creado) agruparon la varianza global.

En ese orden de ideas, las cinco dimensiones evaluadas que midieron la calidad del servicio, prestado por los entes administrativos de deporte y recreación, en los municipios del departamento de Risaralda, a excepción de elementos tangibles (factor 4) distan del modelo teórico planteado por Parasuraman (1988,1991), pues si bien saturan los diferentes factores no lo hacen de igual forma de acuerdo con los modelos teóricos.

Tabla 4. Análisis factorial de las dimensiones (Cliente externo).

Exploratory Factor Analysis					
Factor Loadings					
	Factor				Uniqueness
	1	2	3	4	
Variable 1			0.685		0.401
Variable 2		0.305	0.700		0.354
Variable 3			0.711		0.387
Variable 4		0.809			0.242
Variable 5		0.780			0.282
Variable 6		0.745			0.307
Variable 7		0.517		0.390	0.492
Variable 8			0.428	0.549	0.447
Variable 9			0.467	0.548	0.393
Variable 10		0.375		0.552	0.421
Variable 11		0.434		0.554	0.440
Variable 12	0.347	0.603		0.369	0.355
Variable 13	0.347				0.725
Variable 14	0.406				0.752
Variable 15					0.857
Variable 16	0.664				0.454
Variable 17	0.770				0.302
Variable 18	0.821				0.213
Variable 19	0.529				0.580
Variable 20	0.466			0.300	0.650
Variable 21	0.339		0.301	0.365	0.635
Variable 22			0.423		0.733
Variable 23	0.477			0.486	0.446
Variable 24	0.434			0.466	0.534
Variable 25	0.395			0.437	0.573
Variable 26	0.403			0.372	0.664
Variable 27	0.431		0.371	0.329	0.567

Note: 'Maximum likelihood' extraction method was used in combination with a 'varimax' rotation.

Análisis de los resultados

Se realizó un análisis estadístico descriptivo con la finalidad de encontrar tendencias en cuanto a las respuestas de los usuarios (clientes externos) y los colaboradores (clientes internos), con respecto a la calidad del servicio brindado por las Secretarías Municipales de Deporte en el departamento de Risaralda.

En la dimensión de elementos tangibles, en cuanto a la adecuación de la instalación a la actividad para la que fue creada, los usuarios asignaron una calificación buena (3,30); en cuanto a la limpieza de las instalaciones los usuarios encuestados la evaluaron como buena 3,27. A su vez, se evaluó la adecuación del equipamiento de la instalación para lo que fue creado, con una calificación buena, pero no excelente. La valoración dada por los usuarios en esta dimensión fue de 3,28.

En la dimensión de confiabilidad, cuando se habló de la claridad de los folletos informativos recibidos por parte de la dependencia de deporte y recreación, se obtuvo una calificación buena 3,09. En esta dimensión los demás ítems tuvieron una calificación buena, más no excelente. La valoración para esta dimensión fue de 3.20.

En la dimensión de capacidad de respuesta, todos los puntos evaluados fueron calificados como buenos, alcanzando una valoración media de 3.425.

En la dimensión de seguridad, se identificó que no todos los encuestados dieron respuestas a estas preguntas, a pesar de que se tomaron alrededor de 1492 datos en total, se des-

conoce cuál fue la razón por la cual el total de los encuestados no respondieron. Se encontró que la calificación de esta dimensión fue regular con una valoración media de 2,74. Los usuarios evaluaron, la disposición del personal en el momento en que se solicita su ayuda con una valoración de 2,70. A su vez, la labor de supervisión y vigilancia del personal tuvo una calificación de 2,74 y la evaluación de la atención inmediata fue de 2,79. Se identificó que esta dimensión tuvo la percepción de calidad más baja de todas las dimensiones evaluadas.

Por último, se evaluó la dimensión de empatía, con una calificación buena pero no excelente, en cada uno de los ítems evaluados. Se obtuvo una valoración media de 3,52, la mejor calificación obtenida en las dimensiones evaluadas.

El promedio total de la calidad del servicio fue de 3,22 para los clientes internos y para los colaboradores (trabajadores) considerando la escala de 1 a 4 se puede decir que es buena.

En cuanto a la varianza de los datos se encontró que, las variables con mayor variabilidad hicieron parte de la dimensión de seguridad. La variable catorce con 1,45, variable quince con 1,42 y la variable diez y seis con 1,40 relacionados a la disposición del personal en el momento en que se solicita de su ayuda.

La dimensión con valores más homogéneos fue la dimensión de la empatía con las variables diez y ocho con 0,387, variable diez y nueve con 0,359, y la variable veintiuno con 0,356 relacionadas con la atención, motivación y dominio de las actividades para brindar asesoría a los usuarios.

Discusión

Para dar validez al instrumento de medición se empleó la escala de SERVQUALing esto es una adaptación del modelo SERVQUAL, se emplearon como referentes las investigaciones realizadas en calidad de servicio (Asubonteg *et al.*, 1996; Buttle, 1996; Llorens, 1996; Parasuraman *et al.*, 1988, 1991, 1994), de acuerdo con los resultados obtenidos son muy cercanos a las investigaciones empleadas.

Para realizar una prueba de validez predictiva se empleó la estructura de regresión múltiple "el análisis de regresión lineal es una técnica estadística utilizada para estudiar la relación entre variables" (Ferre, 2015).

El estudio se realizó tomando como variable dependiente la variable de satisfacción global del servicio prestado (Variable trece) con respecto a la variable independiente tomado de los factores de percepción de calidad dividido en sus cinco dimensiones estudiados obteniendo los siguientes resultados.

Los resultados del análisis estadístico arrojaron coeficientes con valores cercanos a un R^2 de 0,554, significativos al 0,01% y prueba de adecuación del modelo significativos al 1%, evidenciando que la medición de la calidad de servicio en función de la medición de las percepciones presentó una relación con la satisfacción por el servicio recibido, tal como ha sucedido en investigaciones previas

(Llorens, 1996; López & Serrano, 2001; Mejías *et al.*, 2006), lo cual es suficiente para determinar la validez del instrumento empleado.

De acuerdo, con los hallazgos encontrados se resalta la dimensión emergente número cinco, denominada empatía, entendida como la percepción del nivel de atención personalizada que se ha recibido. Esta dimensión fue la que tuvo mayor correlación con la satisfacción global de los usuarios. Al mismo tiempo, fue la dimensión más relevante en la evaluación de la satisfacción, por parte de los clientes internos y externos, lo que indica la importancia que toma el tema del desarrollo humano, es decir, la capacidad de aprendizaje y flexibilidad de los trabajadores de los entes deportivos, para ofrecer respuestas oportunas a los usuarios del deporte en la región.

Al respecto, se encontró en la investigación de Nuviala, sobre la valoración de la calidad del servicio, que las dimensiones con valoraciones más altas, fueron las relacionadas con los recursos humanos y la dimensión comunicación obtuvo la valoración más baja (Nuviala *et al.*, 2012). Por lo que la percepción de la calidad del servicio, tiene estrecha relación con el talento humano que presta los servicios.

Cabe resaltar que, los trabajadores de las secretarías de Risaralda, resaltan la importancia de seguir capacitándose para que los nuevos usuarios de los centros de deporte reciban mejor atención, también, refieren la necesidad de mejorar los equipos e instalaciones o escenarios, es decir los lugares de trabajo donde se prestan los servicios a la comunidad. Investigaciones similares en España, tienen resultados que indican la relación existente entre la calidad del servicio prestado y la satisfacción de los usuarios con los servicios deportivos recibidos (Nuviala *et al.*, 2015).

En la investigación, la dimensión seguridad relacionada con la atención inmediata y solicitud de ayuda a los trabajadores por parte de los usuarios, fue la dimensión que obtuvo la evaluación menos favorable, lo que tiene similitud con el estudio de Escamilla-Fajardo y Nuñez-Pomar, cuando plantean que en su investigación la puntuación más baja fue la relacionada con la atención a quejas y reclamaciones, al ser un aspecto de la gestión que se analiza y atiende de manera general (Escamilla-Fajardo y Nuñez-Pomar, 2014).

Las cinco dimensiones planteadas en esta investigación: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad son similares a las dimensiones y/o variables de los estudios referenciados en este documento, además estos resultados fortalecen la correspondencia entre la calidad del servicio, su valor percibido y la satisfacción (Nicolás-López y Escaravajal-Rodríguez, 2020).

Como valor agregado, el presente estudio además de, validar la escala de SERVQUALing para medir la percepción de la calidad del servicio en los entes administrativo del deporte y la recreación, correspondientes al sector público, también, presentan la empatía como una dimensión con un peso importante para tener en cuenta en la percepción de la calidad del servicio.

Tabla 5.

Resultados modelo de regresión múltiple (Cliente interno).

Model Fit Measures			
Model	R	R ²	Adjusted R ²
1	0.569	0.324	0.323
2	0.601	0.362	0.358
3	0.738	0.545	0.541
4	0.740	0.548	0.543
5	0.748	0.560	0.554

Tabla 6.

Resultados modelo de regresión múltiple (Cliente externo).

Linear Regression		
Model Fit Measures		
Model	R	R ²
1	0.458	0.209
2	0.510	0.260
3	0.624	0.389
4	0.632	0.400
5	0.746	0.557

Conclusiones

El instrumento empleado se considera confiable para medir la calidad del servicio de los entes administrativos de deporte y recreación en los municipios del departamento de Risaralda por el valor de Cronbach de 0,939 tanto para los clientes internos y colaboradores. Este cálculo concuerda con las investigaciones usadas como referentes en la presente investigación. Por lo cual el instrumento empleado puede ser utilizado para medir y mejorar la calidad de servicio de cualquier ente administrativo del departamento.

La dimensión que obtuvo una mayor calificación y correlación con el objetivo de este trabajo que era medir la satisfacción global de calidad de servicio es la empatía (dimensión emergente en esta investigación), en la medición de cada uno de los casos de clientes internos y externos cabe resaltar que los usuarios que visitan los entes administrativos de deporte y recreación en los municipios del departamento de Risaralda valoran la atención individualizada, profesionalismo, dominio de la actividad, puntualidad y actitud motivante hacia la práctica.

Los usuarios de los entes administrativos en general se sienten conformes con respecto a los servicios prestados por las instituciones, esto se concluye del promedio de las 21 variables analizadas en el estudio lo cual arroja un valor promedio de 3 en cada una de las variables para el caso de los clientes internos. No obstante, al no tener una calificación excelente se presenta la oportunidad de mejora para los entes administrativos.

Los colaboradores de los entes deportivos en general se sienten conformes con respecto a la percepción de sus lugares de trabajo, esto se concluye del promedio de las 27 variables analizadas en el estudio lo cual arroja un valor promedio de 3.4 en cada una de las variables para el caso de los clientes internos. En la investigación dentro de la dimensión de seguridad se identificó que no todos los encuestados dieron respuestas a las preguntas respectivas, por lo tanto, hay que tener en cuenta que para esta dimensión y el desarrollo de los resultados se manejan con un número total de datos N de 1492 personas.

Recomendaciones

Es importante realizar periódicamente este tipo de investigaciones, ya que se cuenta con un instrumento validado en este contexto, y permite medir la percepción de la calidad de los servicios que reciben los usuarios por parte de los diferentes entes de deporte y recreación, con la intención de mejorar el desarrollo de los proyectos deportivos, recreativos y de actividad física que se llevan a cabo al interior de las entidades.

Implementar estrategias que ayuden a aumentar el nivel de satisfacción de usuarios y colaboradores, como capacitaciones permanentes de los colaboradores en atención al cliente, manejo de grupo, elaboración y ejecución de actividades, con el fin de que los colaboradores estén más preparados para brindar un mejor servicio por parte de los entes municipales de deporte y recreación de los diferentes municipios del departamento de Risaralda

Crear e implementar dentro del modelo integrado de gestión un plan de acción con procesos y procedimientos para mejorar las acciones frente al servicio de atención al cliente y realizar una evaluación constante y proactiva que permitirá el mejoramiento de la calidad subjetiva y objetiva de la organización.

Realizar de manera metódica, constante y responsable la recolección y uso de la información de clientes y colaboradores, valiéndose de herramientas digitales que permitan el ordenamiento, clasificación, fácil manejo y almacenamiento de los datos, para lograr una mayor y más eficiente prestación de sus servicios deportivos, además de obtener ventaja para la masificación y fidelización de sus usuarios

Implementar un plan de comunicación y prensa en medios de comunicación públicos y privados para la difusión de los diferentes servicios y programas prestados por los entes deportivos y recreativos en cada municipio.

Establecer una tabla salarial para los colaboradores de cada ente de acuerdo a su formación académica y experiencia, con el fin de regular labores y determinar funciones dentro de la entidad.

Referencias

- Acosta, R. (2005). *Gestión y Administración de Organizaciones Deportivas*. Badalona: Paidotribo. Obtenido de https://books.google.com.co/books?id=TqQQiQKdDsC&pg=PA1&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false
- Aldana, J. C. (2015). *Estrategias de la gestión deportiva (Revisión bibliográfica)*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/3505/1/TEFIS_AldanaFuentesJuanCamilo_2015.pdf
- Alvarez, A. C. (2016). *Importancia de la Ética de los Funcionarios Públicos*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14828/ALVAREZTOVARAIDACONTANZA2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Los%20funcionarios%20p%C3%ABlicos%20tienen%20una,estos%20motivos>

- %20los%20funcionarios%20p%C3%BAblicos
- Armada, D. E. (2015). *La Satisfacción del Usuario como Indicador de Calidad*. Murcia: Universidad de Murcia. Recuperado el 2022, de <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/47673/1/TESIS%20EDUARDO%20ARMADA%202015.pdf>
- Asubonteng, P., McCleary, K., & Swan, J. (1996). SERVQUAL revisited: a critical review of service quality. *Journal of Services Marketing*, 10(6), 62-81. doi:10.1108/08876049610148602
- Aznar-Ballesta, A., & Vernetta, M. (2023). Disfrute y motivación en la práctica de actividad física y satisfacción con los servicios deportivos durante la adolescencia. *Retos: Nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación.*, 47, 51-60. doi:<https://doi.org/10.47197/retos.v47.94986>
- Ballesta, A. A., & Santana, M. V. (2023). Disfrute, motivación y satisfacción en la práctica de actividad física de adolescentes. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (47), 51-60.
- Bernal, A. (2014). Fidelización de clientes en organizaciones deportivas: calidad, valor percibido y satisfacción como factores determinantes. Sevilla, España: Universidad de Sevilla. Obtenido de Fidelización de clientes en organizaciones deportivas: calidad, valor percibido y satisfacción como factores determinantes
- Blanco, G., & Font, M. (2022). Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(97), 212-228. doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.97.15>
- Buttle, F. (1966). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8-32. doi:10.1108/03090569610105762
- Calabuig, F., Quintanilla, I., & Mundina, J. (2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos. *International Journal of Sports Science*, 4(10), 25-43. Obtenido de <https://www.cafyd.com/REVISTA/01003.pdf>
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. F. (2011). *Gestión de la calidad conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson Prentice Hall. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=708990>
- Cerro, D. (2018). Análisis de la calidad percibida y satisfacción de participantes en eventos deportivos. En S. López Salas, M. Urraco Solanilla, & D. Gallardo Vázquez, *Catálogo de Investigación Joven en Extremadura. Volumen II* (págs. 66-70). Extremadura: Universidad de Extremadura, Servicio de Publicaciones. doi: ISBN 978-84-697-4644-8,
- Colmenares, O. A., & Saavedra, J. L. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio. *Técnica Administrativa*, 6(32), 138-175. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2934571>
- Colorado Arango, A. L., & Cardozo Molina, E. A. (2017). La satisfacción de los clientes del proyecto Cantera de héroes envigado fútbol club. *Búsqueda*(18), 36-47. doi:10.21892/01239813.336
- Congreso de la República de Colombia. (1995). *Ley 181 de 1995*. Bogotá: Congreso de la República de Colombia. Obtenido de <http://www.derechodeportivocolombiano.com.co/repository/leyes-004ley181.php>
- Escamilla-Fajardo, P., & Núñez-Pomar, J. M. (2014). Satisfacción y valor percibido en un servicio deportivo público: una propuesta de análisis y acciones de gestión. *Journal of Sports Economics & Management*, 4(1), 4-21. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/298712051_Satisfaccion_y_valor_percibido_en_un_servicio_deportivo_publico_una_propuesta_de_analisis_y_acciones_de_gestion
- Fernández, D. G. (2024). Análisis de los servicios deportivos municipales en grandes poblaciones del Corredor del Henares (Guadalajara-Madrid). *Lecturas: Educación Física y Deportes*, 28(308), 36-52.
- Ferre Jaén, M. E. (04 de 04 de 2019). FEIR 40: Modelos de Regresión. Obtenido de Gauss: <https://gauss.inf.um.es/feir/40/>
- Ferri, J. M. V., Sánchez, S. A., & Camacho, D. P. (2020). Efecto de la satisfacción de los residentes entre los impactos percibidos y las intenciones futuras respecto a la celebración de un evento de pequeña escala. *Revista iberoamericana de psicología del ejercicio y el deporte*, 15(1), 81-91.
- Fuentes, S. M. (2012). Satisfacción laboral y su influencia en la productividad. Universidad Rafael Landívar. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf>
- García, T., Mejías, A., Vásquez, M., & Ramírez, G. (2005). PLS path modeling: an alternative to factor analysis to assess customer perceptions on service quality in a Venezuelan university. In *Proceedings of the 4th International Symposium on PLS and related methods*, 5. Obtenido de https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0,5&cluster=177011781833799782#d=gs_cit&t=1710441023781&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AZjhDGUffidAIJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26scfhb%3D1%26hl%3Des
- González, B. (1991). *Análisis multivariante: aplicación al ámbito sanitario*. Barcelona: SG Editores. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=124754>
- González, G. B., & Aranda, M. F. (2022). Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 27(97), 212-228.
- Hernández, L. H. (2023). Modelos de evaluación de la calidad del servicio deportivo, una revisión documental. Bogotá D.C: Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales. Obtenido de <https://repository.udca.edu.co/bitstream/handle/11158/5643/HernandezTF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México DF: McGRAW - HILL. Obtenido de https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigacion-C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Herrera-Torres, L., Pérez-Tur, F., García-Fernández, J., & Fernández-Gavira, J. (2017). El uso de las redes sociales y el engagement de los clubes de la Liga Endesa ACB. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 17(3), 175-182. Obtenido de <https://revistas.um.es/cpd/article/view/313981>
- Hoffman, K., & Bateson, J. (2008). *Services Marketing Concepts, Strategies & Cases* (Vol. 4). Mason: South-Western Cengage Learning. Obtenido de <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/20012/1/72.pdf>
- Hurtado, A. F. (2007). *Aplicación De Sistemas De Gestión De La*

- Calidad En Organizaciones Del Deporte Y La Recreación. Medellín: Expomotricidad.
- Ibarra, L. E., & Casas, E. V. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229-260. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/395/39533059010.pdf>
- Ley 181 de 1995, Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del Deporte, la Recreación, el Aprovechamiento del Tiempo Libre y la Educación Física y se crea El Sistema Nacional del Deporte. Disponible en www.derechodeportivocolombiano.com.co/repository/ley-es-004ley181.php
- Lloor, R. A., Alarcón, O., Oviedo, N. M., Muñoz, P. J., Bravo, R. R., & Gonzales, C. (2024). La calidad del servicio en las entidades públicas: Una revisión literaria. *Revista de Climatología Edición Especial Ciencias Sociales*, 24, 1489-1494. doi:DOI: 10.59427/rcli/2024/v24cs.1489-1494
- López, M. C., & Serrano, A. M. (2001). Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas hoteleras. *Revista Colombiana de Marketing*, 2(3), 1-13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/109/10900303.pdf>
- Lloréns, F. J. (1996). Medición de la calidad de servicio una aproximación a diferentes alternativas. Granada: Universidad de Granada. doi:84-338-2174-1
- Matus-Castillo, C., Sanhueza, M., Oliva, D., Duclos-Bastías, D., Giakoni, F., Poblete-Valderrama, F., & Garrido-Méndez, A. (8 de 2023). Aproximación a la calidad percibida de un servicio deportivo universitario. Un estudio de caso. *Podium. Revista de Ciencia y Tecnología en la Cultura Física*, 18(2). doi:ISSN 1996-2452
- Mejías, A., Reyes, Ó., & Maneiro, N. (2006). Calidad de los Servicios en la Educación Superior Mexicana: Aplicación del Servqualing en Baja California. *Investigación y Ciencia*, 14(31), 36-41. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67403407>
- Morales-Sanchez, V., Perez-Lopez, R., Morquecho-Sanchez, R., & Hernandez-Mendo, A. (2016). Generalizabilidad y Gestión Deportiva. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 16(1), 161-170. Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1578-84232016000100015
- Moreno, F. C., Pardo, I. Q., & Gómez, J. M. (2008). La calidad percibida de los servicios deportivos: diferencias según instalación, género, edad y tipo de usuario en servicios náuticos. (The perception of service quality in sport services: differences according to sport facility, gender, age and user type in nautical services). *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*. doi: 10.5232/ricyde, 4(10), 25-43.
- Moreno, Y. C. (2014). Modelo de gestión deportiva para el municipio de Quibdó. *Suma de Negocios*, 18(12), 148-157. doi:10.1016/S2215-910X(14)70037-0
- Ngo, V. M., & Nguyen, h. H. (2016). The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness*, 8(2), 103-116. doi:10.7441/joc.2016.02.08
- Nicolás-López, J., & Escarvajal-Rodríguez, J. C. (2020). Satisfacción con los servicios deportivos del Campus Universitario de Espinardo. *SPORT TK: Revista Iberoamericana de Ciencias dle Deporte*, 9(1), 105-112. Obtenido de <https://revistas.um.es/sportk/article/view/412571/2787>
- 31
- Nuviala, A., Grao-Cruces, A., Fernández-Ozcorta, E., & Nuviala, R. (2015). Asociación entre calidad del servicio deportivo, valor y satisfacción de usuarios en España. *Universitas Psychologica*, 14(2), 589-598. Obtenido de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/3589>
- Nuviala Nuviala, A., Pérez-Ordás, R., Boceta Osuna, M., Grao-Cruces, A., Nuviala Nuviala, R., González Jurado, J.A. (2012). Calidad, satisfacción y valor percibido de los usuarios de un servicio deportivo público. *Movimiento*, 18 (4), 11-32. <https://www.redalyc.org/pdf/1153/115324888002.pdf>
- Nuviala, A., Tamayo, J. A., & Nuviala, R. (2012). Calidad percibida del deporte escolar como predictor del abandono deportivo en adolescentes. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*, 12(47), 389-404. Obtenido de <https://repositorio.uam.es/handle/10486/10268>
- Organización Internacional de Normalización. (2015). ISO 9001. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>
- Padilla, V. A., Morquecho-Sánchez, R., Pineda, H. A., Gadea, E. A., Morales, V., & Pérez, J. A. (2024). Diseño y validación del cuestionario de evaluación de la calidad percibida en la gestión deportiva del fútbol femenino. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 24(1), 200-215. doi:<https://doi.org/10.6018/cpd.579421>
- Parasuraman, A. P., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/304344168_Re_finement_and_reassessment_of_the_SERVQUAL_scale
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple-item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. doi:<https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Pérez, I. V., Sánchez, C., & Manassero, M. A. (2009). Satisfacción Percibida de los Usuarios de las Instalaciones Deportivas Municipales de Palma de Mallorca. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 4(1), 59-74. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3111/311126264005.pdf>
- Pérez-López, R., Morales-Sánchez, V., Anguera, M., & Hernández-Mendo, A. (2015). HACIA LA CALIDAD DE SERVICIO EMOCIONAL EN ORGANIZACIONES DEPORTIVAS ORIENTADAS A LA POBLACIÓN INFANTIL: UN ANÁLISIS CUALITATIVO. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 243-250. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3111/311137747009.pdf>
- Pinco, C. C. (2017). Gestión del Talento Humano para la satisfacción del cliente en la empresa ESAZE SAC. Huancayo: Universidad Peruana Los Andes. Obtenido de <https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/571/TESIS%20CULMINADA%20PINCO%202018>

- .pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pizam, A., & Ellis, T. (1999). Customer Satisfaction and Its Measurement in Hospitality Enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*(11), 326-339. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09596119910293231>
- Reyes, M. (2018). La Satisfacción de Clientes/Deportistas y Trabajadores en Entidades Deportivas como Determinante de los Servicios Deportivos. San Nicolás de la Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/16011/1/1080291130.pdf>
- Rodríguez Fernández, J. E., Pazos Couto, J. M., & Trigo Aza, E. (2016). La gestión del deporte en clave educativa de Motricidad Humana. *RETOS. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación* (30), 92-97.
- Sánchez, M. G., & García, M. d. (6 de 2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Scientia Et Technica*, 22(2), 161-166. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84953103007>
- Sarmiento, S., & Paredes, M. T. (2019). Percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública. *Industrial Data*, 95-103. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/816/81661270006/81661270006.pdf>
- Urquidi, V. A. P., Morquecho-Sánchez, R., Espejel, H. A. P., Cavazos, E. A. G., Morales-Sánchez, V., & García, J. A. P. (2024). Diseño y validación del cuestionario de evaluación de la calidad percibida en la gestión deportiva del fútbol femenino. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 24(1), 200-215.
- Vergara-Ferri, J. M., Angosto, S., & Parra-Camacho, D. (2019). Efecto de la satisfacción de los residentes entre los impactos percibidos y las intenciones futuras respecto a la celebración de un evento de pequeña escala. *Revista iberoamericana de psicología del ejercicio y el deporte*, 15(1), 81-91. doi:ISSN 1886-8576
- Zambrano, R. A. L., Diaz, O. A., Oviedo, N. M. O., Sánchez, P. J. M., Decimavilla, R. R. B., & Vásquez, C. G. (2024). La calidad del servicio en las entidades públicas: Una revisión literaria. *Revista de Climatología Edición Especial Ciencias Sociales*, 24, 1490.

Datos de los autores:

Ángela Jasmín Gómez Hincapié
 Claudia Patricia Cardona Triana
 Robinson Andrés Medina Quijano
 María Alejandra Henao Grisales
 Maria Camila Londoño Valencia

jasmin19@utp.edu.co
claudiacardona@utp.edu.co
ramedina@utp.edu.co
m.henao@utp.edu.co
c.londono@utp.edu.co

Autor/a
 Autor/a
 Autor/a
 Autor/a
 Autor/a