

# Universidad Inca Garcilaso de la Vega

Facultad de Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas

Carrera Profesional de Administración y Gestión Deportiva



## Tesis

### CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS POLIDEPORTIVOS DE LA MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE SAN BORJA

**Para optar el título profesional de:**

Licenciado en Administración y Gestión Deportiva

**Presentados por:**

CARLOS ENRIQUE PALOMARES CABALLERO

LUZ MARÍA ROMÁN GARCÍA

MARTÍN ANDRÉ FERNÁNDEZ DE LA CRUZ

**Lima - Perú**

**2017**

## **Dedicatoria**

A nuestra familia por su constante apoyo

## **Agradecimiento**

A las Autoridades y Docentes de la Facultad de Administración y Ciencias Económicas por sus conocimientos brindados.

## ÍNDICE

Dedicatoria.....	I
Agradecimiento.....	II
RESUMEN .....	VII
ABSTRACT .....	VIII
INTRODUCCIÓN .....	IX

### CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación Problemática.....	11
1.2 Problema de la Investigación.....	12
1.2.1 Problema General.....	12
1.2.2 Problemas Específicos .....	12
1.3 Justificación.....	13
1.4 Objetivo General .....	14
1.4.1 Objetivos Específicos.....	14

### CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación.....	15
2.2 Bases Teóricas .....	23
2.2.1 Calidad .....	23
2.2.2 Principios de la calidad .....	29
2.2.3 Calidad del Servicio .....	30
2.2.4 Satisfacción al cliente.....	34
2.2.5 Satisfacción del Usuario .....	36
2.2.6 Gestión.....	38
2.2.7 Gestión Pública .....	39
2.2.8 Gestión de la Calidad .....	41
2.2.9 Infraestructura .....	45

2.2.10	Infraestructura Deportiva .....	46
2.2.11	Recursos Humanos.....	51
2.2.12	Capacitación.....	57
2.2.13	Logística .....	58
2.2.14	Satisfacción del cliente .....	61
2.2.15	Municipalidades.....	62
2.2.16	Principios para la implantación de la calidad en áreas deportivas de entidades públicas y privadas .....	64
2.2.17	Fidelización del Cliente Deportivo.....	67
2.3	Marco Legal .....	70
2.3.1	Ley N° 28036: Ley de promoción y desarrollo del deporte .....	70
2.3.2	Ley N° 27972: Ley Orgánica de Municipalidades.....	74
2.4	Glosario de términos .....	75

### CAPITULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1.	General .....	80
3.2.	Hipótesis Específicas .....	80
3.3.	Identificación de las Variables .....	81
3.4.	Definición Operacional de las Variables .....	81
3.5.	Matriz de consistencia .....	82

### CAPITULO IV: METODOLOGÍA

4.1.	Tipo de Investigación .....	83
4.2.	Diseño de Investigación .....	83
4.3.	Unidad de análisis.....	84
4.4.	Población .....	84
4.5.	Muestra.....	84
4.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	85
4.7.	Procesamiento de Datos .....	86
4.8.	Prueba de la Hipótesis.....	86

## CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1. Análisis e Interpretación de los Resultados .....	87
5.2. Prueba de las Hipótesis .....	102
Conclusiones .....	110
Recomendaciones .....	111
BIBLIOGRAFÍA.....	113
4) Anexos .....	120
Polideportivos .....	125

## RESUMEN

La investigación titulada **CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS POLIDEPORTIVOS DE LA MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE SAN BORJA**, tiene como objetivo Determinar de qué manera la calidad de servicio influye con la satisfacción del usuario en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja. Se utilizó para alcanzar dicho objetivo el método deductivo, inductivo y descriptivo y un diseño no experimental, asimismo se aplicó la encuesta a una población constituida por 195 usuarios de Los Polideportivos Municipales. Al calcular el tamaño de la muestra se trabajó finalmente con 130 personas. En cuanto al instrumento de recolección de datos tenemos al cuestionario que constó de 15 ítems de tipo cerrado, los mismos que se vaciaron en cuadros en donde se calcularon las frecuencias y porcentajes, complementándose con el análisis e interpretación de los resultados, lo cual nos permitió contrastar las hipótesis.

Finalmente se concluyó que la calidad de servicio influye plenamente en la satisfacción del usuario en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja, tal como lo demuestra el 69% de los usuarios encuestados que nos manifiesta que la calidad de servicio son buenos y el 80% usuarios nos manifiesta estar satisfechos con los servicios ofrecidos.

**Palabras Clave:** Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente.

## **ABSTRACT**

The research titled **QUALITY OF SERVICE AND CUSTOMER SATISFACTION IN THE MUNICIPALITY OF THE SAN BORJA DISTRICT MUNICIPALITY**, aims to determine how the quality of service influences user satisfaction at the Municipal Sports Center of the District of San Borja. The deductive, inductive and descriptive method and a non-experimental design were used to achieve this objective, and the survey was applied to a population constituted by 195 users of the Municipal Sports Centers. When calculating the sample size, we finally worked with 130 people. As for the data collection instrument, we have a questionnaire that consisted of 15 items of the closed type, the same ones that were emptied in tables where the frequencies and percentages were calculated, complemented by the analysis and interpretation of the results, which allowed us Contrast the hypotheses.

Finally, it was concluded that the quality of service fully influences the satisfaction of the user in the Sports Center of the Municipality of San Borja District, as demonstrated by the 69% of the users surveyed who states that the quality of service is good and 80% of users say they are satisfied with the services offered.

Key Words: Quality of Service and Customer Satisfaction.



## INTRODUCCIÓN

El presente tesis está referido a Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en los polideportivos municipal de San Borja; La Calidad de los servicios es subjetiva, al estar directamente relacionada con lo que el cliente percibe, es el juicio que el cliente realiza sobre la excelencia o superioridad del servicio recibido. Por tanto el grado de calidad de los servicios dependerá por una parte de la capacidad de la Organización que preste el servicio por conocer y comprender las necesidades del cliente y por otra parte del esfuerzo y la eficacia con la que se lleve a cabo el proceso y es en ese esfuerzo y eficacia donde reside la calidad de los servicios. Esto que parece tan simple de exponer no es algo fácil.

En muchas ocasiones en el Sistema de Gestión de Calidad la Calidad de los Servicios se relega a un segundo plano y la organización se conforma con un simple cuestionario sin base científica, y conteniendo una serie de preguntas sobre generalidades, lo cual le impide establecer unas estrategias fundadas en aras a la mejora continua de sus servicios.

Lo que nos da a conocer que la calidad de los servicios pese a ser uno de los factores que más puede influir en la expansión y triunfo de las empresas frente a la competencia, es la gran olvidada de la calidad total por muchas de ellas, llegando a ofrecer servicios impersonales, defectuosos y lo que es peor lo que los clientes no quieren.

Así la percepción de la calidad del servicio es un componente más que repercute en la satisfacción del cliente. La calidad en el servicio prestado se enfoca prácticamente en las dimensiones del servicio, mientras la satisfacción es un concepto más amplio que no solo se ve afectado por las recompensas, sino también por factores personales y situacionales que escapan del control del prestador del servicio.

En este contexto la presente investigación se ha dividido en 05 capítulos de la siguiente manera:

En el primer capítulo se presenta el planteamiento del problema; en el segundo lo concerniente al marco teórico, seguido por el tercer capítulo que consta las hipótesis y variables, cuarto y quinto capítulo se presenta la metodología y la presentación de los resultados respectivamente, para luego concluir y recomendar.

Esperando que este sea un aporte para que se mejore la gestión de los polideportivos en nuestro país.

## CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Situación Problemática

Actualmente la gestiones de las instalaciones deportivas públicas, carece de un enfoque sistemático que establezca cómo se gestiona la administración en centros deportivos municipales, en los aspectos de infraestructura, capacitación, seguridad y logísticos. A raíz de ello, surge la necesidad de perfeccionar un modelo de gestión en instalaciones deportivas de gobiernos locales, teniendo en cuenta a la hora de diseñar los espacios deportivos, el incremento de la demanda deportiva y exigencias de gestión.

Actualmente los centros deportivos, tienen como misión brindar un servicio de calidad en la diversidad de servicios que ofrecen, la atención demanda unos parámetros altamente dimensionales arquitectónicamente en donde se tenga una utilización a nivel de la sociedad.

Es evidente que el tipo de gestión de instalaciones deportivas es lo que determina, la calidad de usuarios, no hay normativas que especifique las características de calidad y como se debe realizar la implementación de la gestión en los aspectos deportivos en las instalaciones como son: la administración, capacitación, seguridad, logística, seguridad y otros. En la medida que los centros deportivos públicos reúnan los parámetros exigidos por una normativa, mejorara el servicio de calidad en la vida del usuario.

Gestionar en los centros deportivos se entiende como gestión de recursos, administrativos, humanos, logísticos, financieros y otros. Consiguiendo así la fidelidad del cliente asistente, en las entidades públicas se debería analizar la gestión a utilizar. Teniendo en cuenta la calidad en todos sus servicios brindados, donde se realice eventos de dimensiones de alta calidad nacionales e internacionales. Satisfaciendo las necesidades de los usuarios.

Por ser una entidad pública que brinda servicios deportivos a la comunidad, se debería tener un control y gestión de las instalaciones deportivas que son administrados con recursos públicos.

En el futuro se debe diseñar instalaciones con estándares de calidad manejando criterios en la planificación de gestión garantizando la calidad en los servicios a brindar, ampliando la rentabilidad al máximo, analizando y entendiendo cada realidad de las instalaciones deportivas públicas.

## **1.2 Problema de la Investigación**

### **1.2.1 Problema General**

¿De qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

- a. ¿De qué manera la infraestructura influye con la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?

- b. ¿De qué manera la capacitación de personal influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?
- c. ¿De qué manera la logística influye en la satisfacción en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?
- d. ¿De qué manera la seguridad influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?

### 1.3 Justificación

**Justificación Teórica:** En el aspecto teórico se podrá verificar que la la calidad de servicio influye con la satisfacción del usuario en los polideportivos municipales, lo que servirá de fuente y antecedentes posteriores a los estudios relacionados al tema, abordando como base nuestros resultados relacionados al estudio y estableciendo los puntos críticos que se sugiere dentro de la labor de búsqueda bibliográfica o de autores a las que se les pueda adaptar y sugerir algunas recomendaciones en el estudio.

**Justificación Práctica:** En relación al aspecto práctico, el presente estudio nos permitirá aplicar todas las técnicas que se encuentran asociadas al desarrollo de las metodologías tanto estadísticas como de búsqueda y referencia, con lo que se irán perfeccionando las capacidades académicas y profesionales, a su vez también servirá de referencia para posteriores estudios relacionados al tema.

## **1.4 Objetivo General**

Determinar de qué manera la calidad de servicio influye con la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

### **1.4.1 Objetivos Específicos**

- a) Evaluar De qué manera la infraestructura influye en la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.
- b) Determinar de qué manera la capacitación de personal influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.
- c) Determinar de qué manera la logística influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.
- d) Determinar de qué manera la seguridad influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la Investigación

**Javier Imbroda Ortiz (2014)**<sup>1</sup> en su investigación concluye:

- a. El grado de satisfacción general de la calidad percibida de los usuarios de los centros deportivos municipales de la ciudad de Málaga objetivo de este estudio se puede catalogar muy positivo, con una puntuación de 7.1 sobre 10.
- b. Los usuarios escogen los centros deportivos municipales por comodidad y por cercanía a su domicilio, por precios asequibles, como modo de relacionarse en los ratos de ocio y por mantener un buen estado de salud. Además valoran muy positivamente los recursos humanos de los que dispone la organización, creando lazos afectivos.
- c. Al centrar el estudio en mayores de 40 años (personas maduras), tenemos unos resultados fiables en cuanto a la validez de las respuestas, pero a la vez más demandantes y mayores niveles de exigencia, lo cual es positivo para el estudio y para detectar el mayor número de puntos débiles de la organización.

---

<sup>1</sup> Imbroda Ortiz Javier (2014) Análisis de la fidelización y la satisfacción del usuario de centros deportivos. Universidad de Malaga. pp. 236

- d. Existen diferencias significativas en función del género, siendo las mujeres las que menos problemas perciben, tienen una satisfacción mayor con el centro, se acomodan más a las circunstancias y son más fieles al centro deportivo; mientras los hombres son más demandantes, menos acomodaticios y solicitan cambios de programas en las actividades.
- e. Se confirma la hipótesis que los usuarios tienen un buen grado de satisfacción en general con los centros deportivos municipales, se sienten identificados con ellos y tienen un buen grado de fidelización a los mismos.
- f. Podemos considerar óptima la herramienta utilizada para este estudio y puede servir como indicador de referencia para próximos estudios de satisfacción de usuarios de nuestros centros deportivos.
- g. En cuanto a los técnicos deportivos hemos podido constatar que es uno de los factores que mayor satisfacción produce entre los usuarios, siendo valorada positivamente sus aportaciones.
- h. Hemos conocido tanto la titulación académica de los profesionales deportivos de los centros deportivos, y hemos constatado que los técnicos de los centros deportivos referenciados dependiente de la gestión municipal tienen la titulación deportiva correspondiente para el desempeño del puesto.
- i. Hemos conocido la formación que han recibido los técnicos en los dos últimos años, siendo de consideración fundamental para los profesionales y requieren seguir formándose para el reciclaje continuo.



- j. Hemos podido hacer, una valoración de la percepción de calidad que tienen cara al usuario, y hemos podido comparar los datos extraídos de esta encuesta, con la de satisfacción de los usuarios que hicimos previamente y que dan validez a los datos.

**Vega González Marisol (2013)<sup>2</sup>** en su investigación concluye:

- a. El usuario-deportista se manifiesta complacido debido a que los resultados que miden la satisfacción global personal en relación a la calidad del servicio que recibe en el CAOU, mostraron una porción de 94.8% de contestación satisfactoria, por lo tanto la primera hipótesis es aceptada ya que la satisfacción del usuario deportista aventaja al 50%.
- b. Haciendo alusión a las características generales de los usuarios-deportistas podemos resaltar que la población mayoritaria son los jóvenes menores de 12 años de edad donde además el género que predomina en cuantía son las mujeres; San Nicolás de los Garza evidencia ser el municipio que cuenta con más usuarios-deportistas que disponen de los servicios del CAOU. Los usuarios-deportistas con cargo de estudiantes ocupan el primer sitio en afluencia y levemente más del 50% de usuarios-deportistas no pertenecen a la UANL.
- c. Con respecto a la práctica y servicios utilizados se obtiene la siguiente conclusión: de las tres áreas de actividad que está compuesto el programa del CAOU, el área de docencia se

---

<sup>2</sup> Vega González Marisol (2013) Análisis comparativo del índice de satisfacción del usuario-deportista del Centro Acuático Olímpico Universitario. tesis. Universidad Autónoma de Nuevo León. México. p. 62.

ubica con más población; tres frecuencias a la semana y 1 hora de practica son los índices que reflejaron mayor implicación, la alberca y el gimnasio de acondicionamiento físico son las instalaciones más empleadas. Las actividades con mayor demanda por área son: natación principiantes (área docencia), natación competitivo (área competitiva) y acondicionamiento físico (área social).

- d. Teniendo en cuenta que más del 50% de los usuarios-deportistas encuestados se describen como satisfechos es sencillo afirmar que casi el 70% de ellos invertiría de nuevo su tiempo y dinero para sus prácticas en el CAOU y más del 70% recomendarían ampliamente a otras personas el uso y servicio de las instalaciones y actividades ofertadas.
- e. Ahora bien, la comparación de los índices para apreciar las diferencias significativas entre hombres y mujeres al valorar su grado de satisfacción con la calidad del servicio que recibe no se encuentran disimilitudes significativas, lo cual revela que tanto hombres como mujeres tienen un criterio afín.
- f. Se ha podido observar que existe una correlación positiva entre los índices de satisfacción, lo que nos indica que los usuarios-deportistas están doblemente satisfechos por los servicios recibidos por el Centro Acuático Olímpico Universitario.
- g. Con los resultados obtenidos que fueron muy satisfactorios para el Centro Acuático Olímpico Universitario se recomienda que este estudio se aplicado periódicamente cada 2 años y que los resultados se den a conocer a los usuarios-deportistas del CAOU para que tengan conocimiento de las

mejoras continuas del Centro Acuático Olímpico Universitario.

**Loli, Alejandro y otros (2013)**<sup>3</sup> en su investigación concluyen:

- a. Una evaluación global a través de los 11 factores que conforman el Inventario, y tomando en cuenta la muestra total, la percepción de los clientes o consumidores de entidades privadas y públicas de Lima sobre la calidad de productos y servicios en general es favorable; vale decir, que el 35.1% están más o menos de acuerdo con la calidad del producto/servicio que ofrecen las diversas organizaciones privadas y públicas y el 29.9% están de acuerdo, el resto está en desacuerdo o más o menos en desacuerdo.
- b. De manera similar, tomando en cuenta la muestra total, el grado de satisfacción de los clientes o consumidores de entidades privadas y públicas de Lima, en su mayoría dice estar satisfecho (25.3%) o más o menos satisfecho (31.6%) con la calidad del producto/servicio ofrecido por las organizaciones privadas o públicas; vale decir, que el 43.1% de los participantes está insatisfecho o más o menos insatisfecho.
- c. Existe asociación entre la calidad del producto/servicio percibida por los clientes y el grado de satisfacción de los mismos. Es decir, a igual grado de satisfacción corresponde igual percepción de la calidad del producto y o servicio.

Un análisis de correlación confirma dicha asociación significativa y positiva entre la satisfacción y la calidad del

---

<sup>3</sup> Loli, Alejandro, Del Carpio Javier, Vergara Arturo, Cuba Edgardo, Morales Susan, Flores María y Lamas Lucero (2013) La Satisfacción y la Calidad de Servicio en Organizaciones Públicas y Privadas de Lima Metropolitana. UNMSM. pp. 189.

producto/servicio; dicho de otro modo, a mayor calidad del producto/servicio ofrecido por las organizaciones se da una mayor satisfacción de los clientes; o, cuanto mayor es la satisfacción habrá una opinión más favorable sobre la calidad del producto/servicio que ofrecen las organizaciones.

- d. La correlación entre la satisfacción y los componentes de la calidad producto/ servicio, indica que cuanto mayor satisfacción tiene el cliente su opinión es mayor o más favorables respecto de la calidad del servicio que recibe, el precio que tiene el producto o servicio, el ambiente de la organización, la cortesía, la confiabilidad y la puntualidad con que atienden sus trabajadores, así como el conocimiento, las habilidades y la experiencia con que actúan los trabajadores de la organización. En cambio no existe relación de la satisfacción del cliente con la sinceridad con que actúan los trabajadores, lo que puede estar indicando que perciben como un “riesgo” creer que los trabajadores en las organizaciones sean del todo sinceros.
- e. No se encontró asociación entre la calidad del producto/servicio con ninguna de las variables sociales, demográficas y organizacionales consideradas (estado civil, género, edad, grado de instrucción, estatus ocupacional, estatus socioeconómico, sector de actividad al que pertenecen, sector privado o público en el cual trabajan y lugar de residencia), probablemente debido a que estas variables son independientes a la percepción que pueden tener sobre la calidad del producto/servicio.

- f. Un análisis entre la satisfacción de los clientes respecto de la calidad del producto/servicio con las variables demográficas muestra que hay asociación moderada solo con la variable género; y no encontramos el mismo comportamiento respecto del grado de instrucción, estatus ocupacional, la edad, estado civil, estatus socioeconómico, sector de actividad al que pertenecen, sector privado o público en el cual trabajan y lugar de residencia, probablemente debido a que estas variables son también independientes a la percepción que pueden tener los clientes sobre la calidad del producto/servicio.

**Adí Sharón Gabriel Weil (2003)<sup>4</sup>** en su investigación concluye:

- a. En cuanto al diseño del cuestionario, SERVQUAL permite la simplificación y adaptación a diferentes negocios de servicios. El modelo, utilizado principalmente en Estados Unidos, plantea 5 dimensiones básicas de los servicios; sin embargo, estas dimensiones son características del mercado estadounidense, por lo que sería interesante estudiar si las mismas son representativas del mercado mexicano de servicios, particularmente en el sector de hotelería. Una técnica utilizada para determinar estas dimensiones es la investigación a través de grupos focales, donde se reúne a distintos grupos de consumidores, en este caso personas que acostumbran viajar y hospedarse en hoteles, para determinar qué aspectos consideran importantes y representativos en la calidad del servicio.

---

<sup>4</sup> Adí Sharón Gabriel Weil (2003) Medición de la Calidad de los Servicios. Universidad del Cema. Buenos Aires. pp. 33

- b. Por otra parte, existe una gran diversidad de temporadas vacacionales, por lo que durante el año van variando los tipos de turistas que viajan. Por ejemplo, en el verano (junio a septiembre) viaja a Puerto Vallarta principalmente el turista mexicano; en primavera, particularmente alrededor de Semana Santa, viajan los jóvenes norteamericanos y canadienses que disfrutan de su viaje de egresados (“Spring break”); para Navidad y Año Nuevo, se presenta una mezcla de turistas norteamericanos y mexicanos que viajan generalmente en familia para compartir las fiestas, y durante el resto del año viaja una mayor variedad de turistas sin una tendencia en particular. Por lo tanto, a fin de poder captar información representativa de todos estos grupos, es importante aplicar las encuestas de SERVQUAL en cada una de las temporadas mencionadas, y entonces se podrá concluir con mayor precisión acerca de las diferencias en la percepción de la calidad y satisfacción del cliente entre los distintos tipos de huéspedes.
- c. La calidad de los servicios se ha convertido en un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas. De ella depende en gran medida la satisfacción de los clientes, de la cual se desprenden factores importantes como la frecuencia de compra o contratación, la fidelidad del cliente y la recomendación del servicio.
- d. Las empresas cada vez prestan más atención a estos aspectos, y buscan continuamente mejorar la calidad de sus servicios para captar un mayor número de clientes, mantener a los existentes y retener a sus empleados.

- e. Sin embargo, dada la subjetividad de los servicios, es difícil determinar los niveles de calidad y su impacto en los resultados de la empresa. Por ello, gran parte de las decisiones que toman los directivos con respecto a la calidad de los servicios se basa en pura intuición. Para lograr resultados más significativos y poder determinar el impacto que provocan, es importante la aplicación de herramientas de medición como la presentada en este trabajo, el modelo SERVQUAL.
- f. El proceso de mejora continua en la calidad de los servicios es sencillo; primero hay que tener conciencia acerca de la importancia de brindar un servicio de calidad, después hay que medir cuantitativamente los niveles de calidad que percibe el cliente, de los cuales se identifican los aspectos positivos y negativos del servicio, potenciar los positivos y disminuir los negativos, y repetir este proceso constantemente, aspirando siempre a un mejor resultado.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Calidad**

La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas, un cumplimiento de requisitos.

La calidad, en relación a los productos y/o servicios, tiene varias definiciones, como que el producto se ajuste a las exigencias de los clientes, el valor añadido, algo que no tienen los productos similares, la relación coste/beneficio, etc. Una visión actual del concepto de calidad indica que calidad es entregar al cliente no lo que quiere, sino lo que

nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido.<sup>5</sup>

Para **Genichi Taguchi (2011)**<sup>6</sup> La calidad es algo que está siendo diseñado dentro del producto para hacer que este sea fuerte e inmune a los factores incontrolables ambientales en la fase de fabricación, dando por resultado, que la calidad consiste en la reducción de la variación en un producto.

**Guajardo (2008)**<sup>7</sup> indica que toda organización que aplica la administración por calidad atraviesa por seis etapas de cambio llamadas las 6 C:

1. La Comprensión comienza en el nivel directivo, con la identificación y comprensión total de los cuatro principios fundamentales de la administración por calidad, y termina con la comprensión de todo el personal.
2. En el Compromiso, la organización, liderada por la administración, establece un compromiso con la calidad y con sus cuatro principios fundamentales.
3. Para lograr la Competencia, se define un método o plan en la organización, que garantice que todos entienden y tienen oportunidad de participar en el mejoramiento de la calidad.

---

<sup>5</sup> Blanco Peck Ricardo, (2006) Gestión de la calidad. Universidad de Puerto Rico Facultad de Ciencias Sociales. p. 23

<sup>6</sup> Genichi Taguchi (2011) Taguchi's Quality Engineering Editorial: Wiley Interscience

<sup>7</sup> Guajardo Garza, Edmundo (2008) Administración de la calidad total. Editorial Pax México, pp. 71.



4. La organización debe contar con un plan de Comunicación que ayude a documentar y difundir las historias de éxito.
5. La Corrección implica contar con un sistema formal que incluya a todos los departamentos y empleados, para que ataquen los problemas de incumplimiento.
6. Para garantizar la Continuidad se debe dar a la calidad la prioridad número uno entre los aspectos importantes del negocio.

**Ruiz - Olalla C. (2001)<sup>8</sup>:** La calidad, y más concretamente la calidad del servicio, se está convirtiendo en nuestros días en un requisito imprescindible para competir en las organizaciones industriales y comerciales de todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas envueltas en este tipo de procesos.

Para **García (2001)<sup>9</sup>** La calidad más aceptada en la actualidad es la que compara las expectativas de los clientes con su percepción del servicio. El desarrollo de la industria de los servicios ha supuesto un desarrollo de una nueva óptica del concepto de calidad que se focaliza más hacia la visión del cliente.

---

<sup>8</sup> Ruiz-Olalla Corcuera (2001) Gestión de la calidad del servicio a través de indicadores externos, Monografías AECA. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Madrid. p. 32

<sup>9</sup> García, E. (2001) Calidad de servicio en hoteles de sol y playa. Editorial Síntesis. Madrid.2. p. 14

**Deming (2000)**<sup>10</sup> la calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

**Jurán y Gryna (1998)** exponen a la calidad como “es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente (p.5).”

Para **Joseph Juran (1997)**<sup>11</sup> la calidad puede tener varios significados, dos de los cuales son muy importantes para la empresa, ya que estos sirven para planificar la calidad y la estrategia empresarial. Por calidad Juran entiende la ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en las entregas, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contratos de ventas, etc.

Para Juran existe una Trilogía en la calidad:

- a) **Planeación de la calidad:** Independientemente del tipo de organización, producto o proceso, la planeación de la calidad se puede generalizar en una serie universal de

---

<sup>10</sup> Deming, W. Edwards (2000). Out of the crisis (1. MIT Press edición). Cambridge, Mass.: MIT Press. p. 88.

<sup>11</sup> M. Juran y F. M. Tryna. (1997) Análisis y planeación de la calidad. Mc Graw Hill. p 36

pasos de entrada-salida, llamada mapa de planeación de la calidad, y son los siguientes:

- ~ Identificar a los clientes.
- ~ Determinar sus necesidades.
- ~ Traducir las necesidades al lenguaje de la empresa.
- ~ Desarrollar productos con características que respondan de manera óptima a las necesidades de los clientes.
- ~ Desarrollar un proceso que sea capaz de producir las características del producto.
- ~ Transferir el proceso de la operación.

**b) Control de la calidad:** La alta administración debe utilizar un proceso universal a fin de controlar las operaciones. Para controlar un proceso se debe establecer un vínculo de retroalimentación en todos los niveles y para todos los procesos; asegurarse de que cada empleado se encuentre en estado de autocontrol; establecer objetivos de calidad y una unidad de medición para ellos; proporcionar a las fuerzas operativas medios para ajustar los procesos de conformidad con los objetivos. Los principios de control son la esencia del control de calidad, antes y ahora, pues si se quiere que un proceso permita entregar al cliente lo que lo que éste necesita.

**c) Mejoramiento de la calidad:** Esta etapa se basa en la realización de todas las mejoras proyecto por proyecto. Para ello es necesario establecer un consejo o comité de

calidad que diseñe, coordine e institucionalice la mejora de calidad anual.

**Philip B. Crosby (1996)**<sup>12</sup> Crosby tiene el pensamiento que la calidad es gratis, es suplir los requerimientos de un cliente, al lograr cumplir con estos logramos Cero Defectos. En las empresas donde no se contempla la calidad los desperdicios y esfuerzos de más pueden llegar del 20% al 40% de la producción. Para lograr Cero Defectos promueve catorce pasos los cuales son:

1. Compromiso de la dirección
2. Equipo para la mejora de la calidad
3. Medición del nivel de calidad
4. Evaluación del costo de la calidad
5. Conciencia de la calidad
6. Sistema de acciones correctivas
7. Establecer comité del Programa Cero Defectos
8. Entrenamiento en supervisión
9. Establecer el día "Cero defectos"
10. Fijar metas
11. Remover causas de errores
12. Dar reconocimiento
13. Formar consejos de calidad
14. Repetir todo de nuevo

---

<sup>12</sup> Crosby B., Philip (1996) Reflexiones sobre calidad. 295 máximas del gurú mundial de calidad. McGraw Hill, p. 56

## 2.2.2 Principios de la calidad

Un principio de gestión de la calidad es una regla universal y fundamental para liderar y operar una organización, con la intención de ayudar a los usuarios a lograr el éxito organizacional. La aplicación sistemática de los ocho principios proporciona la calidad total<sup>13</sup>:

1. Enfoque al cliente: La prioridad ahora es dejar al cliente satisfecho.
2. Liderazgo: Todas las organizaciones necesitan líderes que guíen. Las ideologías de un líder deben de traer beneficios para todos.
3. Participación del personal: Es necesaria la implicación de todo el personal en la organización, ya que así se pueden obtener las mejores ideas, de todos los trabajadores de todas las áreas de trabajo.
4. Enfoque basado en procesos: Las actividades y recursos deben ser gestionados en base a procesos estratégicos, operativos y de soporte, los cuales tienen que llevar su propio control
5. Enfoque fundamentado en sistemas: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

---

<sup>13</sup> Fernández Hatre, Alfonso (2002) Manual y procedimientos de un sistema de calidad ISO 9001-2000. Instituto de Fomento Regional. p. 136

6. Mejora continua: La organización debe comprender y llevar a cabo nuevos y mejores métodos de trabajo y procesos organizativos para no estancarse e ir mejorando continuamente en su actividad.
7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: A la hora de tomar una decisión, ésta debe estar basada en hechos, datos e información que se posea, y que garantice una baja posibilidad de errores o la no existencia de ellos.
8. Relación mutuamente beneficiosa con proveedores: debe existir una correcta relación de interdependencia de manera que las condiciones y criterios para seleccionar proveedores se mantengan actualizados.

### **2.2.3 Calidad del Servicio**

La calidad de servicio comprende tanto a los elementos tangibles como intangibles que perciben los consumidores al recibir un servicio. De igual manera, representa una de las variables más importantes en la formulación de las estrategias de marketing, la cual ayuda a mejorar la competitividad de la empresa. La lealtad es otro concepto complejo que permite conocer la intención o decisión que asume el consumidor ante el estímulo calidad de servicio. Ambos se encuentran estrechamente relacionados<sup>14</sup>.

La prestación de los servicios implica obligatoriamente al menos una de las tres situaciones siguientes:

---

<sup>14</sup> Colectivo de Autores: Ponencia VI Congreso Nacional de la Calidad. 2da Edición. Ediciones Gestión 2000 S.A. España. pp. 87

- a. Una actividad realizada sobre un producto tangible, suministrado por el cliente o intangible (reparación de automovil o contratación de una linea telefónica).
- b. Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente (la preparación de un contrato de alquiler)
- c. La entrega de un producto intangible (la entrega de información sobre un estudio de mercado).

La creación de una ambientación para el cliente (hoteles, restaurantes, casas rurales...).

Para **Palafox, de Anda, G (s.f) (2005)**<sup>15</sup> Satisfacer, depende de la conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que se entrega. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances. Para obtener una mayor lealtad de los clientes es evitando acciones desagradables al cliente respecto a las fallas que se pueden otorgar en el servicio, así como otorgando medidas correctivas al cliente cuando una situación imprevista exija la satisfacción o recuperación de sus expectativas.

---

<sup>15</sup> Palafox de Anda, G. (2005) Creatividad e innovación. Gestiópolis.com: comunidad virtual de conocimiento en gestión de negocios. Pequeñas y medianas empresas, PyME. Recuperado el 10 de agosto de 2011 de <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp>.

Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (2002)<sup>16</sup>, el enriquecimiento de un servicio superior en calidad recae sobre todos provocando una reacción en cadena de los que se benefician ante él; consumidores, empleados, gerentes y accionistas, provocando el beneficio general y por ende el bienestar de la comunidad.

Según Heskett (1997)<sup>17</sup>, En su modelo del Service Profit Chain, el cual forma parte de la información esencial de las empresas, principalmente las de servicios, para el diseño de sus estrategias de calidad de servicio y fidelización de sus clientes, que, finalmente, impactará en sus resultados financieros. La investigación se enfocó en establecer la asociación entre ambos conceptos, calidad de servicio y la lealtad, en clientes de supermercados de Lima, considerando su percepción e intención de comportamiento.

Horovitz, (1991)<sup>18</sup>, La calidad de servicio se percibirá de forma diferente según el cliente, ya usuario del mismo.

➤ **Ventajas de conseguir la calidad total de los servicios:**

Ofrecer una verdadera calidad en los servicios genera ventajas que serían inalcanzables de otro modo, por ello hay que cumplir con una serie de pautas:

---

<sup>16</sup> Berry, Leonard, A. Parasuraman y Valerie Zeithaml (2002) Problemas Metodológicos para Evaluar la Calidad del Servicio en el Marketing. McGraw-Hill. México. p. 124

<sup>17</sup> Heskett, James L., Sasser W. Earl Jr. y Schlesinger, Leonard A (1997) El Service Profit Chain: ¿Cómo empresas líderes Enlace ánimo de lucro y el crecimiento de lealtad, satisfacción y valor. The Free Press, New York. p. 87

<sup>18</sup> Horovitz, Jacques (1991) La calidad del servicio. McGraw-Hill. España. pp. 123



- a. Un servicio con calidad es básico para luchar contra la competencia. El servicio de calidad es algo que nunca se acaba, siempre debe tender a mejorar. El servicio de calidad al cliente no se puede considerar algo automático, como el que apaga o enciende un electrodoméstico. Precisa de una actitud día a día, constante y perseverante.
- b. Es necesario aplicar altos estándares de calidad. El servicio debe ser lo suficientemente bueno para diferenciar a una empresa de las demás.
- c. La calidad de los servicios se consigue con un personal implicado, consciente de que un error es un exceso. Buen ambiente laboral, personal bien formado, con una actitud de entrega a la perfección y una dirección que lidere el proceso, constantemente en vela, en el terreno para que la cadena funcione siempre engrasada.

➤ **Componentes de la calidad en el servicio<sup>19</sup>.**

- **Confiabilidad.** La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.
- **Accesibilidad.** Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido.

---

<sup>19</sup> Ramírez, J. y García, S., (2000) Comunicación y Calidad en la Consultoría Gerencial y el Cambio Organizacional, Ciudad de la Habana p. 45

- **Respuesta.** Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido.
- **Seguridad.** Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.
- **Empatía.** Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente.
- **Tangibles.** Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y los empleados, estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente.

#### 2.2.4 Satisfacción al cliente

La satisfacción al cliente es el valor o juicio que las personas dan al producto o servicio en sí, además proporciona un nivel placentero y de emociones con respecto al consumo es decir si respondió a sus necesidades y expectativas. Se encuentra los siguientes elementos:

- **Rendimiento Percibido.-** Es el resultado que el cliente percibe al momento de la entrega del servicio, y este se determina desde el punto de vista del cliente al igual que sus resultados aunque no siempre estos se ajustan a la realidad debido a que son las percepciones que el cliente tiene y este depende del estado de ánimo del cliente y de sus opiniones.

- **Expectativas.-** Se traduce a lo que el cliente espera (valor agregado) de un producto o servicio. Esta se basa en las experiencias que los clientes hayan tenido, en la opinión de familiares, conocidos, promesas y garantías que ofrece la empresa, beneficios que poseen el producto y el servicio. Las empresas deben tener mucho cuidado en este aspecto ya que si éstas son bajas no atraerán suficientes clientes, pero si ocurre lo contrario son altas y la expectativa es baja los clientes se sentirán decepcionados.

## 2.2.5 Satisfacción del Usuario

La satisfacción del usuario implica una experiencia racional o cognoscitiva, derivada de la comparación entre las expectativas y el comportamiento del producto o servicio; está subordinada a numerosos factores como las expectativas, valores morales, culturales, necesidades personales y a la propia organización sanitaria. Estos elementos condicionan que la satisfacción sea diferente para distintas personas y para la misma persona en diferentes circunstancias.

La satisfacción del usuario está considerada como un elemento deseable e importante del acto médico que, en términos de evaluación de los servicios de salud y calidad de atención, ha venido cobrando mayor atención en Salud Pública siendo considerada desde hace poco más de una década uno de los ejes de evaluación de los servicios de salud<sup>20</sup>.

**Cantú H. (2001)**<sup>21</sup> la calidad de servicio o satisfacción del usuario es más difícil de medir, no se puede almacenar, es complicada de inspeccionar, no se puede anticipar un resultado, no tiene vida, solo duración muy corta, se ofrecen bajo demanda, depende mucho de las personas de menores sueldos; todo esto hace que la calidad de un servicio sea juzgada por el cliente en el instante en que lo está recibiendo.

---

<sup>20</sup> Seclén J, Darras C. (2005) Satisfacción de usuarios de los servicios de salud: Factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados. Perú, An Fac Med Lima. 66(2): 127-141

<sup>21</sup> Cantú H. Desarrollo de una cultura de calidad. McGraw Hill. México; pp. 166.

**Delbanco T. y Daley J. (1996)**<sup>22</sup> refieren que la satisfacción del usuario es uno de los resultados más importante de prestar servicios de buena calidad, dado que influye de manera determinante en su comportamiento. Para estos autores la satisfacción del cliente puede influir en:

- El hecho que el usuario procure o no procure atención
- El lugar al cual acuda para recibir atención
- El hecho de que esté dispuesto a pagar por los servicios
- El hecho de que el usuario siga o no siga las instrucciones del prestador de servicios
- El hecho de que el usuario regrese o no regrese al prestador de servicios
- El hecho de que el usuario recomiende o no recomiende los servicios a los demás.

**Thompson y Col. (1995)**<sup>23</sup> refieren que la satisfacción del usuario depende no solo de la calidad de los servicios sino también de sus expectativas. El usuario está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. Si las expectativas del usuario son bajas o si el usuario tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que esté satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes.

---

<sup>22</sup> Delbanco tl. And daley J. (1996)Trough the patient's eyes: Strategies toward more successful contraception. *Obstetrics and Gynecology* pp. 88

<sup>23</sup> Thompson A. And Sunol R. (1995) Expectations as determinants of patient satisfaction: Concepts, theory and evidence, *International Journal for Quality in Health Care*. pp. 127.

## 2.2.6 Gestión

La gestión tiene como objetivo primordial el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía, depende fundamentalmente de cuatro pilares básicos gracias a los cuales puede conseguir que se cumplan las metas marcadas<sup>24</sup>.

**Aubert y Gaulejac (2007)**<sup>25</sup> Nos dice que Gestión engloba un conjunto de elementos de diferente naturaleza una estructura organizativa, una serie de prácticas directivas, un sistema de representación y un modelo de personalidad.

**Anzola, Sérvulo (2002)**<sup>26</sup> nos dice que la gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control.

**Bustelo Carlota y Amarilla Raquel (2001)**<sup>27</sup> nos dicen que Gestión es todo el conjunto de actividades realizadas con el fin de utilizar, compartir y desarrollar los conocimientos de una organización y de los individuos que en ella trabajan, encaminándolos a la mejor consecución de sus objetivos.

---

<sup>24</sup> Oyle, Murielle Y Freniere, Ander (2006) La preparación de manuales de gestión de documentos para las administraciones públicas. París: UNESCO. p. 78

<sup>25</sup> Aubert, N. Y Gaulejac, V. (2007) El coste de la excelencia - Barcelona, Paidós. Pág. 36.

<sup>26</sup> Anzola, Sérvulo (2002) Administración De Pequeñas Empresas. Editorial McGrawhill, México. p. 48

<sup>27</sup> Bustelo Ruesta, Carlota y Amarilla Iglesias, Raquel (2008) Gestión del conocimiento y gestión de la información. Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, año VIII, no.34 pp.226-230.

### A. Características de la gestión

La gestión es amplia y delicada, pues de esta depende el éxito o fracaso de cualquier tipo de empresa. Entre las principales características que se dan en gestión se pueden citar:

- Liderazgo
- Objetividad
- Continuidad
- Toma de decisiones

### 2.2.7 Gestión Pública

La relación entre poder y función marca la esencia de la administración pública, donde a través de ésta se pone en práctica el ejercicio del poder, mediante un gobierno en beneficio de la sociedad. *“El funcionamiento del Estado, se origina en el cumplimiento de sus funciones, del cual se desprenden un conjunto de actividades, operaciones, tareas para actuar: jurídica, política y técnicamente”*<sup>28</sup>.

La gestión pública está configurada por los espacios institucionales y los procesos a través de los cuáles el Estado diseña e implementa políticas, suministra bienes y servicios y aplica regulaciones con el objeto de dar curso a sus funciones.

---

<sup>28</sup> Navas, J. E.; Guerras, L. A. (2003) Casos de dirección estratégica de la empresa, Madrid: Civitas.

La Gestión Pública como objetivo de estudio se refiere al problema del como designar y operar servicios públicos y el destallado trabajo del Gobierno ejecutivo.

#### **A) Elementos centrales de la Gestión Pública**

- La Gestión de políticas
- La Gestión de Recursos Públicos (Sistemas Administrativos Gubernamentales)
- La Gestión de Programas.

#### **B) Problemática de la Gestión publica**

- Financiero: Disciplina Fiscal
- Económico: Uso adecuado de recursos económicos
- Social: Atención de necesidades y empleo
- Político: Gobernabilidad y Legitimización del Estado
- Administrativo: Uso de herramientas de Gestión Pública.

**Barzelay, Michael (2010)**<sup>29</sup> menciona que la Gestión Pública es el contenido esencial de la actividad correspondiente al Poder Ejecutivo, y se refiere a las actividades de gestión, que el titular de la misma desempeña sobre los bienes del Estado para suministrarlos de forma inmediata y permanente, a la

---

<sup>29</sup> Barzelay, Michael (2010) La nueva gerencia pública: invitación a un diálogo cosmopolita. (México: Centro de Investigación y Docencia Económicas, Revista Gestión y política pública. 2003).



satisfacción de las necesidades públicas y lograr con ello el bien general; dicha atribución tiende a la realización de un servicio público, y se somete al marco jurídico especializado que norma su ejercicio y se concretiza mediante la emisión y realización del contenido de actos administrativos.

**Bolaños, (2010)**<sup>30</sup> señala que la nueva gerencia o gestión pública es un movimiento originado desde algunos académicos y organismos internacionales que plantearon la necesidad de modernizar el funcionamiento de la Administración Pública, desde la perspectiva de la empresa privado o del sector privado.

**Cepeda, (2006)**<sup>31</sup> nos dice que es el compromiso que tienen los funcionarios públicos para mejorar la racionalidad, lo cual implica el buen aprovechamiento de los recursos materiales, financieros y humanos.

### 2.2.8 Gestión de la Calidad

La Gestión de la Calidad es un constructo multidimensional sobre el cual no existe aún una definición comúnmente aceptada, por lo que se trata de uno de esos términos que se utilizan para denominar cuestiones diferentes<sup>32</sup>.

Gestión de la calidad, es el conjunto de normas interrelacionadas de una empresa u organización por los

---

<sup>30</sup> Bolaños, Rolando (2010) Los cuadros gerenciales en la Administración Pública (San José: Universidad de Costa Rica, Revista Ciencias Económicas.

<sup>31</sup> Cepeda, Susana (2006) ¿Qué es la gerencia pública? (México: Universidad del Valle de México, revista institucional Episteme, Nos. 8 y 9, [www.uvmnet.edu](http://www.uvmnet.edu))

<sup>32</sup> Camisón, C., Cruz, S. y González, T. (2006) Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas, Pearson Educación, Madrid. p. 45

cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma, en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes.

La Gestión de la Calidad Total depende de un pleno compromiso e involucramiento de la alta gerencia de la organización, lo cual se traduce principalmente en<sup>33</sup>:

- Darle siempre al consumidor lo que él desea, hacer todo bien desde la primera vez y al menor costo posible,
- Establecimiento de una visión y una misión clara de la organización, desarrollo de estrategias, políticas y tácticas,
- Desarrollo y ejecución de los planes de trabajo, según los retos de la empresa,
- Fomento de un ambiente ameno, de justicia, honestidad, confianza, colaboración, camaradería, para facilitar la absorción del mensaje de la Calidad Total,
- Involucramiento de todo el personal,
- Creación y fomento del trabajo en equipo,
- Capacitación, entrenamiento y mejoramiento continuo, profesional y personal, de todo el recurso humano,
- Evaluación del desempeño de operaciones y establecimiento de reconocimientos y premios por éxitos obtenidos,

---

<sup>33</sup> <http://www.normas9000.com>

- Creación de una organización para impulsar la cultura de un ambiente de mejoras continuas, de innovación, respondiendo a tiempo a los retos,
  - Establecimiento de líneas de información y comunicación a todo nivel.
- **Los ocho principios de la gestión de la calidad<sup>34</sup>:**
- Organización enfocada al cliente
  - Liderazgo
  - Participación del personal
  - Enfoque basado en procesos
  - Gestión basada en sistemas
  - Mejora continua
  - Toma de decisiones basada en hechos
  - Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor
- **Elementos de un sistema de gestión de la calidad**
- ~ La estructura de la organización: Corresponde al organigrama de la empresa donde se jerarquizan los niveles directivos y de gestión.
  - ~ La estructura de responsabilidades: Implica a las personas y los departamentos, sus funciones y actividades.

---

<sup>34</sup> Icontec (2008) Norma Técnica Colombiana. NTC-ISO 9001(Tercera actualización).Bogotá.  
P. 4

- ~ Procedimientos: Corresponden al plan permanente de pautas detalladas para controlar las acciones de la organización.
- ~ Procesos: Integran la sucesión completa de operaciones dirigidos a la consecución de un objetivo específico.
- ~ Recursos: Corresponden a los recursos de infraestructura, económicos, humanos, técnicos, tecnológicos y de otro tipo, se definen de forma estable y circunstancial.

**Camisión et al. (2006)**<sup>35</sup> cabe preguntarse si tanta actividad refleja las necesidades de los usuarios de los conceptos y de los modelos, o bien son un mero reflejo de la necesidad de diferenciación de los emprendedores de los distintos modelos en una arena marcada igualmente por una competencia creciente.

**Senlle Andrés (2001)**<sup>36</sup> La Gestión de la Calidad lo cubre todo, ya que la calidad está presente en todos los departamentos, procesos y actividades de la organización. Por lo tanto Gestionar la Calidad implica desarrollar un sistema eficaz, un sistema que permita el desarrollo constante de la organización.

---

<sup>35</sup> Comisión Europea (2007) Patterns of Organisational Change in European Industry (PORCH) Ways to Strengthen the Empirical Basis of Research and Policy, Innovation Policy Unit Final Report, Dirección General de Empresa e Industria, Bruselas. p. 164

<sup>36</sup> Senlle Andrés (2001) ISO9000:2000, calidad en los servicios ediciones gestión. S.A.; Barcelona. p-25

## 2.2.9 Infraestructura

La infraestructura puede ser definida como las estructuras físicas y organizativas, redes o sistemas necesarios para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía. Los diferentes componentes de la infraestructura de una sociedad pueden existir ya sea en el sector público o privado, dependiendo como son poseídos, administrados y regulados (compartido con el sector gubernamental/privado según sea la propiedad y la administración, según ocurre en algunos casos) La infraestructura puede ser física o social, con las dos categorías definidas así:

- La infraestructura física constituye instalaciones públicas que unen partes de la ciudad y proporcionan los servicios básicos que la ciudad necesita para el funcionamiento, como la red de caminos y servicios públicos.
- La infraestructura social y económica incluye facilidades tales como hospitales, parques y jardines, centros comunitarios, librerías, entretenimiento e instalaciones para hacer compras, y edificios educativos.

**BID, (2000)**<sup>37</sup> definir a la infraestructura como el conjunto de estructuras de ingeniería e instalaciones por lo general, de larga vida útil que constituyen la base sobre la cual se produce la prestación de servicios considerados necesarios

---

<sup>37</sup> Banco Interamericano de Desarrollo (2000) Un nuevo impulso para la integración de la infraestructura regional en América del Sur. Ver en [http://www.iadb.org/intal/publicaciones/infraestructura\\_bid.pdf](http://www.iadb.org/intal/publicaciones/infraestructura_bid.pdf)

para el desarrollo de fines productivos, políticos, sociales y personales

Para **Barbero, (2011)** <sup>38</sup> las funciones del Estado en la prestación de servicios de infraestructura en un escenario post-reformas puede resumirse en cuatro aspectos: a) el planeamiento y la determinación de las políticas sectoriales; b) la regulación y el control de los servicios; c) el financiamiento; y d) la provisión de algunos servicios de infraestructura.

#### **2.2.10 Infraestructura Deportiva**

Se puede decir que es escenario Deportivo o Instalación Deportiva como un espacio físico en donde se desarrollan una o más actividades o disciplinas deportivas. Su dimensionamiento se realiza con base en especificaciones arquitectónicas, de ingeniería y deportivas. Los que dispongan de graderías para más de 500 espectadores, cerramiento, zonas de parqueo, servicios decamerinos, baterías sanitarias y servicios complementarios, tiene un nombre específico de acuerdo a la disciplina deportiva para la cual fue diseñado (Estadio, Coliseo, Velódromo, Patinódromo, etc.), estos escenarios también son utilizados para la presentación de espectáculos de carácter cultural, social o cívico. Movilizan gran cantidad de población.

Algunas instituciones profesionales incluirán el diseño, construcción, gestión y mantenimiento de la infraestructura

---

<sup>38</sup> Barbero, J., Castro, L., Abad, J. y Szenkman, P. (2011) Un transporte para la equidad y el crecimiento. Aportes para una estrategia nacional de movilidad y logística para la Argentina del Bicentenario. *Documento de Trabajo N° 79*. Buenos Aires: CIPPEC. pp. 15

deportiva y de recreación, la producción y el comercio de equipos y personal, en el sector.

#### **A. Intereses de la infraestructura deportiva<sup>39</sup>**

Están presentes en todos los tres grupos:

a) **Los intereses públicos:** en el ámbito de la infraestructura, del deporte y de la recreación, son el mayor y más importante para la regulación del sector y su futuro desarrollo. El contenido de los intereses públicos es el siguiente:

- El desarrollo sostenible de la infraestructura, del deporte y de la recreación
- La disponibilidad de programas y servicios para todas las personas
- La aumentación de la calidad de los programas y servicios
- Seguridad
- Gestión eficiente de la infraestructura pública y de programas que se financian con cargo a fondos públicos
- El control de la financiación pública.

b) **Los intereses del sector privado:** son los siguientes

- La sostenibilidad de negocios

---

<sup>39</sup> Escuela Internacional de administración de infraestructura deportiva y recreativa  
Copyright IASLIM, febrero de 2009. pp. 2

- El desarrollo de nuevos programas y servicios y su competencia de los mercados
  - El éxito de la comercialización
  - La obtención de beneficios
  - La rendición de las inversiones del capital.
- c) **La asociación público-privada:** es un área que se está desarrollando. Es una alianza aún no plenamente desarrollada y regulada por las leyes. Incluye la administración social, que está unificando los intereses públicos y privados en la infraestructura, en el deporte y en la recreación.

## **B. Las partes del interés**

El deporte, la recreación y las infraestructuras, se han convertido en un importante sector económico que genera unos millones de euros de volumen de los negocios y da trabajo a millones de empleados en todo el mundo. El sector se divide en los sectores públicos y privado y en la administración social, que combina los dos anteriores<sup>40</sup>.

---

<sup>40</sup> *Ibíd.* pp. 3





Las partes interesadas en el deporte, el ocio y las infraestructuras

- a) **El sector público:** abarca los estados, las comunidades locales, operadores de infraestructuras, las instituciones públicas y empresas a nivel local, regional y nacional, el deporte en general y otras asociaciones. La infraestructura del deporte y de la recreación, es, principalmente, la propiedad de las comunidades locales y está manejada por operadores públicos. Los operadores de infraestructuras públicas velan por la aplicación de los intereses públicos, la disponibilidad y la calidad de los servicios para todas las personas y la seguridad común. Los programas públicos incluyen la educación física, deporte para todos, la recreación, programas para los niños, los jóvenes, las mujeres, las personas

mayores y para los grupos especiales. Los programas, servicios y el uso de la infraestructura, dependen principalmente de la forma gratuita o de precios reducidos que se adapten al poder adquisitivo de la población local.

- b) **El sector privado:** incluye los propietarios y las empresas privadas, que poseen y operan la industria del turismo y la infraestructura recreativa y ofrecen una amplia gama del turismo, el de los deportes y programas de recreación y servicios. Todos los programas y servicios son pagados. Los precios son a menudo elevados, porque su disponibilidad es limitada. Al sector privado no se aplican los intereses públicos, sino se basa en el espíritu empresarial. Los propietarios buscan oportunidades del negocio rentable. La administración es profesional y ofrece una alta calidad de los servicios. Las operaciones son más eficientes que los del sector público. El sector privado no está dirigido hacia el desarrollo sostenible. A menudo hay intereses a corto plazo en ganancias fáciles.
  
- c) La **administración social:** abarca los intereses públicos y privados en el ámbito del deporte, la recreación y la infraestructura. Se trata de asociación público-privada. Este es un sector del crecimiento constante, que incluye nuevos tipos de organizaciones sin fines de lucro con la administración profesional. Se reúnen los intereses

públicos, mientras que las empresas operan como profesionales. Los órganos del control se componen de representantes de las autoridades locales y de la sociedad civil. Velan por la aplicación de los intereses de las comunidades locales, asociaciones civiles y la población. La administración profesional garantiza la eficacia de las operaciones, que generan beneficios que se reinvierten en la infraestructura, en los nuevos programas y en los servicios. Las organizaciones tienen contratos y cooperan con las comunidades locales.

### **2.2.11 Recursos Humanos**

Los recursos humanos son las personas que trabajan en una organización. Se han utilizado distintos términos para describir a estas personas: empleados, asociados, personal y recursos humanos. Ninguno de estos términos es mejor que otro, por lo que a menudo se utilizan de forma indistinta.<sup>41</sup>

**Dessler, Rodríguez (2005)**<sup>42</sup> denota ocho políticas para dividir a la Administración de Recursos Humanos (ARH), las cuales son:

1. Políticas de empleo
2. Políticas de remuneración
3. Políticas de seguridad y mejora de las condiciones de trabajo

---

<sup>41</sup> Gómez-Mejía, Balkin y Cardy, (2001) Dirección y Gestión de Recursos Humanos. Prentice Hall, Madrid. p. 91

<sup>42</sup> Dessler, G. (2005) Human resource management. 10.ma ed. New Jersey: Prentice-Hall.

4. Políticas de capacitación y desarrollo de capacidades (también llamadas competencias)
5. Políticas de información y comunicación (tanto interna como externa)
6. Políticas de implicación (participación del personal)
7. Políticas de relaciones profesionales (definición del campo y términos de negociación y de la concentración, así como la relación con los sindicatos)
8. Políticas de actividades sociales y culturales (maneja entre otros aspectos las relaciones con las familias de los empleados, a fin de lograr la integración y la lealtad de éstas hacia la empresa.

**Chiavenato, Idalberto (2002)**<sup>43</sup> La ARH produce impactos profundos en las personas y las organizaciones. La manera de tratar a las personas, buscarlas en el mercado, integrarlas y orientarlas, hacerlas trabajar, desarrollarlas, recompensarlas o monitorearlas y controlarlas en otras palabras, administrarlas en la organización, es un aspecto fundamental en la competitividad organizacional.

**Chiavenato (2000)**<sup>44</sup> también define a la los Recursos Humanos como un área interdisciplinaria, que involucra

---

<sup>43</sup> Chiavenato, Idalberto (2002) Administración de Recursos Humanos; 5ta Edición; Editorial Mc Graw Hill. Pp. 158

<sup>44</sup> Chiavenato I. (2000) Administración de3 Recursos Humanos 5ta Ed. McGraw Hill, Colombia. Pp. 149, 150, 167.

conceptos de “psicología industrial y organizacional, sociología organizacional, ingeniería industrial, derecho laboral, ingeniería de seguridad, medicina laboral, ingeniería de sistemas, cibernética, etc. También menciona que ésta puede referirse al nivel individual o a los niveles grupal, departamental, organizacional e incluso ambiental de la organización.

#### **A. Planificación de personal<sup>45</sup>**

La planificación de personal busca mantener y mejorar la habilidad de una organización para alcanzar los objetivos corporativos previamente establecidos. Para ello, desarrolla estrategias diseñadas para aumentar las contribuciones actuales y futuras de los trabajadores. La planificación de personal significa tener en cuenta el futuro y establecer qué tipo de personal y qué cultura empresarial queremos desarrollar y disponer a medio y largo plazo.

Las ventajas de la planificación de personal son:

- Contratación del número adecuado de trabajadores a todos los niveles de la jerarquía.
- La determinación de las necesidades de personal en cada momento es más fácil.
- Se ponen de manifiesto las áreas de alta productividad del personal.

---

<sup>45</sup> Sainz Fuertes, Antonio (1994) Gestión de Recursos Humanos) Alcalá de Henares. pp. 26

- Capacidad de predicción de las implicaciones que los cambios en los métodos de contratación, formación y promoción pueden conllevar.

La Planificación del Personal puede ser de dos tipos: Una dinámica y otra estática. La primera hace referencia a la previsión de necesidades humanas de todo orden y al estudio previo de la problemática que se producirá en determinado lapso de tiempo. La segunda se orienta al conocimiento de los seres humanos de la empresa en el presente y la utilización de los recursos disponibles y los análisis pasados que se hayan podido llevar a cabo<sup>46</sup>.

## **B. Trabajo en equipo**

El trabajar en equipo resulta fundamental y necesario en las empresas, ya que les da una estabilidad emocional y los trabajadores se sienten contentos y motivados.

La importancia del trabajo en equipo se fundamenta, entonces, en aspectos claves que tienen que ver con:

- ~ **Los Roles de los participantes.** Se refiere a los conocimientos, experiencia, pericia o habilidades de los integrantes el equipo, en este

---

<sup>46</sup> Paña Baztan, Manuel (1991) La Psicología y la Empresa. Tratamiento del factor humano, Madrid, Esade, pag: 427.

sentido se valora la importancia de la complementariedad por cuanto cada integrante hace un aporte diferente que permite la consecución de los resultados esperados.<sup>47</sup>

- ~ **La comunicación.** Es un factor definitivo que permite mantener enterados a todos los integrantes del equipo de lo que ocurre y establecer un clima organizacional adecuado por cuanto permite que se expresen los acuerdos y desacuerdos en la gestión que se realiza.
- ~ **Liderazgo.** Es un aspecto que permite motivar y animar a los integrantes al tener claridad en las metas que se persiguen.
- ~ **Compensación.** Cada integrante debe percibir que recibe, no sólo en el aspecto económico, el reconocimiento que merece, en muchas ocasiones el ritmo del equipo puede disminuir si no siente que recibe felicitaciones, bonificaciones o triunfos que les permite fortalecer su compromiso con el equipo.
- ~ **Compromiso.** Una vez que los integrantes del equipo establecen vínculos con los demás integrantes y que se identifican con los propósitos para los cuales está creado el grupo se genera el sentido de pertenencia que hace del

---

<sup>47</sup> Sánchez Pérez José (2006) Fundamentos del Trabajo en Equipo para equipos de trabajo. Madrid. Mc. Graw Hill. p. 66

compromiso una característica que cohesionaba mucho más a los miembros del equipo.

Las personas que participan en un equipo tienen algunas de las siguientes características:

- Conocimiento de la razón de ser del equipo en el cual participan.
- Interés por lo que ocurre en la vida del equipo de trabajo.
- Contribución al logro esperado.
- Sentido de pertenencia no sólo al equipo sino también a la organización.
- Saben qué se espera de ellas en su gestión.
- Apoyan a otros miembros del equipo cuando estos no desarrollan a plenitud sus compromisos
- Motivan y animan a todo el equipo
- Se alegra sinceramente del triunfo de sus integrantes
- Es solidario cuando debe serlo.
- Reflexiona e invita al equipo a revisar los resultados obtenidos.
- Integra a los recién llegados.



### 2.2.12 Capacitación

La capacitación es el proceso más importante en la gestión de recursos humanos, debido a la toma de decisiones que se tienen que optar en situaciones donde confluyen intereses comunes entre el candidato y la organización. Ambos, la organización y el postulante realizan esfuerzos paralelos para exponer su mejor presentación, por un lado, la organización trata de obtener los mejores recursos humanos del mercado laboral y, los postulantes con su interés de querer el puesto de trabajo, sea porque él considera importante a la organización o para acceder a una fuente que le permita satisfacer otras expectativas individuales.

Proceso de **Captación** de recursos humanos es de vital importancia para la organización, ya que del éxito de la ejecución de sus programas dependerá la atención satisfactoria de las necesidades de nuevo personal que responda a los requerimientos técnicos de sus unidades productivas o administrativas.<sup>48</sup>

**Koontz & Weihrich (2015)**<sup>49</sup> el "Captación de recursos humanos tiene como propósito de armonizar la satisfacción de las necesidades de los actores del mercado laboral: la organización y la persona; y se ejecuta a través de los programas de Reclutamiento, Selección e Inducción de Personal".

---

<sup>48</sup> Koontz, H / Weihrich, H. (2015) Administración: Una perspectiva global. 14.<sup>a</sup> ed. Editorial Mc Graw Hill. Pp. 87

<sup>49</sup> Ibid pp. 88

**Bohlander, y Skerman (2001)**<sup>50</sup> La Capacitación de personal es un programa importante en el Proceso de Habilitación de recursos humanos, cuyas acciones debidamente planificadas brindarán contenidos que exige el puesto de trabajo según los niveles de responsabilidad de las funciones o labores que cumplen y /o a la política de personal con respecto a los planes de carrera de la organización.

### **2.2.13 Logística**

Logística es utilizado de forma muy variada en distintos ámbitos de la actividad humana y con diversos significados, según el diccionario de la real academia de la lengua española encontramos que la logística es, en la tercera acepción. El conjunto de métodos para llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio, especialmente de distribución.

La misión de la logística es proveer los productos y servicios a los consumidores de acuerdo a sus necesidades y requerimientos, de la manera más eficiente posible, es decir, obtener los productos correctos, en el lugar correcto, en el tiempo correcto, y en las condiciones deseadas, mientras se hace la mayor contribución a la empresa.

**Romero (2013)**<sup>51</sup> Los beneficios de innovar en la cadena de abastecimiento, están basados en el orden y registro de cada uno de los datos asociados a unidades de

---

<sup>50</sup> Bohlander, Snell y Skerman (2001) Administración de recursos humanos. 12.<sup>a</sup> ed. International Thomson Editores. pp. 89

<sup>51</sup> Romero Eduardo (2013) Innovación logística: La importancia de la trazabilidad. Página consultada: <http://www.innovacion.gob>.

producción, unidades logísticas y unidades de despacho, la cuales están relacionadas a clientes y empresas

**Council of Logistics Management, (2012)**<sup>52</sup> describen la logística como: La parte del proceso de cadena de suministro que planifica, ejecuta y controla el avance eficiente, eficaz y flujo inverso de los bienes y el almacenamiento de bienes, servicios y, la información relacionada entre el punto de origen y el punto de consumo con el fin de cumplir con los requisitos de los cliente. En búsqueda de la eficiencia y eficacia ha habido una evolución hacia la participación de clientes y proveedores en el proceso de planificación logística, una forma de integración entre las empresas de canal que ha recibido el nombre de la fuente de Supply Chain Management (SCM). SCM es a menudo visto como la gestión del proceso integrado, donde su fin último abarca la integración del fabricante del componente más básico hasta el consumidor final.

**Koontz & Weihrich (2004)**<sup>53</sup> La logística de distribución trata toda la logística de una empresa como si fuera un sólo sistema, incluyendo las actividades que van desde el pronóstico de ventas, la compra, el procesamiento de materiales y el control de inventarios; hasta el embarque de los productos hacia su lugar de destino que, por lo general, son los puntos de venta.

---

<sup>52</sup> Council of Logistics Management. (2012) (I. E. Britannica, Producer) From. p. 34  
<http://www.britannica.com>

<sup>53</sup> Koontz, H. y Weihrich, H. (2004) Administración: una perspectiva global (12ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana. P. 135

**Casanovas y Cuatrecasas, (2003)**<sup>54</sup> La logística empresarial comprende la planificación, la organización y el control de todas las actividades relacionadas con la obtención, traslado y almacenamiento de materiales y productos, desde la adquisición hasta el consumo, a través de la organización y como un sistema integrado.

Para **Pau Cos (2001)**<sup>55</sup> La logística es el conjunto de técnicas y medios designados a gestionar el flujo de materiales e información, con el objetivo principal de satisfacer las necesidades, bienes y servicios, de un cliente o mercado, en términos de calidad, cantidad, lugar y momento.

### **Sistema logístico**

El sistema logístico considera los siguientes subsistemas:

- **Logística de Abastecimiento**, que agrupa las funciones de compras, recepción, almacenamiento y administración de inventarios, e incluye actividades relacionadas con la búsqueda, selección, registro y seguimiento de los proveedores.
- **Logística de Planta**, que abarca las actividades de mantenimiento y los servicios de planta (suministros de agua, luz, combustibles, etc.), como así también la seguridad industrial y el cuidado del medio ambiente.

---

<sup>54</sup> Casanovas A. y Cuatrecasas L. (2003) Logística Empresarial, Editorial Gestión 2000. P. 87

<sup>55</sup> Pau Cos, J. (2001) Manual de Logística Integral. España. Ediciones Díaz de Santos. p. 21

- **Logística de Distribución**, que comprende las actividades de expedición y distribución de los productos terminados a los distintos mercados, constituyendo un nexo entre las funciones de producción y de comercialización.

Los subsistemas de Abastecimiento y de Servicios de Planta pueden ser agrupados bajo la denominación de Logística de Producción, ya que ambos se relacionan íntimamente con las tareas propias de fabricación de bienes y/o prestación de servicios<sup>56</sup>.

#### **2.2.14 Satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente va a ser el resultado de comparar sus expectativas con la percepción del producto o servicio recibido.<sup>57</sup> Cuanto más positiva sea la percepción del cliente sobre el servicio recibido, y en la medida en que se corresponda con sus expectativas, mayor será la satisfacción del cliente.

La satisfacción del cliente se ha convertido en el más grande objetivo de las empresas de cualquier tipo (pequeñas, grandes, nacionales, internacionales, etc.), sin embargo no todas la logran y esto influye directamente en todos los departamentos de la empresa u organización.

---

<sup>56</sup> Anaya, J. (2007) Logística integral, la gestión operativa de la empresa (3ª ed.). Madrid: ESIC. p. 123

<sup>57</sup> Pérez, V. (2006) Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio, (1ª. ed.), España: Ideas propias editorial. pp. 62

**Pérez (2006)**<sup>58</sup> menciona que la satisfacción del cliente es una de las claves para asegurar una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o superar las expectativas que tienen los clientes respecto a la organización, determinando cuál es la necesidad que el cliente espera y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen.

La satisfacción del cliente será la mejora continua la vía más eficaz para lograr satisfacer las expectativas de los clientes.

**Lamb (2006)**<sup>59</sup> la satisfacción del cliente es la evaluación que hace de un bien o servicio en términos de si ha cumplido sus necesidades y expectativas. El no satisfacer necesidades y expectativas resulta en insatisfacción con el bien o servicio. Tener satisfechos a los clientes actuales es tan importante como atraer nuevos, y mucho menos costoso. Las empresas que tienen fama de dar altos niveles de satisfacción al cliente hacen las cosas de manera diferente de la de sus competidores.

### **2.2.15 Municipalidades**

Las Municipalidades del Perú, son entidades de la organización territorial del Estado y canales inmediatos de participación vecinal en los asuntos públicos que gestionan con autonomía los intereses propios de su comunidad; siendo elementos esenciales del gobierno local, el territorio, la población y la organización.

---

<sup>58</sup> Ibid. Pp. 78

<sup>59</sup> Lamb Ch., J. Hair y C. Mc Daniel (2006) Marketing. 8ª. Ed. Thomson, Bogotá, Colombia. pp. 63

## **Autonomía**

Los gobiernos locales gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia.

## **Finalidad**

Los gobiernos locales representan al vecindario, promueven la adecuada prestación de los servicios públicos locales y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción.

## **Tipos de Municipalidades**

Las municipalidades son provinciales o distritales. Están sujetas a régimen especial las municipalidades de frontera y la Municipalidad Metropolitana de Lima. Las municipalidades de centros poblados son creadas conforme a ley.

## **Funciones**

- Las funciones principales de las municipalidades son las siguientes:
- Las municipalidades deciden cómo se usarán los terrenos y los predios de su localidad. Por ejemplo, el tamaño de los lotes de terreno dependen de los permisos que otorguen las municipalidades; asimismo, el uso que se dará a las casas, si son sólo para residencia o para uso comercial.

- Se encargan de los servicios públicos básicos. Por ejemplo, la limpieza de las calles, hacer campañas de salud y recolectar la basura.
- Protección y conservación del medio ambiente. Por ejemplo, combatir la contaminación ambiental y cuidar el patrimonio cultural, histórico y paisajístico de su localidad.
- Promover el desarrollo económico de su localidad.
- Promover la participación vecinal, sobretodo en el uso y control de los recursos.
- Organizar servicios sociales para proteger a la población de menores recursos.

#### **2.2.16 Principios para la implantación de la calidad en áreas deportivas de entidades públicas y privadas**

Toda institución que se plantee la inquietud de implantar un proceso de mejora continua para renovar su posicionamiento en el mercado deberá impregnarse de la alta filosofía de la calidad de los servicios y además, deberá conocer y seguir los principios necesarios de este nuevo modelo de gestión. Estos diez principios vienen a sintetizar todos los postulados. Son los siguientes<sup>60</sup>:

- a) La calidad la definen los clientes. El juicio de la calidad de un servicio y de los programas de actividades es el

---

<sup>60</sup> García Ferrando, M. (2001) La gestión del deporte en el ámbito municipal: de la promoción a la fidelización del cliente. En M. Latiesa, P Martas y JL Paniza. Deporte y Cambio Social en el umbral del siglo XXI (295-317). Madrid. Librerías deportivas Esteban Sanz. p. 45



dato válido que ha de conocer el gestor deportivo, máxime si esta valoración se hace en relación a otro u otros programas similares de otras entidades con los que ya ha realizado. Partiendo que los detalles se convierten en una fuente desproporcionada de satisfacción, una vez garantizado el servicio básico, los gestores podrán jugar con ellos para marcar la diferencia.

- b) El proceso de calidad exige un adecuado liderazgo de la dirección. El líder formal puede ser también en alguna medida del líder informal por capacidad, personalidad y habilidad en la gestión. Sus principales actuaciones deberán ir encaminados a implantar un estilo de dirección participativo, con la delegación como función bien desarrollada, con la firme voluntad de cumplir siempre con los requisitos explicitados, facilita en gran medida la gestión de la calidad.
- c) La calidad es un factor estratégico de competencia y diferenciación al afectar de forma importante a su modelo de gestión, sus órganos de gobierno, sus instalaciones, los agentes colindantes y su oferta de servicio. De esta forma permitirá perfilar la diferenciación y posicionamiento en el mercado, máxime si en su misión se refleja su contribución tanto en la conservación y mejora del medio ambiente como a la mejora de la calidad de vida de los usuarios de su servicio.
- d) La calidad es una garantía de rentabilidad sostenida. Resulta más económico retener a un cliente que captar a

uno nuevo. Un cliente satisfecho es la mejor publicidad que puede tener un negocio. La mejora de la eficiencia y la eficacia de los procesos permitirán rentabilidad económica e invertir en la empresa. Teruelo (1996) establece que conseguir un cliente nuevo es 5 veces más costoso que retener o conservar un cliente.

- e) La calidad exige una actitud de mejora continuada y en permanente revisión, ya que las necesidades, sensaciones, valores e intereses de los usuarios van cambiando
- f) La calidad debe involucrar también a los proveedores de productos y servicios. Una relación beneficiosa favorece la calidad de ambos para crear valor.
- g) La prestación del servicio debe ser siempre de calidad. La prestación ha de estar sistematizada, con criterios estandarizados para que siempre tenga una misma calidad. Es importante el diseño de indicadores de calidad y descriptores del desarrollo de las operaciones.
- h) La calidad debe ser comunicada. Tanto el cliente externo como el cliente interno, han de conocer los criterios de la gestión estratégica. Es necesario tener muy en cuenta que la comunicación externa genera expectativas y que estos son comparados con el servicio realmente percibido por el cliente, lo que implica que prometer el oro y el moro, algo que no podemos luego servir, produce muchos inconvenientes.

- i) No se podrá exigir a los trabajadores una actitud de cortesía con el cliente, si previamente la dirección de la entidad local no se lo ha determinado como criterio de su labor profesional. Por lo que se ha de hacer un trabajo previo a la prestación del servicio, pormenorizado las competencias de todo el personal implicado así como la forma de prestar el servicio.
- j) La entidad es proveedor y cliente de sí misma. Con ello se consigue inculcar en el empleado la imagen de colaboración, cooperación de él con el resto de los empleados y viceversa, independientemente y principalmente con el nivel jerárquico, así como con los compañeros de igual nivel y sin olvidar el trato con el cliente.

### **2.2.17 Fidelización del Cliente Deportivo**

Las empresas son cada vez más conscientes que mantener a los clientes es más rentable que captar nuevos clientes, por lo que sus estrategias de trabajo se basan en implantar “planes de fidelidad”. Estos planes persiguen la “satisfacción del cliente” al conocer sus necesidades y convirtiéndolas en características intrínsecas del servicio prestado por la empresa.

**Cabrera (1998)**<sup>61</sup> los clientes comprometidos permanecerán más tiempo, compran con más frecuencia, comprarán más, gastarán más independientemente de los precios,

---

<sup>61</sup> Cabrera, MT (1998) Una aproximación ecléctica a la valoración de la satisfacción de los clientes de servicios deportivos municipales. En J. Martínez del Castillo. Deporte y Calidad de vida. Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz. pp. 270.

recomendarán más dichos servicios, tendrán menos en cuenta a la competencia y sentirán un sentimiento de compromiso.

**Dorado (2006)**<sup>62</sup> plantea que los planes de fidelidad deberán atemperar los efectos negativos que pueden tener elementos no estrictamente controlables:

- a. El compromiso de búsqueda de variedad por parte de los clientes.
- b. Los ataques de la competencia para quitar clientes.
- c. El efecto negativo de los nuevos entrantes potenciales.

Al tiempo que también ha de reforzar las variables bajo control:

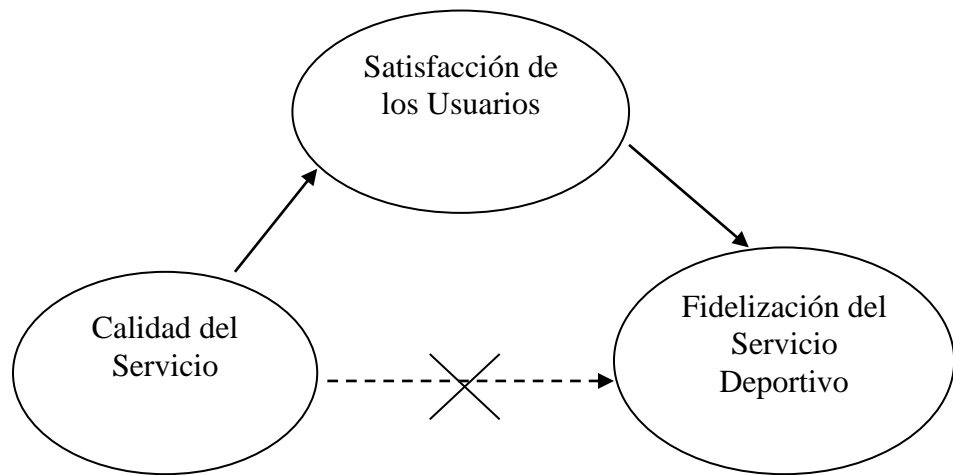
- d. Mejorar los índices de satisfacción de los clientes.
- e. Incremento de los costes de cambio.
- f. Incrementar el riesgo de cambio percibido.
- g. Incrementar los costes de aprendizaje/adaptación.
- h. Favorecer una racionalidad post compra positiva entre sus clientes.
- i. Favorecer la aceptación social del servicio.

En este proceso hacia la búsqueda de la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor, la empresa ha de asumir la

---

<sup>62</sup> Dorado, A. (2006) Análisis de la satisfacción de los usuarios del servicio deportivo municipal. INDEref - Revista de EF. p. 12

pérdida de clientes y la conservación de parte de ellos, así como la captación constante de nuevos clientes. A este proceso se le denomina como ciclo de marketing, un ciclo que se puede apreciar el ciclo de vida del cliente que entra en contacto con el servicio de una empresa. Si sus necesidades le impulsan a consumirlo, la empresa deberá poner en marcha todo el sistema de marketing para fidelizar a aquellos clientes que le sean de su interés, focalizando las estrategias en ellos para reforzar los vínculos entre cliente y empresa<sup>63</sup>.



La satisfacción de los clientes o usuarios como variable interviniente entre la calidad del servicio y su fidelización al mismo (Dorado y Gallardo, 2005)

---

<sup>63</sup> Dorado, a. y Gallardo, L. (2005) La gestión del deporte a través de la calidad. Barcelona. INDE. pp. 56

## 2.3 Marco Legal

### 2.3.1 Ley N° 28036: Ley de promoción y desarrollo del deporte<sup>64</sup>

#### Artículo 1.- Principios Fundamentales

1. La promoción y desarrollo de la educación física, la recreación y el deporte como actividad de interés nacional.
2. Propiciar el acceso de la persona humana a la actividad deportiva, recreativa y la educación física.
3. La práctica del deporte y la recreación como factores educativos coadyuvantes a la formación y desarrollo integral de la persona, que les permita alcanzar su bienestar.
4. Promover la práctica del deporte como factor inherente de la salud física y mental de la persona.
5. Democratizar e institucionalizar el sistema deportivo nacional, garantizando a las personas las condiciones de acceso a las diferentes disciplinas deportivas, sin distinción y/o discriminación alguna.
6. El fomento de la práctica de competencias deportivas en procura de alcanzar un alto nivel en el desarrollo de las mismas, asegurando que las representaciones del deporte peruano a nivel internacional sean la real expresión de la jerarquía cultural y deportiva del país.

---

<sup>64</sup> Diario Oficial El Peruano (23/07/2003)

7. Establecer relaciones convergentes y armoniosas entre las tres áreas de acción del deporte nacional: Deporte Para Todos, Deporte Estudiantil y el Deporte de Afiliados.
8. Establecer la promoción de la cultura deportiva en el país.
9. Generar conciencia nacional de la importancia y valores de la educación física, la práctica del deporte y la recreación.
10. Fomentar la masificación del deporte, como un instrumento para la recreación y esparcimiento de la población y en especial de los niños y los jóvenes.
11. Establecer la práctica del deporte como un auténtico medio de equilibrio y estabilidad social.

### **Artículo 3.- Objeto de la Ley<sup>65</sup>**

El objeto de la presente Ley es lo siguiente: 1. Desarrollar y promover en forma orgánica y descentralizada el deporte en general como actividad física de la persona en sus diferentes disciplinas y modalidades. 2. Regular y fiscalizar, en el ámbito nacional, la transparencia y el uso eficiente de la infraestructura y los recursos económicos públicos a cargo del ente rector del deporte y las federaciones deportivas, para el cumplimiento de la política del deporte en general y planes en educación física, recreación y deporte. 3. Establecer los deberes del sector público, sector privado y la sociedad que asumen responsabilidad en el desarrollo del deporte en general.

---

<sup>65</sup> Artículo modificado por el Artículo 1 de la Ley N° 29544, (24 junio 2010)

## **Artículo 5.- Fines Son fines de la presente<sup>66</sup>**

Ley los siguientes:

1. Promover la práctica masiva del deporte en general a través de sus componentes: la educación física, la recreación y el deporte.
2. Regular la participación del Estado, el sector privado y la sociedad en el desarrollo del deporte en general.
3. Desarrollar los componentes del deporte en general a través de las áreas deportivas del ente rector.
4. Alcanzar el nivel óptimo de infraestructura, equipamiento, recursos y asistencia técnica que garantice el desarrollo de cada componente del deporte en general: el deporte, la recreación y la educación física.
5. Formar mejores deportistas, dirigentes y técnicos mediante la capacitación y evaluación permanente y sostenida.
6. Promover y desarrollar el área de la investigación optimizando la aplicación de las ciencias y la tecnología para el desarrollo del deporte en general, entre otros, la medicina deportiva.
7. Promover la actividad física entre las personas con discapacidad, estimular el desarrollo de sus habilidades físicas y mentales y garantizar su acceso al deporte en general, en forma organizada.

---

<sup>66</sup> Artículo modificado por el Artículo 1 de la Ley N° 29544, (24 junio 2010)



8. Promover y coadyuvar a la enseñanza y práctica obligatoria de la educación física en las etapas del sistema educativo.
9. Proteger al deportista en la práctica de la educación física y el deporte.
10. Crear en el ámbito nacional una moderna y globalizada estructura del Sistema Deportivo Nacional, que permita integrar, en forma coordinada y concertada al Gobierno Nacional, los gobiernos regionales, los gobiernos locales, el sector privado y la sociedad para beneficio del deporte en general.
11. Regular la facultad fiscalizadora del ente rector sobre el Sistema Deportivo Nacional (SISDEN) y las federaciones deportivas para el cumplimiento de la política y los planes del deporte en general; así como para el adecuado y eficiente uso de los recursos económicos y la infraestructura deportiva.

**Artículo 6.- Sistema Deportivo Nacional (SISDEN)<sup>67</sup>**

El Sistema Deportivo Nacional (SISDEN) es el conjunto de organismos públicos y privados, estructurados e integrados funcionalmente, que articulan y promueven el desarrollo del deporte en general a nivel nacional, regional y local. Está conformado por los siguientes organismos:

1. El Instituto Peruano del Deporte (IPD).
2. El Comité Olímpico Peruano (COP).
3. Los gobiernos regionales a través de los consejos regionales del deporte.
4. Los gobiernos locales.

---

<sup>67</sup> Artículo modificado por el Artículo 1 de la Ley N° 29544, (24 junio 2010)

4. Las organizaciones deportivas públicas, privadas y comunales.
5. Las universidades.
6. Los institutos superiores.
7. Las Fuerzas Armadas.
8. La Policía Nacional del Perú.
9. Las instituciones educativas.
10. Los centros laborales.
11. Las comunidades campesinas y nativas.
12. Los colegios profesionales del Perú.

### **2.3.2 Ley N° 27972: Ley Orgánica de Municipalidades<sup>68</sup>**

**Artículo 73.-** Materias de Competencias Municipal...“ Las municipalidades, tomando en cuenta su condición de municipalidad provincial o distrital, asumen las competencias y ejercen las funciones específicas señaladas en el Capítulo II del presente Título, con carácter exclusivo o compartido, en las materias siguientes: 2.3. Educación, cultura, deporte y recreación.

**Artículo 82.-Educación, Cultura, Deportes y Recreación:** Las municipalidades, en materia de educación, cultura, deportes y recreación, tienen como competencias y funciones específicas compartidas con el gobierno nacional y el regional las siguientes: 18. Normar, coordinar y fomentar el deporte y la

---

<sup>68</sup> Diario Oficial El Peruano (27/05/ 2003)

recreación de la niñez y del Vecindario en general, mediante la construcción de campos deportivos y recreacionales o el empleo temporal de zonas urbanas apropiadas, para los fines antes indicados.

## 2.4 Glosario de términos

**Administración:** Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el empleo de los recursos organizacionales para conseguir determinados objetivos con eficiencia y eficacia<sup>69</sup>.

**Calidad:** aquella propiedad o al conjunto de ellas que están presentes en las personas o en las cosas y que son las que en definitivas cuentas nos permitirán apreciarlas y compararlas con respecto a las restantes que también pertenecen a su misma especie o condición<sup>70</sup>.

**Calidad de Atención:** Categoría histórica concreta que expresa la armonía entre los servicios prestados, el sistema de normas valorativas y expectativas existentes referentes a la atención de la salud.

**Campañas:** Es una iniciativa organizada para ejercer presión pública sobre instituciones y personas a fin de influir en sus acciones.

**Comunicación:** La comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

---

<sup>69</sup> Werther William B., JR.; Davis, Keith (1996) Administración de personal y recursos humanos. 5ª ed. McGraw Hill pp. 122

<sup>70</sup> <http://www.definicionabc.com/general/calidad.php>

**Capacitación:** Es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales. Puede ser interna o externa, de acuerdo a un programa permanente, aprobado y que pueda brindar aportes a la institución.<sup>71</sup>

**Cliente:** es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

**Control de gestión:** Instrumento, gerencial, integral y estratégico que, apoyado en indicadores, índices y cuadros producidos en forma sistemática, periódica y objetiva, permite que la organización sea efectiva para captar recursos, eficiente y objetiva, permite que la organización sea efectiva para captar recursos, eficiente para transformarlos y eficaz para canalizarlos.<sup>72</sup>

**Conformidad:** Es el grado hasta el cual los miembros de un grupo social cambiarán su comportamiento, opiniones y actitudes para encajar con las opiniones del grupo.

**Desempeño laboral:** Es la forma en que los empleados realizan su trabajo. Éste se evalúa durante las revisiones de su rendimiento, mediante las cuales un empleador tiene en cuenta factores como la capacidad de liderazgo, la gestión del tiempo, las habilidades

---

<sup>71</sup> <http://definicion.com.mx/capacitacion.html>

<sup>72</sup> Beltrán J: Jesús M. (2000) Indicadores de Gestión. Segunda edición. Bogotá, D.C: 3R editores. pp. 25

organizativas y la productividad para analizar cada empleado de forma individual.<sup>73</sup>

**Eficiencia:** Relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se entiende que la eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo.<sup>74</sup>

**Estrategias:** Es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes<sup>75</sup>

**Estructura organizacional:** La estructura organizacional es fundamental en todas las empresas, define muchas características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras.<sup>76</sup>

**Gestión:** Conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.<sup>77</sup>

---

<sup>73</sup> <http://www.ehowenespanol.com/definicion-desempeno-laboral>

<sup>74</sup> Andrade Simón (2005) Diccionario de Economía. 3era Edición, Editorial Andrade.P. 253.

<sup>75</sup> Munuera Alemán, José Luis, et. al. (2006) Estrategias de Marketing de la Teoría a la práctica. Graficas Dehon. España. Pág. 81.

<sup>76</sup> <http://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional>

<sup>77</sup> <http://definicion.de/gestion/>

**Gestión de calidad:** Consiste en la totalidad de los medios por los cuales se logra la calidad, es decir, cómo piensan la alta dirección sobre calidad; así la gestión de calidad incluye tres procesos: planificación de la calidad, control de calidad y mejora de la calidad<sup>78</sup>.

**Gestión de Recursos Humanos:** Proceso administrativo aplicado al incremento y preservación del esfuerzo, las prácticas, la salud, los conocimientos, las habilidades, etc., de los miembros de la estructura, en beneficio de un sujeto, de la propia organización y del país en general.

**Infraestructura:** Vienen a ser las estructuras físicas y organizativas, redes o sistemas necesarios para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía.

**Liderazgo:** es la función que ocupa una persona que se distingue del resto y es capaz de tomar decisiones acertadas para el grupo, equipo u organización que preceda, inspirando al resto de los que participan de ese grupo a alcanzar una meta común<sup>79</sup>.

**Planificación:** es el proceso sistemático y consciente de tomar decisiones acerca de metas y actividades que una organización llevará a cabo en el futuro.<sup>80</sup>

**Posicionamiento:** Es el lugar mental que ocupa la concepción del producto y su imagen cuándo se compara con el resto de los productos o marcas competidoras, indica además que los

---

<sup>78</sup> Beltrán J., Jesús Mauricio (1999) Indicadores de Gestión Herramientas para lograr la Competitividad. 3R Editores. p. 39

<sup>79</sup> <http://definicion.de/liderazgo/>

<sup>80</sup> Thomas Bateman y Scott Snell (2005) Administración un nuevo panorama competitivo. MacGraw Hill, 6ª Edición, México. p. 110

consumidores piensan sobre las marcas y productos que existen en el mercado.

**Responsabilidad:** es la virtud o disposición habitual de asumir las consecuencias de las propias decisiones, respondiendo de ellas ante alguien. Responsabilidad es la capacidad de dar respuesta de los propios actos<sup>81</sup>.

**Satisfacción:** Es el cumplimiento del deseo o del gusto, en términos psicológicos la satisfacción se da cuando existe un estado de placer de un organismo al haber logrado la meta de las tendencias motivadoras dominantes<sup>82</sup>.

**Servicio:** Para los efectos de esta guía entiéndase por servicio, al ambiente, equipamiento y / o recursos humanos, donde se efectúan los procesos. Estos pueden ser asistenciales, administrativos y de apoyo a la atención médica.

**Trabajo en equipo:** Se denomina trabajo en equipo a la mutua colaboración de personas a fin de alcanzar la consecución de un resultado determinado. Desde esta perspectiva, el trabajo en equipo puede hacer referencia a determinados deportes, a la cooperación con fines económicos o sociales, a las iniciativas que se toman en forma conjunta en el área de la política, etc.

---

<sup>81</sup> Fundación "La Caixa". <http://www.fundacioncanfranc.org/>

<sup>82</sup> Guillén, G. C. & Guil, B. R. (2000) Psicología del Trabajo para las Relaciones Laborales. México: Ed. McGraw-Hill. p. 165

## **CAPITULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **3.1. General**

La calidad de servicio influye positivamente en la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

### **3.2. Hipótesis Específicas**

- a) La infraestructura influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.
- b) La capacitación del personal influye positivamente en la satisfacción en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.
- c) La logística influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.
- d) La seguridad influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.



### 3.3. Identificación de las Variables

#### Variable Independiente (VI)

Calidad del servicio

#### Variable Dependiente (VD)

Satisfacción del usuario

### 3.4. Definición Operacional de las Variables

VARIABLES	INDICADORES
VI: Calidad del servicio	<ul style="list-style-type: none"><li>• Infraestructura</li><li>• Logística</li><li>• Capacitación</li><li>• Seguridad</li><li>•</li></ul>
VD: Satisfacción del usuario	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nivel de seguridad en la atención al usuario</li><li>• Número de elementos Tangibles</li><li>• Grado de fiabilidad</li></ul>

### 3.5. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>General</p> <p>¿De qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?</p>	<p>General</p> <p>Determinar de qué manera la calidad de servicio influye con la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p>	<p>General</p> <p>La calidad de servicio influye positivamente en la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p>	<p>VI:</p> <p>Calidad del servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Logística</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Seguridad</li> </ul>
<p>Específicos</p> <p>a. ¿De qué manera la infraestructura influye con la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?</p> <p>b. ¿De qué manera la capacitación de personal influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?</p> <p>c. ¿De qué manera la logística influye en la satisfacción en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?</p> <p>d. ¿De qué manera la seguridad influye en la satisfacción de los en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?</p>	<p>Específicos</p> <p>a. Evaluar de qué manera la infraestructura influye en la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p> <p>b. Determinar de qué manera la capacitación de personal influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p> <p>c. Determinar de qué manera la logística influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p> <p>d. Determinar de qué manera la seguridad influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p>	<p>Específicos</p> <p>a. La infraestructura influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja</p> <p>b. La capacitación del personal influye positivamente en la satisfacción en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p> <p>c. La logística influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p> <p>d. La seguridad influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p>	<p>VD:</p> <p>Satisfacción del usuario</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de seguridad en la atención al usuario</li> <li>• Número de elementos Tangibles</li> <li>• Grado de fiabilidad</li> </ul>

## CAPITULO IV: METODOLOGÍA

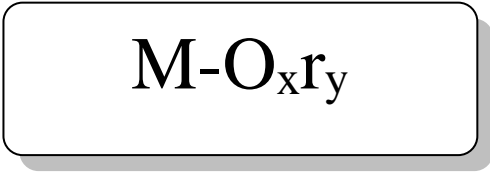
### 4.1. Tipo de Investigación

Por la manera como se ha planteado el estudio, el tipo de investigación es una investigación básica en razón de que nos permitirá responder a las interrogantes y objetivos de la investigación, utilizando los conocimientos de la normatividad del objeto de estudio.

### 4.2. Diseño de Investigación

El diseño corresponde a la investigación no experimental, es decir no se manipula ninguna variable.

**Diseño específico es el siguiente:**



**M-O<sub>x</sub>r<sub>y</sub>**

**Donde:**

M = Muestra

O = Observación

x = Calidad de usuario

y = Satisfacción del usuario

r = en relación de

### 4.3. Unidad de análisis

La Unidad de análisis Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente en los Polideportivos Municipales.

### 4.4. Población

#### Población

Considerando los lineamientos la población estuvo constituida por 195 usuarios de Los Polideportivos Municipales.

### 4.5. Muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó el muestreo aleatorio simple a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N pq}{E^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

#### Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población (195)

Z = Nivel de confianza (1.96)

p = Tasa de prevalencia de objeto de estudio  
(0.50)

q = (1-p) = 0.50

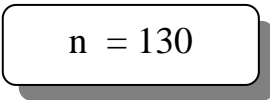
E = Error de precisión 0.05

**Entonces:**

$$n = \frac{(1.96)^2 (195) (0.50) (0.50)}{(0.05)^2 (195 - 1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{187.278}{0.4825 + 0.9604}$$

$$n = \frac{187.278}{1.4429}$$



n = 130

Usuarios de los Polideportivos Municipales.

#### **4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **Técnicas de Recolección de Datos**

Las principales técnicas a utilizadas fueron las siguientes:

- a) **Técnicas de Recolección de Información Indirecta.-** Recopilación de información existente en fuentes bibliográficas, hemerográficas y estadísticas; recurriendo a libros, revistas especializadas, periódicos, trabajos de investigaciones anteriores y otros.
- b) **Técnicas de Recolección de Información Directa.-** Se obtuvo mediante la aplicación de encuestas con muestras representativas de la población citada, también se aplicó técnicas de entrevistas y de observación directa.

- c) **Técnicas de Muestreo.**- Aleatorio simple y determinación del tamaño de la muestra.

### **Instrumentos**

El principal instrumento que se utilizó es el cuestionario que será dirigida a la muestra seleccionada en forma aleatoria, observando criterios metodológicos para determinar sus términos.

### **4.7. Procesamiento de Datos**

Entre las principales técnicas que se aplicó en este estudio tenemos:

- La codificación
- La tabulación
- Técnicas estadísticas

Estas técnicas permitieron clasificar los datos, para la presentación en tablas, de esta manera, poder interpretar dicha información.

### **4.8. Prueba de la Hipótesis**

La prueba de la hipótesis a realizada fue la prueba chi cuadrado que consiste en determinar la existencia de relación o no entre las variables de investigación.

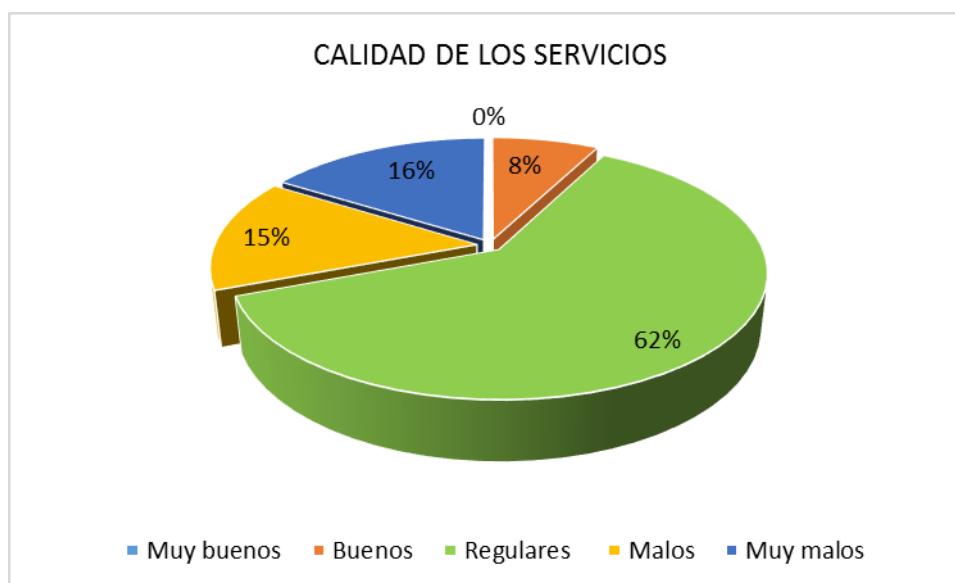
## CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

### 5.1. Análisis e Interpretación de los Resultados

CUADRO N° 01

CALIDAD DE LOS SERVICIOS		
Respuestas	Nº	%
Muy buenos	0	0%
Buenos	10	8%
Regulares	80	62%
Malos	19	15%
Muy malos	21	16%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 01

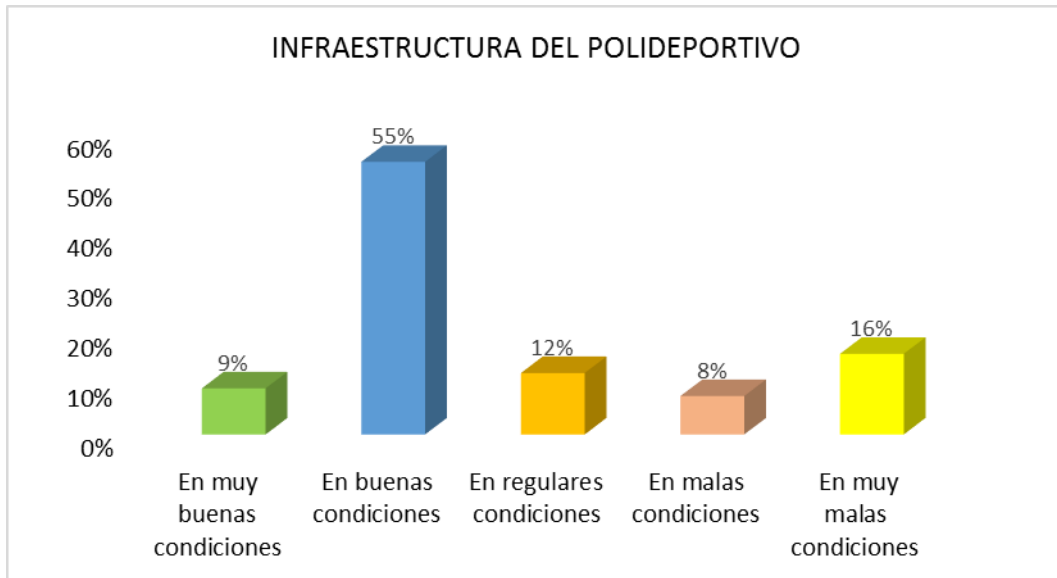


A la pregunta de cómo son los servicios ofrecidos por el Polideportivo de la Municipalidad Distrital de San Borja, el 0% respondió que son muy buenos, el 8% respondió que son buenos, el 62% respondió que son regulares, el 15% respondió que son malos y el 16% respondió que son muy malos.

CUADRO N° 02

INFRAESTRUCTURA DEL POLIDEPORTIVO		
Respuestas	Nº	%
En muy buenas condiciones	12	9%
En buenas condiciones	71	55%
En regulares condiciones	16	12%
En malas condiciones	10	8%
En muy malas condiciones	21	16%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 02



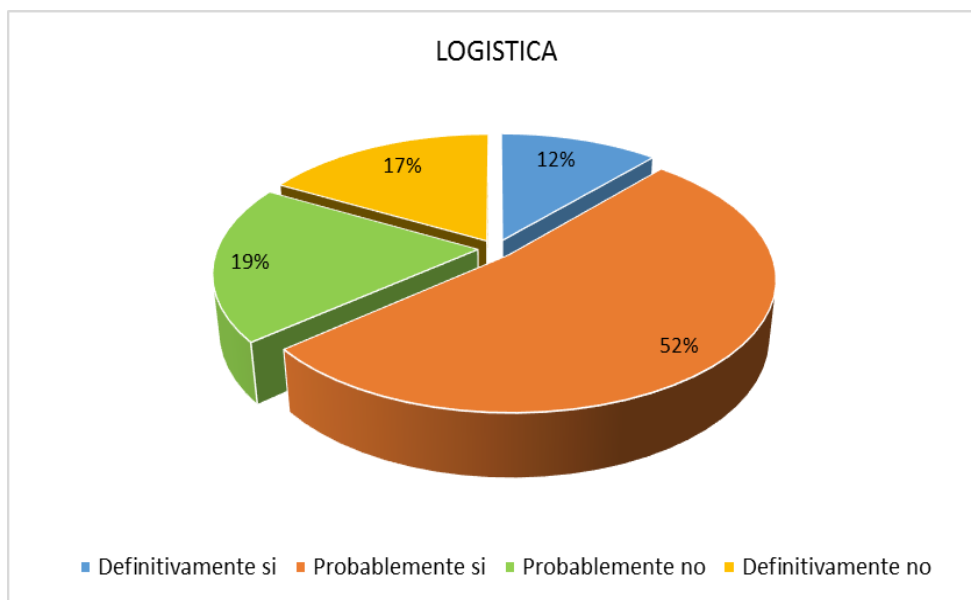
A la pregunta cómo se encuentra la infraestructura del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja, el 9% respondió que en muy buenas condiciones, el 55% respondió que está en buenas condiciones, el 12% respondió que en regulares condiciones, el 8% respondió que en malas condiciones y el 16% respondió que en muy malas condiciones.



CUADRO N° 03

LOGISTICA		
Respuestas	Nº	%
Definitivamente si	15	12%
Probablemente si	68	52%
Probablemente no	25	19%
Definitivamente no	22	17%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 03

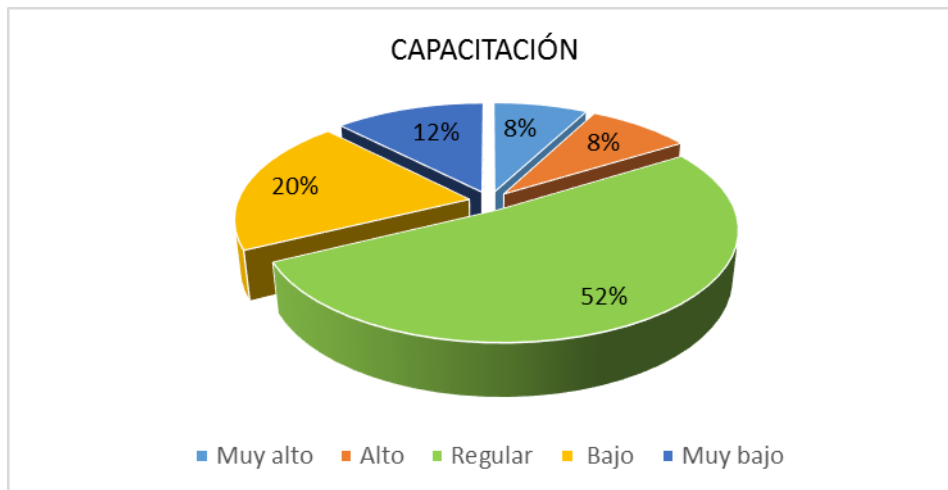


A la pregunta si es que el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja cuenta con la Logística (medios y materiales) necesarios para el desarrollo de sus actividades cotidianas, el 12% respondió que definitivamente sí, el 52% respondió que probablemente sí, el 19% respondió que probablemente no y el 17% respondió que definitivamente no.

CUADRO N° 04

CAPACITACIÓN		
Respuestas	Nº	%
Muy alto	10	8%
Alto	11	8%
Regular	67	52%
Bajo	26	20%
Muy bajo	16	12%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 04

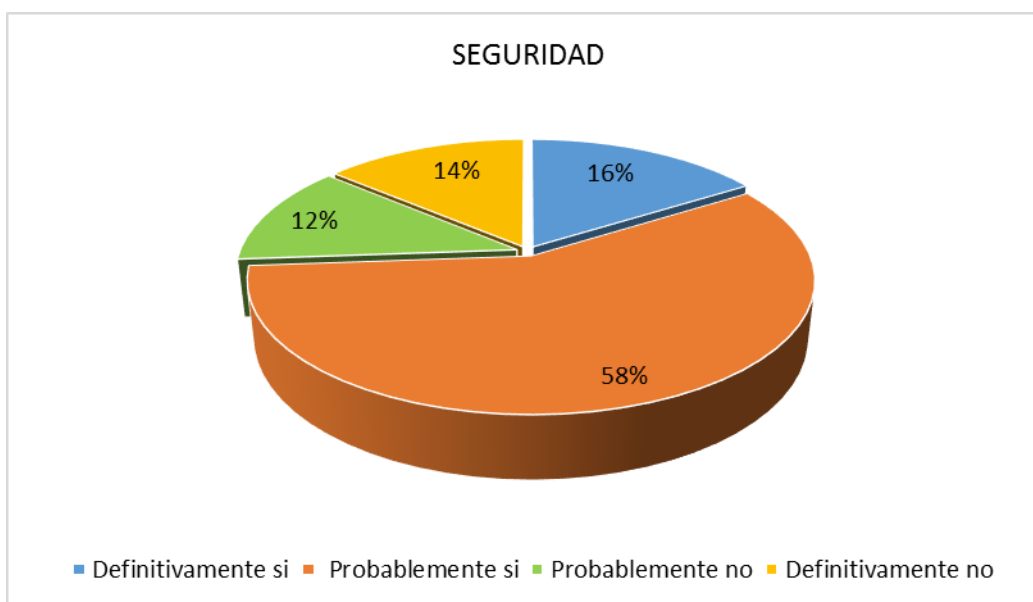


A la pregunta de cuál es el nivel de capacitación con que cuentan los trabajadores para la atención a los usuarios del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja, el 8% respondió que es muy alto, el 8% respondió que alto, el 52% respondió que regular, el 20% respondió que bajo y el 12% respondió que muy bajo.

CUADRO N° 05

SEGURIDAD		
Respuestas	Nº	%
Definitivamente si	21	16%
Probablemente si	75	58%
Probablemente no	16	12%
Definitivamente no	18	14%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 05

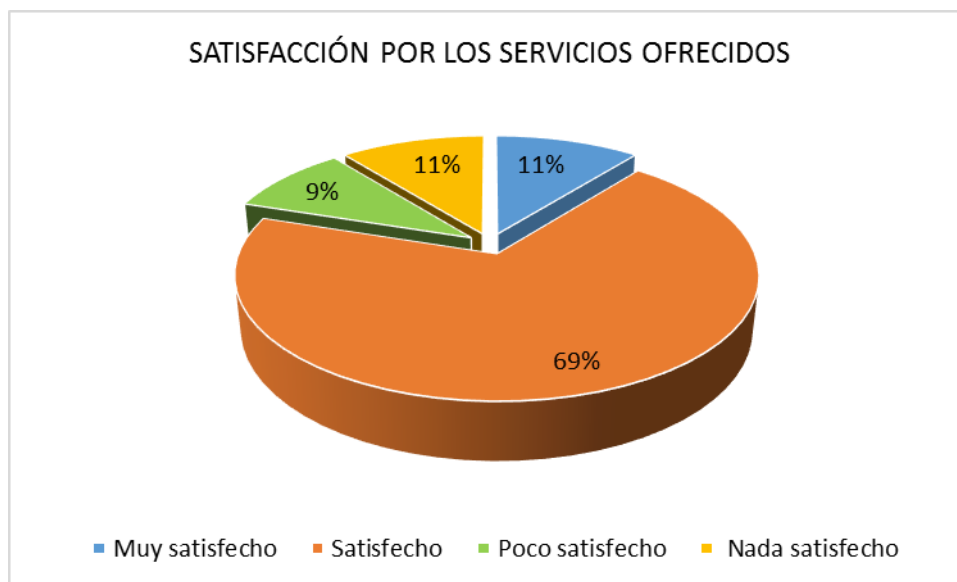


A la pregunta si es que existe Seguridad para los usuarios en las instalaciones del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja, el 16% respondió que definitivamente sí, el 58% respondió que probablemente sí, el 12% respondió que probablemente no y el 14% respondió que definitivamente no.

CUADRO N° 06

SATISFACCIÓN POR LOS SERVICIOS OFRECIDOS		
Respuestas	Nº	%
Muy satisfecho	14	11%
Satisfecho	90	69%
Poco satisfecho	12	9%
Nada satisfecho	14	11%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 06

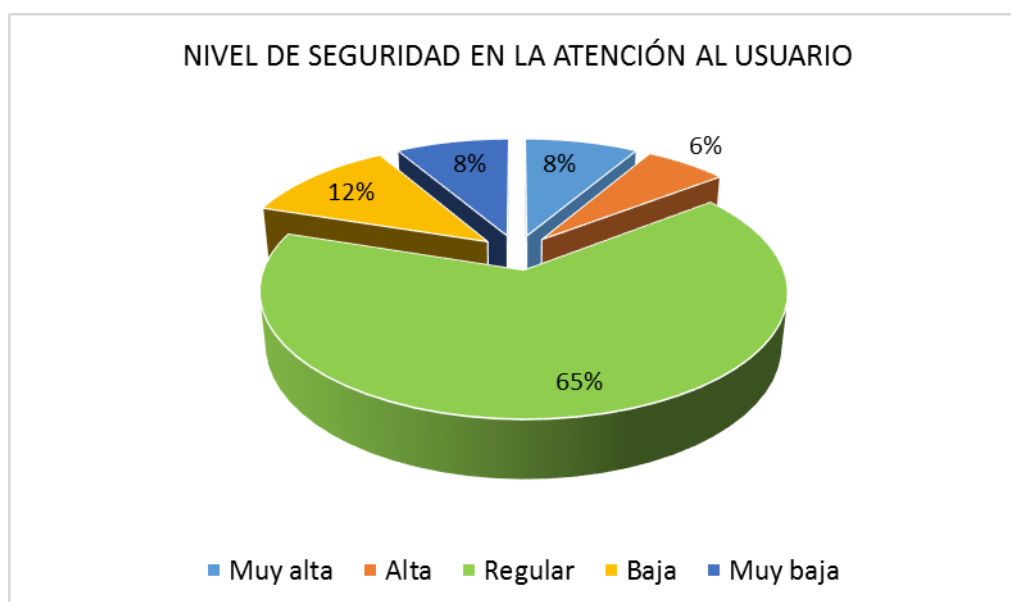


A la interrogante de qué tan satisfecho se encuentra con los servicios ofrecidos por el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja, el 11% respondió estar muy satisfecho, el 69% respondió estar satisfecho, el 9% respondió estar poco satisfecho y el 11% respondió estar nada satisfecho

CUADRO N° 07

NIVEL DE SEGURIDAD EN LA ATENCIÓN AL USUARIO		
Respuestas	Nº	%
Muy alta	11	8%
Alta	8	6%
Regular	85	65%
Baja	15	12%
Muy baja	11	8%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 07

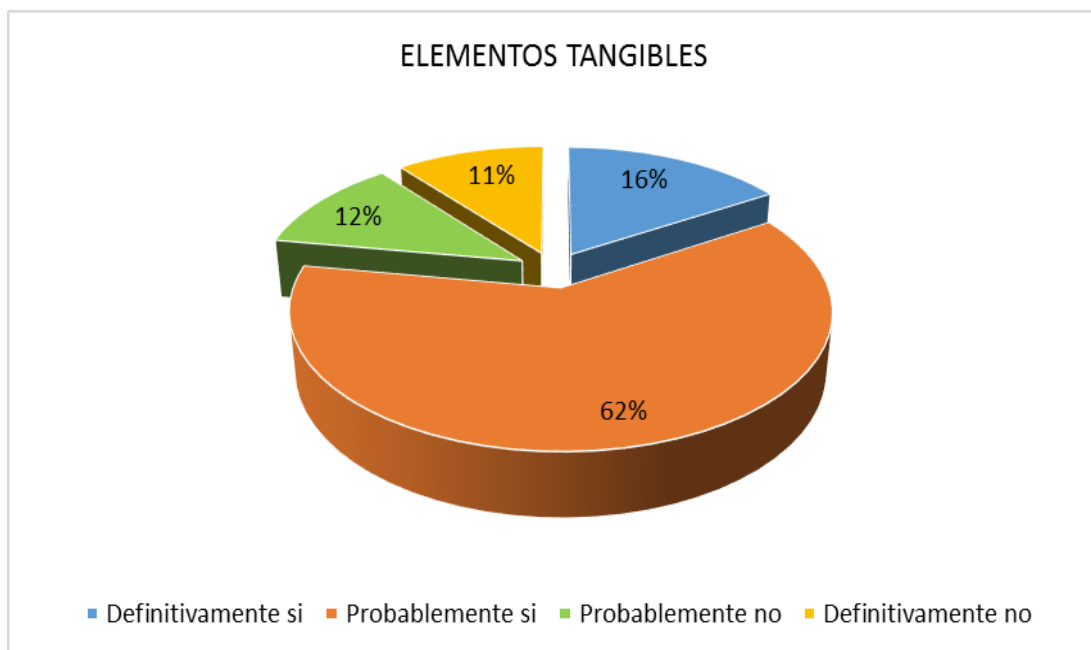


A la pregunta de qué nivel de seguridad se ha observado en la atención al usuario ofrecida por los trabajadores del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja, el 8% respondió que es muy alta, el 6% respondió que es alta, el 65% respondió que es regular, el 12% respondió que es baja y el 8% respondió que es muy baja.

CUADRO N° 08

ELEMENTOS TANGIBLES		
Respuestas	Nº	%
Definitivamente si	21	16%
Probablemente si	80	62%
Probablemente no	15	12%
Definitivamente no	14	11%
<b>Total</b>	130	100%

GRÁFICO N° 08

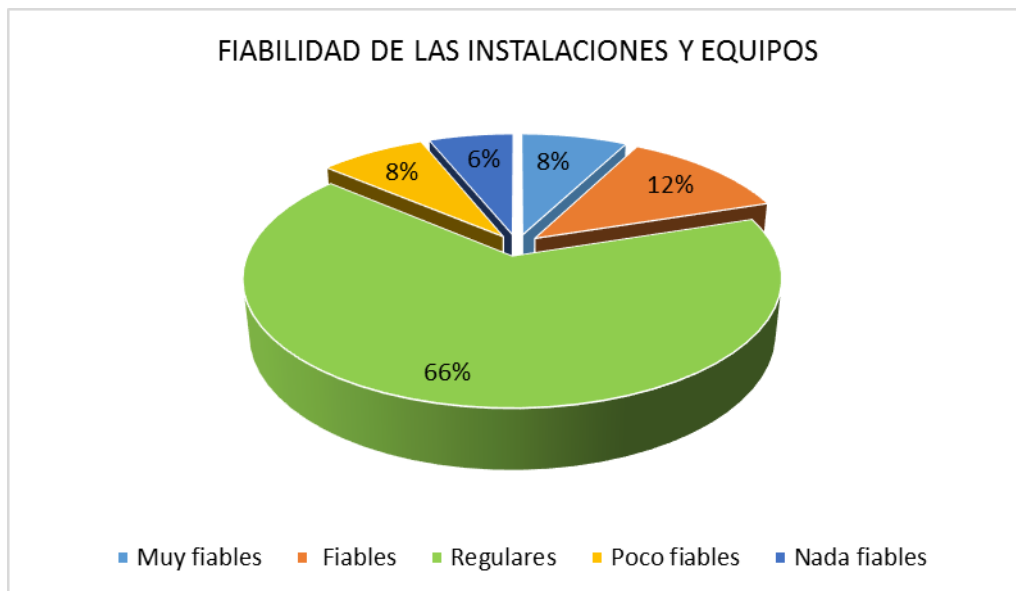


A la interrogante de que si el número de elementos Tangibles (Las instalaciones físicas y el equipo de la organización) con que cuenta el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja satisface las expectativas de los usuarios, el 16% respondió que definitivamente si, el 62% respondió que probablemente sí, el 12% respondió que probablemente no y el 11% respondió que definitivamente no.

CUADRO N° 09

FIABILIDAD DE LAS INSTALACIONES Y EQUIPOS		
Respuestas	Nº	%
Muy fiables	10	8%
Fiables	16	12%
Regulares	86	66%
Poco fiables	10	8%
Nada fiables	8	6%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 09

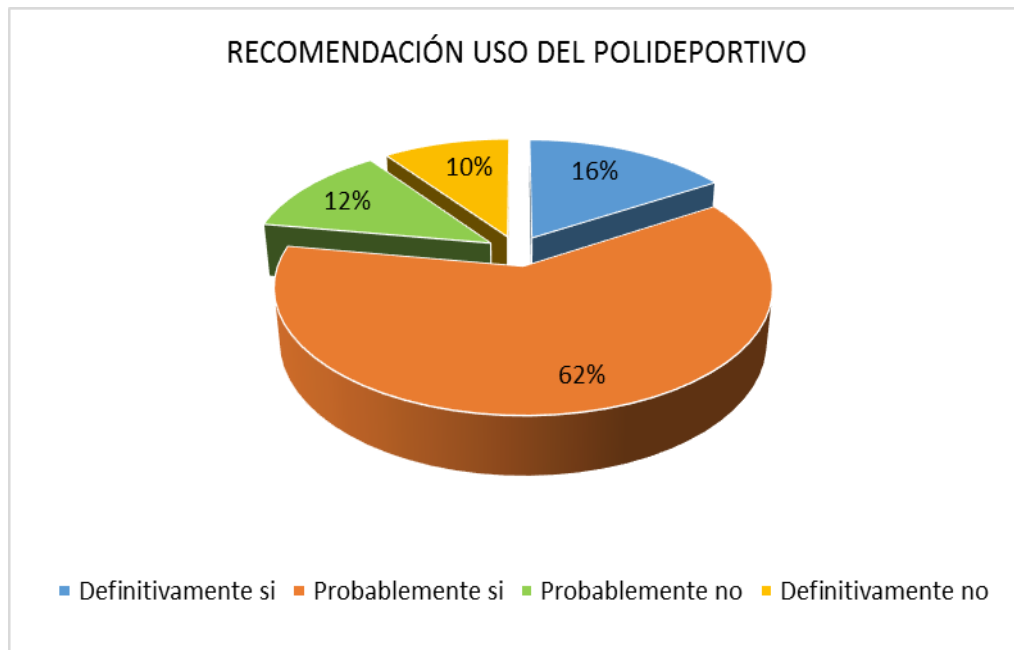


A la pregunta de qué tan fiables son las instalaciones y los equipos usados diariamente en el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja, el 8% respondió que son muy fiables, el 12% respondió que son fiables, el 66% respondió que son regulares, el 8% respondió que son poco fiables y el 6% respondió que es nada fiables.

CUADRO N° 10

RECOMENDACIÓN USO DEL POLIDEPORTIVO		
Respuestas	Nº	%
Definitivamente si	21	16%
Probablemente si	80	62%
Probablemente no	16	12%
Definitivamente no	13	10%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 10



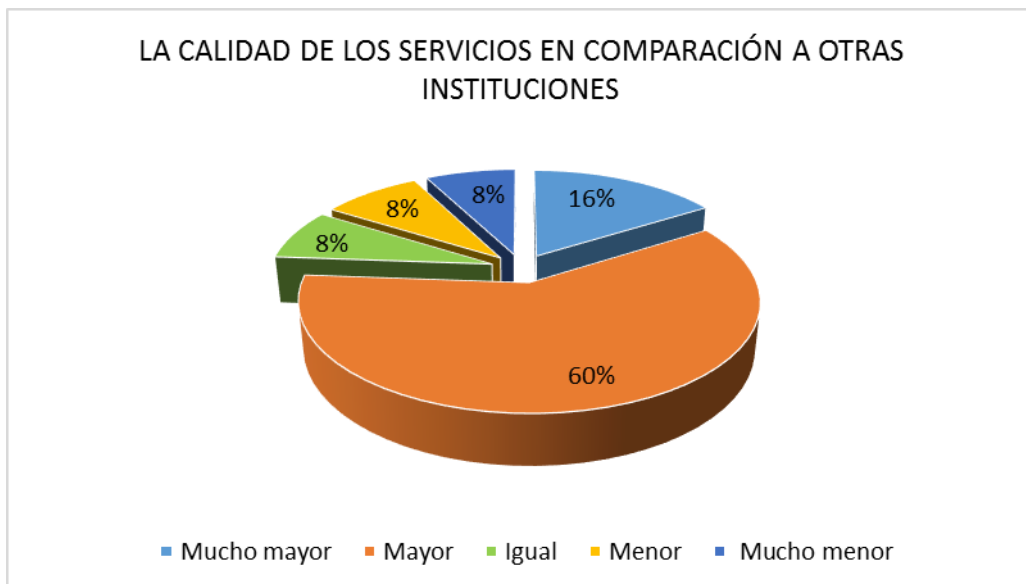
A la interrogante si es que recomendaría a otras personas para que hagan uso de los servicios que ofrece el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja, el 16% respondió que definitivamente si, el 62% respondió que probablemente sí, el 12% respondió que probablemente no y el 10% respondió que definitivamente no.



CUADRO N° 11

LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN COMPARACIÓN A OTRAS INSTITUCIONES		
Respuestas	Nº	%
Mucho mayor	21	16%
Mayor	78	60%
Igual	10	8%
Menor	11	8%
Mucho menor	10	8%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 11

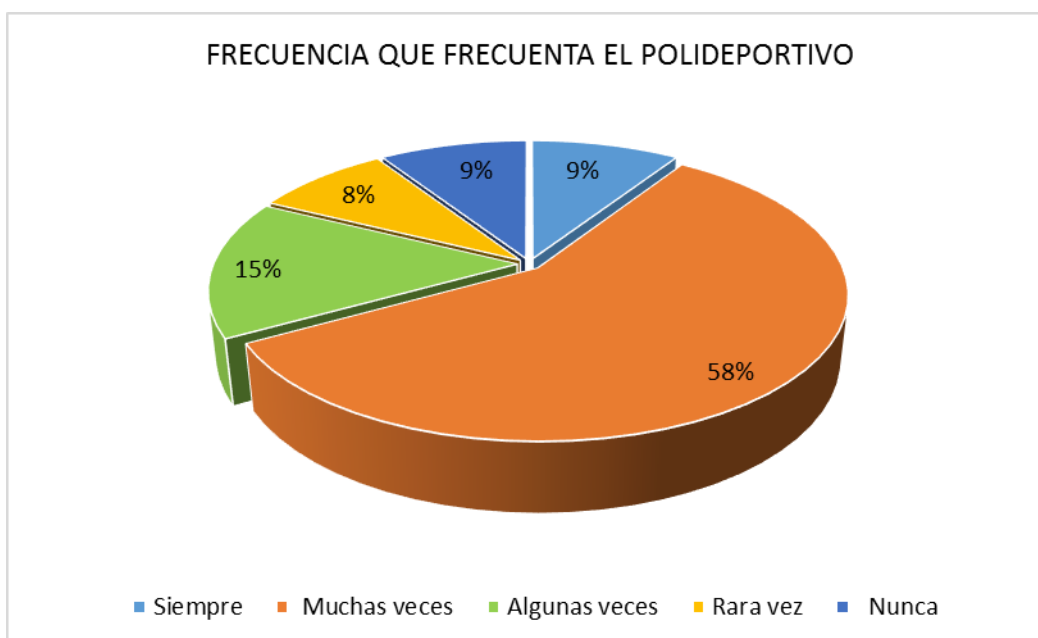


A la pregunta si en comparación con otras instituciones deportivas la calidad de los servicios en el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja es, el 16% respondió que es mucho mayor, el 60% respondió que es mayor, el 8% respondió que es igual, el 8% respondió que es menor y el 8% respondió que es mucho menor.

CUADRO N° 12

FRECUENCIA QUE FRECUENTA EL POLIDEPORTIVO		
Respuestas	Nº	%
Siempre	12	9%
Muchas veces	75	58%
Algunas veces	20	15%
Rara vez	11	8%
<b>Nunca</b>	12	9%
<b>Total</b>	130	100%

GRÁFICO N° 12

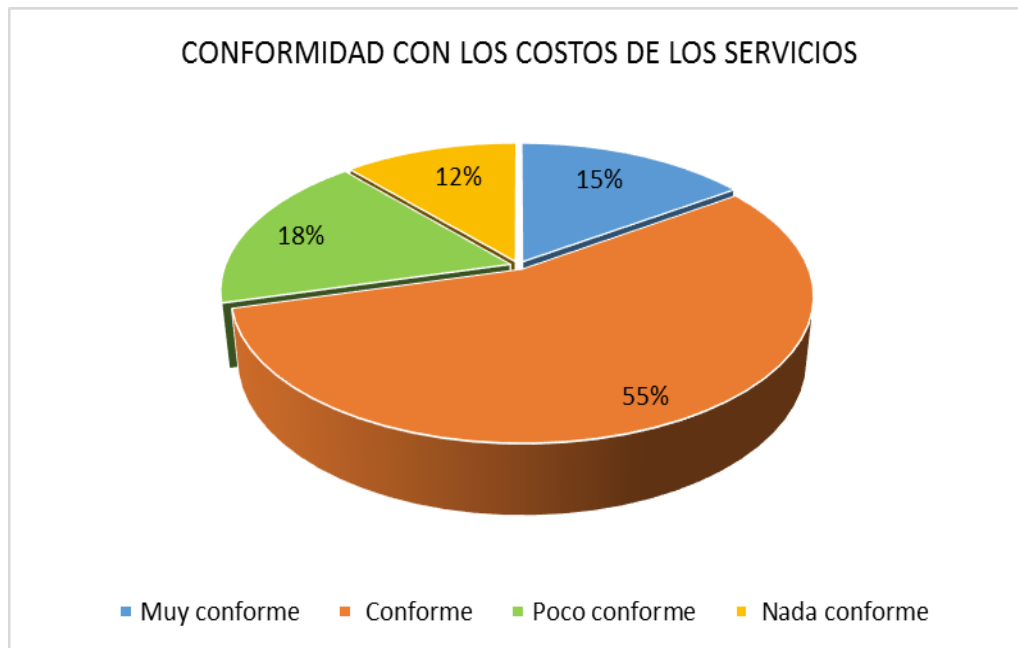


A la pregunta de con qué frecuencia frecuenta al Polideportivo de la Municipalidad de San Borja, el 9% respondió que siempre, el 58% respondió que muchas veces, el 15% respondió que algunas veces, el 8% respondió que rara vez y el 9% respondió que nunca.

CUADRO N° 13

CONFORMIDAD CON LOS COSTOS DE LOS SERVICIOS		
Respuestas	Nº	%
Muy conforme	20	15%
Conforme	72	55%
Poco conforme	23	18%
Nada conforme	15	12%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 13



A la interrogante si es que se encuentra conforme con los costos de los servicios aplicados por el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja a los usuarios, el 15% respondió estar muy conforme, el 55% respondió estar conforme, el 18% respondió estar poco conforme y el 12% respondió estar nada conforme.

CUADRO N° 14

RECURRIR SIEMPRE AL POLIDEPORTIVO		
Respuestas	N°	%
Por la cercanía a su domicilio.	67	52%
Por la existencia de buenas instalaciones para la práctica de los deportes.	15	12%
Por la buena atención brindada.	15	12%
Por los bajos costos.	21	16%
Por la seguridad existente en dichas instalaciones	12	9%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO N° 14

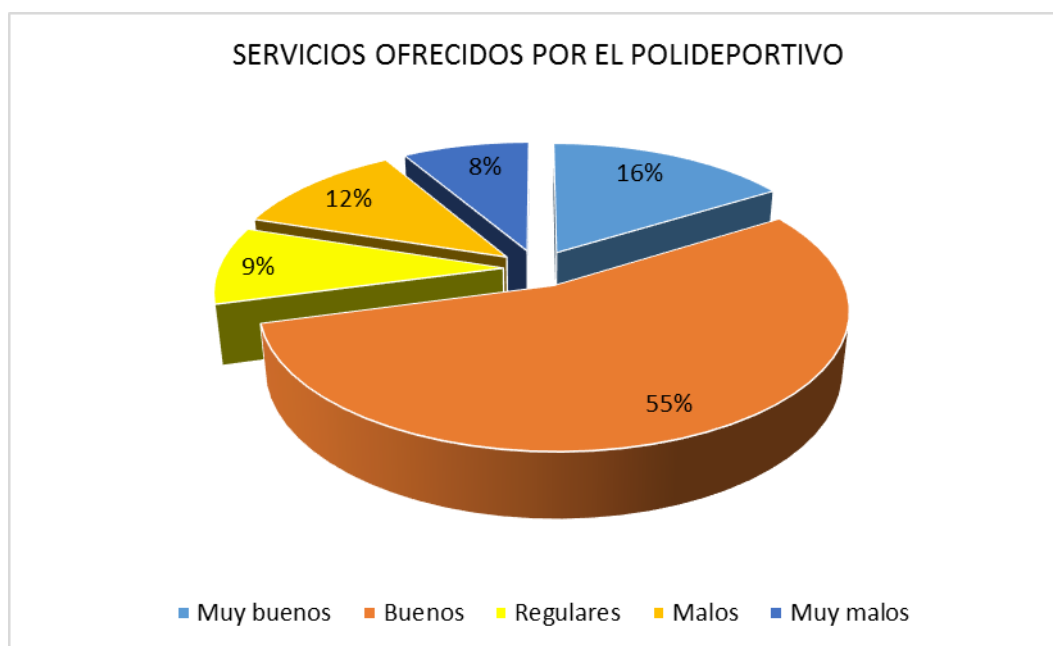


A la pregunta de por qué usted que ha decidido recurrir siempre al Polideportivo de la Municipalidad de San Borja, el 52% respondió que por la cercanía a su domicilio, el 12% respondió que es por la existencia de buenas instalaciones para la práctica de los deportes, el 12% respondió que es por la buena atención brindada, el 16% respondió que es por los bajos costos y el 9% respondió que es por la seguridad existente en dichas instalaciones.

CUADRO N° 15

SERVICIOS OFRECIDOS POR EL POLIDEPORTIVO		
Respuestas	Nº	%
Muy buenos	21	16%
Buenos	71	55%
Regulares	12	9%
Malos	15	12%
Muy malos	11	8%
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Gráfico N° 15



A la interrogante de cómo calificaría los servicios ofrecidos, así como el estado de las instalaciones del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja, el 16% respondió que son muy buenos, el 55% respondió que son buenos, el 9% respondió que son regulares, el 12% respondió que son malos y el 8% respondió que son muy malos.

## 5.2. Prueba de las Hipótesis

La contrastación de la hipótesis se realizó con la prueba chi cuadrada tal como se muestra a continuación:

### Planteamiento de la hipótesis 1

H1: La infraestructura influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

H0: La infraestructura no influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

Frecuencias observadas

Infraestructura	Satisfacción de los Usuarios				Total
	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	
En muy buenas condiciones	1	8	1	2	12
En buenas condiciones	9	55	7	0	71
En regulares condiciones	2	11	1	2	16
En malas condiciones	1	7	1	1	10
En muy malas condiciones	1	9	2	9	21
Total	14	90	12	14	130

Frecuencias esperadas

Infraestructura	Satisfacción de los Usuarios				Total
	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	
En muy buenas condiciones	1,29	8,31	1,11	1,29	12,00
En buenas condiciones	7,65	49,15	6,55	7,65	71,00
En regulares condiciones	1,72	11,08	1,48	1,72	16,00
En malas condiciones	1,08	6,92	0,92	1,08	10,00
En muy malas condiciones	2,26	14,54	1,94	2,26	21,00
Total	14,00	90,00	12,00	14,00	130,00

- 1) Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
- 2) Estadística de Prueba.- La estadística de prueba es:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Donde:

$\Sigma$  = Sumatoria

“O” = Frecuencia observada en cada celda

“E” = Frecuencia esperada en cada celda

- 3) Distribución de la Estadística de Prueba

En este cuadro observamos que, cuando  $H_0$  es verdadero,  $X^2$ , sigue una distribución aproximada de chi cuadrada con  $(5 - 1)(4 - 1) = 12$  grados de libertad.

- 4) Nivel de Significancia o de Riesgo

Es de 0.05 y es determinado por el investigador.

- 5) Regla de Decisión

Rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) si el valor calculado  $X^2$  es mayor o igual a 21.026

- 6) Cálculo de la Estadística de Prueba

Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$x^2 = \frac{(O - E)^2}{E} = 32.24$$

- 7) Decisión Estadística

En estos cuadros observamos que  $32.24 > 21.026$ , entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada.

## 8) Conclusión

La infraestructura influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

## Planteamiento de la hipótesis 2

H2: La capacitación del personal influye positivamente en la satisfacción en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

H0: La capacitación del personal no influye positivamente en la satisfacción en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

Frecuencias observadas

Capacitación	Satisfacción de los Usuarios				Total
	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	
Muy alto	1	7	1	1	10
Alto	1	8	1	1	11
Regular	8	51	1	7	67
Bajo	3	18	2	3	26
Muy bajo	1	6	7	2	16
Total	14	90	12	14	130

Frecuencias esperadas

Capacitación	Satisfacción de los Usuarios				Total
	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	
Muy alto	1,08	6,92	0,92	1,08	10,00
Alto	1,18	7,62	1,02	1,18	11,00
Regular	7,22	46,38	6,18	7,22	67,00
Bajo	2,80	18,00	2,40	2,80	26,00
Muy bajo	1,72	11,08	1,48	1,72	16,00
Total	14,00	90,00	12,00	14,00	130,00

1) Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.



2) Estadística de Prueba.- La estadística de prueba es:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Donde:

$\Sigma$  = Sumatoria

“O” = Frecuencia observada en cada celda

“E” = Frecuencia esperada en cada celda

3) Distribución de la Estadística de Prueba

En los cuadros observamos, cuando  $H_0$  es verdadero,  $X^2$ , sigue una distribución aproximada de chi cuadrada con  $(5 - 1) (4 - 1) = 12$  grados.

4) Nivel de Significancia o de Riesgo

Es de 0.05 y es determinado por el investigador.

5) Regla de Decisión

Rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) si el valor calculado  $X^2$  es mayor o igual a 21.026.

6) Cálculo de la Estadística de Prueba

Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E} = 28.42$$

7) Decisión Estadística

Dado que  $28.42 > 21.026$

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada.

8) Conclusión

La capacitación del personal influye positivamente en la satisfacción en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

### Planteamiento de la hipótesis 3

H3: La logística influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

H0: La logística no influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

Frecuencias observadas

Logística	Satisfacción de los Usuarios				Total
	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	
Definitivamente si	2	10	1	2	15
Probablemente si	8	53	7	0	68
Probablemente no	3	17	2	3	25
Definitivamente no	1	10	2	9	22
Total	14	90	12	14	130

Frecuencias esperadas

Logística	Satisfacción de los Usuarios				Total
	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	
Definitivamente si	1,62	10,38	1,38	1,62	15,00
Probablemente si	7,32	47,08	6,28	7,32	68,00
Probablemente no	2,69	17,31	2,31	2,69	25,00
Definitivamente no	2,37	15,23	2,03	2,37	22,00
Total	14,00	90,00	12,00	14,00	130,00

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de Prueba.- La estadística de prueba es:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Donde:

$\Sigma$  = Sumatoria

“O” = Frecuencia observada en cada celda

“E” = Frecuencia esperada en cada celda

3. Distribución de la Estadística de Prueba

En los cuadros observamos, cuando  $H_0$  es verdadero,  $X^2$ , sigue una distribución aproximada de chi cuadrada con  $(4 - 1) (4-1) = 9$  grados.

4. Nivel de Significancia o de Riesgo

Es de 0.05 y es determinado por el investigador.

5. Regla de Decisión

Rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) si el valor calculado  $X^2$  es mayor o igual a 16.91.

6. Cálculo de la Estadística de Prueba

Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E} = 29.78$$

7. Decisión Estadística

Dado que  $29.78 > 16.91$

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada.

8. Conclusión

La logística influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

#### Planteamiento de la hipótesis 4

H4: La seguridad influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

H0: La seguridad no influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

Frecuencias observadas

Seguridad	Satisfacción de los Usuarios				Total
	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	
Definitivamente si	2	15	2	2	21
Probablemente si	1	57	8	9	75
Probablemente no	2	11	1	2	16
Definitivamente no	9	7	1	1	18
Total	14	90	12	14	130

Frecuencias esperadas

Seguridad	Satisfacción de los Usuarios				Total
	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	
Definitivamente si	2,26	14,54	1,94	2,26	21,00
Probablemente si	8,08	51,92	6,92	8,08	75,00
Probablemente no	1,72	11,08	1,48	1,72	16,00
Definitivamente no	1,94	12,46	1,66	1,94	18,00
Total	14,00	90,00	12,00	14,00	130,00

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de Prueba.- La estadística de prueba es:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Donde:

$\Sigma$  = Sumatoria

“O” = Frecuencia observada en cada celda

“E” = Frecuencia esperada en cada celda

3. Distribución de la Estadística de Prueba

En los cuadros observamos, cuando  $H_0$  es verdadero,  $X^2$ , sigue una distribución aproximada de chi cuadrada con  $(4 - 1) (4-1) = 09$  grados.

4. Nivel de Significancia o de Riesgo

Es de 0.05 y es determinado por el investigador.

5. Regla de Decisión

Rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) si el valor calculado  $X^2$  es mayor o igual a 16.91

6. Cálculo de la Estadística de Prueba

Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E} = 36.13$$

7. Decisión Estadística

Dado que  $36.13 > 16.91$

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada.

8. Conclusión

La seguridad influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja.

## Conclusiones

- a) La calidad de servicio influye plenamente en la satisfacción del usuario en el Polideportivo de la Municipalidad del Distrito De San Borja, tal como lo demuestra el 69% de los usuarios encuestados que nos manifiesta que la calidad de servicio son buenos y el 80% usuarios nos manifiesta estar satisfechos con los servicios ofrecidos.
- b) La infraestructura influye directamente en la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja, tal como nos demuestra la encuesta aplicada a los usuarios en donde el 76% nos indica que la infraestructura de los polideportivos están en buenas condiciones.
- c) La capacitación del personal influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja, tal como nos manifiestan el 68% de los entrevistados quienes respondieron que la capacitación que brinda son altos.
- d) La logística es un factor que influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja, tal como muestran el 64% de los usuarios que respondieron que la logística es importante.
- e) La seguridad es indispensable e influye en la satisfacción de los usuarios de los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja, situación que afirman el 74% de los usuarios que nos manifiesta que la seguridad es muy importante.

## Recomendaciones

- a. Es necesario que los Gobiernos locales hagan un esfuerzo por destinar mayores áreas para la práctica de deportes. Es decir, se debe implementar un modelo de gestión acorde a las necesidades de los usuarios, teniendo en cuenta que son éstos los que tributan ante las Municipalidades.
- b. En los Polideportivos, se ha podido observar que no existe un debido manejo de los mismos. Por lo tanto, se hace indispensable que los funcionarios encargados de la administración de estas instituciones, inviertan mayor tiempo en actividades que tengan que ver con la capacitación, seguridad, logística, seguridad, infraestructura y otros aspectos, ya que de ello dependerá el éxito o fracaso de estas organizaciones.
- c. Es necesario que se realice una mayor inversión en lo que respecta a la gestión de los recursos, ya sean administrativos, humanos, logísticos, financieros y otros. De ello dependerá, que los usuarios cada día se fidelicen y prefieran asistir a los polideportivos administrados por las Municipalidades.
- d. La satisfacción de los usuarios se encuentra en estrecha relación con la calidad de los servicios. Es necesario entonces, que los funcionarios encargados de la administración de los polideportivos apuesten por una gestión moderna y acorde a las exigencias de los usuarios, ya que de ello dependerá que las personas que concurran a dichos lugares se sientan satisfechos, lo cual creará el efecto multiplicador. Es decir, un cliente satisfecho recomendará a otro.

- e. En un mundo tan competitivo como el de hoy, debemos aplicar criterios relacionados con la planificación de la gestión. Esto con la finalidad de garantizar la calidad en los servicios a brindar, buscando con esto ampliar la rentabilidad al máximo de los polideportivos. Pero para ello, debemos contar con el personal idóneo y capacitado, a fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos y metas propuestos.



## BIBLIOGRAFÍA

Adí Sharón Gabriel Weil (2003) *Medición de la Calidad de los Servicios*. Universidad del Cema. Buenos Aires.

Andrade Simón (2005) *Diccionario de Economía*. 3era Edición, Editorial Andrade.

Aubert, N. Y Gaulejac, V. (2007) *El coste de la excelencia* - Barcelona, Paidós.

Anaya, J. (2007) *Logística integral, la gestión operativa de la empresa* (3ª ed.). Madrid: ESIC.

Anzola, Sérvulo (2002) *Administración De Pequeñas Empresas*. Editorial McGrawhill, México.

Banco Interamericano de Desarrollo (2000) *Un nuevo impulso para la integración de la infraestructura regional en América del Sur*. [http://www.iadb.org/intal/publicaciones/infraestructura\\_bid.pdf](http://www.iadb.org/intal/publicaciones/infraestructura_bid.pdf)

Barbero, J., Castro, L., Abad, J. y Szenkman, P. (2011) *Un transporte para la equidad y el crecimiento. Aportes para una estrategia nacional de movilidad y logística para la Argentina del Bicentenario*. Documento de Trabajo N° 79. Buenos Aires: CIPPEC.

Beltrán J., Jesús Mauricio (1999) *Indicadores de Gestión Herramientas para lograr la Competitividad*. 3R Editores.

Beltrán J: Jesús M. (2000) *Indicadores de Gestión*. Segunda edición. Bogotá, D.C: 3R editores.

Berry, Leonard, A. Prasuraman y Valerie Zeithaml (2002) *Problemas Metodológicos para Evaluar la Calidad del Servicio en el Marketing*.

McGraw-Hill. México Blanco Peck, Ricardo (2006) Gestión de la calidad. Universidad de Puerto Rico Facultad de Ciencias Sociales.

Bustelo Ruesta, Carlota y Amarilla Iglesias, Raquel (2008) Gestión del conocimiento y gestión de la información. Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, año VIII, no.34.

Bohlander, Snell y Skerman (2001) Administración de recursos humanos. 12.ª ed. International Thomson Editores.

Cabrera, MT (1998) Una aproximación ecléctica a la valoración de la satisfacción de los clientes de servicios deportivos municipales. En J. Martínez del Castillo. Deporte y Calidad de vida. Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz.

Casanovas A. y Cuatrecasas L. (2003) Logística Empresarial, Editorial Gestión 2000. P. 87

Cantú H. Desarrollo de una cultura de calidad. McGraw Hill. México.

Camisón, C., Cruz, S. y González, T. (2006) Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas, Pearson Educación, Madrid.

Colectivo de Autores: Ponencia VI Congreso Nacional de la Calidad. 2da Edición. Ediciones Gestión 2000 S.A. España.

Council of Logistics Management. (2012) (I. E. Britannica, Producer) From

<http://www.britannica.com>

Crosby B., Philip (1996) Reflexiones sobre calidad. 295 máximas del gurú mundial de calidad. McGraw Hill,

Comisión Europea (2007) Patterns of Organisational Change in European Industry (PORCH) Ways to Strengthen the Empirical Basis of Research and Policy, Innovation Policy Unit Final Report, Dirección General de Empresa e Industria, Bruselas.

Chiavenato, Idalberto (2002) Administración de Recursos Humanos; 5ta Edición; Editorial Mc Graw Hill.

Chiavenato I. (2000) Administración de Recursos Humanos 5ta Ed. McGraw Hill, Colombia.

Delbanco tl. And daley J. (1996) Trough the patient's eyes: Strategies toward more successful contraception. Obstetrics and Gynecology.

Dorado, A. (2006) Análisis de la satisfacción de los usuarios del servicio deportivo municipal. INDEref – Revista de EF.

Dorado, a. y Gallardo, L. (2005) La gestión del deporte a través de la calidad. Barcelona. INDE.

Deming, W. Edwards (2000). Out of the crisis (1. MIT Press edición). Cambridge, Mass.: MIT Press. p. 88. Imbroda Ortiz Javier (2014) Análisis de la fidelización y la satisfacción del usuario de centros deportivos. Universidad de Malaga.

Dessler, G. (2005) Human resource management. 10.ma ed. New Jersey: Prentice-Hall.

Escuela Internacional de administración de infraestructura deportiva y recreativa © Copyright IASLIM, febrero de 2009.

Eskett, James L., Sasser W. Earl Jr. y Schlesinger, Leonard A (1997) El Service Profit Chain: ¿Cómo empresas líderes Enlace ánimo de lucro y el crecimiento de lealtad, satisfacción y valor. The Free Press, New York.

Fernández Hatre, Alfonso (2002) Manual y procedimientos de un sistema de calidad ISO 9001-2000. Instituto de Fomento Regional. p. 136 Genichi Taguchi (2011) Taguchi's Quality Engineering Editorial: Wiley Interscience

Fundación "La Caixa". <http://www.fundacioncanfranc.org/>

Guajardo Garza, Edmundo (2008) Administración de la calidad total. Editorial Pax México.

García Ferrando, M. (2001) La gestión del deporte en el ámbito municipal: de la promoción a la fidelización del cliente. En M. Latiesa, P Martas y JL Paniza. Deporte y Cambio Social en el umbral del siglo XXI (295-317). Madrid. Librerías deportivas Esteban Sanz.

García, E. (2001) Calidad de servicio en hoteles de sol y playa. Editorial Síntesis. Madrid.2.

Gómez-Mejía, Balkin y Cardy, (2001) Dirección y Gestión de Recursos Humanos. Prentice Hall, Madrid.

Guillén, G. C. & Guil, B. R. (2000) Psicología del Trabajo para las Relaciones Laborales. México: Ed. McGraw-Hill.

Horovitz, Jacques (1991) La calidad del servicio. McGraw-Hill. España. pp. Ruiz-Olalla Corcuera (2001) Gestión de la calidad del servicio a través de indicadores externos, Monografías AECA. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Madrid.

Icontec (2008) Norma Técnica Colombiana. NTC-ISO 9001(Tercera actualización).Bogotá.

Koontz, H. y Weihrich, H. (2004) Administración: una perspectiva global (12ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Koontz, H / Weihrich, H. (2015) Administración: Una perspectiva global. 14.<sup>a</sup> ed. Editorial Mc Graw Hill.

Lamb Ch., J. Hair y C. Mc Daniel (2006) Marketing. 8<sup>a</sup>. Ed. Thomson, Bogotá, Colombia. pp. 63  
Loli, Alejandro, Del Carpio Javier, Vergara Arturo, Cuba Edgardo, Morales Susan, Flores María y Lamas Lucero (2013) La Satisfacción y la Calidad de Servicio en Organizaciones Públicas y Privadas de Lima Metropolitana. UNMSM. pp. 189  
Vega González Marisol (2013) Análisis comparativo del índice de satisfacción del usuario-deportista del Centro Acuático Olímpico Universitario. tesis. Universidad Autónoma de Nuevo León. México.

Munuera Alemán, José Luis, et. al. (2006) Estrategias de Marketing de la Teoría a la práctica. Graficas Dehon. España.

M. Juran y F. M. Tryna. (1997) Análisis y planeación de la calidad. Mc Graw Hill

Oyle, Murielle Y Freniere, Ander (2006) La preparación de manuales de gestión de documentos para las administraciones públicas. París: UNESCO.

Palafox de Anda, G. (2005) Creatividad e innovación. Gestiópolis.com: comunidad virtual de conocimiento en gestión de negocios. Pequeñas y medianas empresas, PyME. Recuperado el 10 de agosto de 2011 de <http://www.gestiopolis.com/canales5/emp>.

Paña Baztan, Manuel (1991) La Psicología y la Empresa. Tratamiento del factor humano, Madrid, Esade,

Pérez, V. (2006) *Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*, (1ª. ed.), España: Ideas propias editorial.

Pau Cos, J. (2001) *Manual de Logística Integral*. España. Ediciones Díaz de Santos.

Ramírez, J. y García, S., (2000) *Comunicación y Calidad en la Consultoría Gerencial y el Cambio Organizacional*, Ciudad de la Habana p.

Romero Eduardo (2013) *Innovación logística: La importancia de la trazabilidad*. Página consultada: <http://www.innovacion.gob>.

Thomas Bateman y Scott Snell (2005) *Administración un nuevo panorama competitivo*. MacGraw Hill, 6ª Edición, México.

Sánchez Pérez José (2006) *Fundamentos del Trabajo en Equipo para equipos de trabajo*. Madrid. Mc. Graw Hill.

Thompson A. And Sunol R. (1995) *Expectations as determinants of patient satisfaction: Concepts, theory and evidence*, *International Journal for Quality in Health Care*.

Sainz Fuertes, Antonio (1994) *Gestión de Recursos Humanos*) Alcalá de Henares.

Seclén J, Darras C. (2005) *Satisfacción de usuarios de los servicios de salud: Factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados*. Perú, An Fac Med Lima.

Senlle Andrés (2001) *ISO9000:2000, calidad en los servicios ediciones gestión*. S.A.; Barcelona.

Werther William B., JR.; Davis, Keith (1996) *Administración de personal y recursos humanos*. 5ª ed. MCGraw Hill

## **Páginas de Internet**

<http://www.normas9000.com>

<http://www.definicionabc.com/general/calidad.php>

<http://definicion.com.mx/capacitacion.html>

<http://www.ehowenespanol.com/definicion-desempeno-laboral>

<http://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional>

<http://definicion.de/gestion/>

<http://definicion.de/liderazgo/>

#### 4) Anexos

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>General</p> <p>¿De qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?</p>	<p>General</p> <p>Determinar de qué manera la calidad de servicio influye con la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p>	<p>General</p> <p>La calidad de servicio influye positivamente en la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p>	<p>VI:</p> <p>Calidad del servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Logística</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Seguridad</li> </ul>
<p>Específicos</p> <p>e. ¿De qué manera la infraestructura influye con la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?</p> <p>f. ¿De qué manera la capacitación de personal influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?</p> <p>g. ¿De qué manera la logística influye en la satisfacción en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?</p> <p>h. ¿De qué manera la seguridad influye en la satisfacción de los en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja?</p>	<p>Específicos</p> <p>e. Evaluar de qué manera la infraestructura influye en la satisfacción del usuario en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p> <p>f. Determinar de qué manera la capacitación de personal influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p> <p>g. Determinar de qué manera la logística influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p> <p>h. Determinar de qué manera la seguridad influye en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p>	<p>Específicos</p> <p>e. La infraestructura influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja</p> <p>f. La capacitación del personal influye positivamente en la satisfacción en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p> <p>g. La logística influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p> <p>h. La seguridad influye positivamente en la satisfacción de los usuarios en los Polideportivos de la Municipalidad del Distrito De San Borja.</p>	<p>VD:</p> <p>Satisfacción del usuario</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de seguridad en la atención al usuario</li> <li>• Número de elementos Tangibles</li> <li>• Grado de fiabilidad</li> </ul>



## **ENCUESTA**

La presente encuesta tiene como fin, el desarrollo de un trabajo de Investigación titulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL POLIDEPORTIVO DE LA MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE SAN BORJA**, te solicitamos que nos apoyes y nos brindes tu respuesta de acuerdo a lo que has percibido sobre el los servicios del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja.

### **CALIDAD DEL SERVICIO**

1. ¿Cómo califica usted los servicios ofrecidos por el Polideportivo de la Municipalidad Distrital de San Borja?
  - a. Muy buenos
  - b. Buenos
  - c. Regulares
  - d. Malos
  - e. Muy malos
  
2. ¿Cómo considera usted que se encuentra la infraestructura del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja?
  - a. En muy buenas condiciones
  - b. En buenas condiciones
  - c. En regulares condiciones
  - d. En malas condiciones
  - e. En muy malas condiciones
  
3. ¿Considera usted que el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja cuenta con la Logística (medios y materiales) necesaria para el desarrollo de sus actividades cotidianas?
  - a. Definitivamente si
  - b. Probablemente si
  - c. Probablemente no
  - d. Definitivamente no

4. ¿Con qué nivel de capacitación considera usted que cuentan los trabajadores para la atención a los usuarios del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja?
  - a. Muy alto
  - b. Alto
  - c. Regular
  - d. Bajo
  - e. Muy bajo
  
5. ¿Considera que existe Seguridad para los usuarios en las instalaciones del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja?
  - a. Definitivamente si
  - b. Probablemente si
  - c. Probablemente no
  - d. Definitivamente no

#### **SATISFACCIÓN DEL USUARIO**

6. ¿Qué tan satisfecho se encuentra usted de los servicios ofrecidos por el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja?
  - a. Muy satisfecho
  - b. Satisfecho
  - c. Poco satisfecho
  - d. Nada satisfechoSatisfacción del usuario
  
7. ¿Qué nivel de seguridad usted ha observado en la atención al usuario ofrecida por los trabajadores del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja?
  - a. Muy alta
  - b. Alta
  - c. Regular
  - d. Baja
  - e. Muy baja

8. ¿Considera usted que el número de elementos Tangibles (Las instalaciones físicas y el equipo de la organización) con que cuenta el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja satisface las expectativas de los usuarios?
  - a. Definitivamente si
  - b. Probablemente si
  - c. Probablemente no
  - d. Definitivamente no
  
9. ¿Qué tan fiables considera usted que son las instalaciones y los equipos usados diariamente en el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja?
  - a. Muy fiables
  - b. Fiables
  - c. Regulares
  - d. Poco fiables
  - e. Nada fiables
  
10. ¿Recomendaría usted a otras personas para que hagan uso de los servicios que ofrece el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja?
  - a. Definitivamente si
  - b. Probablemente si
  - c. Probablemente no
  - d. Definitivamente no
  
11. En comparación con otras instituciones deportivas la calidad de los servicios en el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja es:
  - a. Mucho mayor
  - b. Mayor
  - c. Igual
  - d. Menor
  - e. Mucho menor

12. ¿Con qué frecuencia usted frecuenta al Polideportivo de la Municipalidad de San Borja?
- Siempre
  - Muchas veces
  - Algunas veces
  - Rara vez
  - Nunca
13. ¿Se encuentra usted conforme con los costos de los servicios aplicados por el Polideportivo de la Municipalidad de San Borja a los usuarios?
- Muy conforme
  - Conforme
  - Poco conforme
  - Nada conforme
14. ¿Por qué considera usted que ha decidido recurrir siempre al Polideportivo de la Municipalidad de San Borja?
- Por la cercanía a su domicilio.
  - Por la existencia de buenas instalaciones para la práctica de los deportes.
  - Por la buena atención brindada.
  - Por los bajos costos.
  - Por la seguridad existente en dichas instalaciones
15. En conclusión ¿Cómo calificaría usted los servicios ofrecidos, así como el estado de las instalaciones del Polideportivo de la Municipalidad de San Borja?
- Muy buenos
  - Buenos
  - Regulares
  - Malos
  - Muy malos

## **Polideportivos**

Polideportivo Limatambo

Av. Malachowski 560 San Borja, teléfono: 224-4279

Polideportivo Rosa Toro

Av. Agustín la Rosa Toro cuadra 1315,

### ➤ **Polideportivo Limatambo**

- Infraestructura Deportiva
- Losas de: Futsal, Vóley y Básquet
- Losa de Frontón
- **Campo de Fútbol N° 1**
- Colegios Nacionales del Distrito Gratuito
- Colegios Particulares del Distrito
- **Campo de Fútbol N° 2 (Fútbol 11)**
- Campo de Fútbol N° 2 (Fútbol 7)(Gras Artificial)
- Campo de Fútbol N° 2 (Fútbol 11) administrado
- Campo de Fútbol N° 2 (Fútbol 7) administrado
- Fútbol y Vóley Residentes de San Borja
- Fútbol y Vóley No Residentes en San Borja
- Otras Disciplinas
- Clase de Aeróbicos y todo tipo de Baile en Limatambo