

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Administración de Empresas



**“ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE
LOS CLIENTES DE LA ACADEMIA DE FORMACIÓN
INTEGRAL ALAMEDA FOOTBALL KIDS PARA DETERMINAR
SU NIVEL DE SATISFACCIÓN, AREQUIPA 2017”**

Tesis presentada por el Bachiller:
Salas Del Carpio Luis Oswaldo

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Administración de Empresas

Asesor:
Dr. Vera Ballón Ernesto

AREQUIPA - PERÚ
2018



Universidad Católica de Santa María

☎ (51 54) 382038 Fax: (51 54) 251213 ✉ ucsm@ucsm.edu.pe 🌐 http://www.ucsm.edu.pe Apartado: 1350

AREQUIPA - PERÚ

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DICTAMEN DE BORRADOR DE TESIS

Referencia: Decreto N° 033-EPAE-2018

Vista la documentación suscrita con visto aprobatorio por los docentes: Mgter. Renzo Rivero Fernández y Mgter. Patricio Lewis Zúñiga, en relación al Borrador de Tesis Titulado: “ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS CLIENTES DE LA ACADEMIA DE FORMACIÓN INTEGRAL ALAMEDA FOOTBALL KIDS PARA DETERMINAR SU NIVEL DE SATISFACCIÓN, AREQUIPA, 2017” Presentado por el señor: SALAS DEL CARPIO, LUIS OSWALDO.

SE DECRETA:

Aprobar el Borrador de Tesis, Presentado el señor: SALAS DEL CARPIO LUIS OSWALDO, de acuerdo al informe del jurado Pre-dictaminador que forma parte del presente dictamen.

Arequipa, 25 de junio de 2018

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Dr. MARIO OSWALDO SILES NEYRA
DIRECTOR DE LA ESCUELA PROFESIONAL
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MSN/DEPAE
Rn

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	XIII
ABSTRACT.....	XIV
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO	1
1.1. PROBLEMA	1
1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.2.1. CAMPO, AREA Y LINEA	2
1.2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	2
1.2.3. VARIABLES	3
1.2.4. INTERROGANTES	4
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.4. OBJETIVOS	6
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	6
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.5. MARCO TEÓRICO	7
1.5.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.....	10
1.5.2. ANTECEDENTES	11
1.6. HIPÓTESIS	12
CAPITULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL.....	13
2.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	13
2.2. CAMPO DE VERIFICACIÓN	14
2.2.1. ÁMBITO	14
2.2.2. TEMPORALIDAD.....	14
2.2.3. UNIDADES DE ESTUDIO	14
2.3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	15
2.3.1. EN LA PREPARACIÓN	15
2.3.2. EN LA EJECUCIÓN	15

2.3.3. EN LA EVALUACIÓN	15
2.4. RECURSOS NECESARIOS	15
2.4.1. RECURSOS HUMANOS.....	15
2.4.2. RECURSOS MATERIALES	16
2.4.3. RECURSOS FINANCIEROS.....	16
CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
3.1. ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS	17
3.1.1. EXPECTATIVAS DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES	17
3.1.2. EXPECTATIVAS DE LA FIABILIDAD.....	24
3.1.3. EXPECTATIVAS DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA	33
3.1.4. EXPECTATIVAS DE LA SEGURIDAD.....	39
3.1.5. EXPECTATIVAS DE LA EMPATÍA	45
3.2. ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES	54
3.2.1. PERCEPCIONES DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES.....	54
3.2.2. PERCEPCIONES DE LA FIABILIDAD	62
3.2.3. PERCEPCIONES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA.....	71
3.2.4. PERCEPCIONES DE LA SEGURIDAD	78
3.2.5. PERCEPCIONES DE LA EMPATÍA	85
3.3. PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES	94
3.3.1. PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES.....	94
3.3.2. PROMEDIO DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA FIABILIDAD.....	95
3.3.3. PROMEDIO DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA	97
3.3.4. PROMEDIO DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA SEGURIDAD.....	98
3.3.5. PROMEDIO DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA EMPATÍA.....	100
3.3.6. PROMEDIO DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES POR DIMENSIONES	101
3.4. NIVEL DE SATISFACCIÓN	103
3.4.1. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES.....	103
3.4.2. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA FIABILIDAD.....	104
3.4.3. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA.....	106
3.4.4. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD.....	107
3.4.5. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA EMPATÍA.....	109

3.4.6. NIVEL DE SATISFACCIÓN POR DIMENSIÓN Y EN GENERAL.....	110
CONCLUSIONES.....	112
RECOMENDACIONES.....	115
ANEXOS.....	116
ANEXO N° 1: FORMATO DE LA ENCUESTA.....	116
ANEXO N° 2: CRONOGRAMA DE TRABAJO.....	119



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: EXPECTATIVA DE LA TECNOLOGÍA DEPORTIVA.....	18
TABLA N° 2: EXPECTATIVA DE LAS INSTALACIONES Y CANCHAS	20
TABLA N° 3: EXPECTATIVA DEL PERSONAL DE ENTRENAMIENTO	21
TABLA N° 4: EXPECTATIVA DE LOS MATERIALES DEPORTIVOS	23
TABLA N° 5: EXPECTATIVA DEL CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO	25
TABLA N° 6: EXPECTATIVA EN EL INTERÉS EN SOLUCIONAR PROBLEMAS.....	27
TABLA N° 7: EXPECTATIVA EN RECIBIR UN BUEN SERVICIO DESDE LA PRIMERA VEZ.....	28
TABLA N° 8: EXPECTATIVA EN EL LOGRO DE LAS METAS	30
TABLA N° 9: EXPECTATIVA DE RECIBIR UN SERVICIO SIN ERRORES	32
TABLA N° 10: EXPECTATIVA DE QUE HAYA UNA COMUNICACIÓN PERMANENTE	34
TABLA N° 11: EXPECTATIVA DE RECIBIR UN SERVICIO DE CALIDAD .	35
TABLA N° 12: EXPECTATIVA SOBRE EL PERSONAL DISPONIBLE	37
TABLA N° 13: EXPECTATIVA DE LA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO.....	38
TABLA N° 14: EXPECTATIVA DE PERSONAL DISPONIBLE	40
TABLA N° 15: EXPECTATIVA DE LAS FACILIDADES DE PAGOS	41
TABLA N° 16: EXPECTATIVA EN LA AMABILIDAD DE PERSONAL.....	43

TABLA N° 17: EXPECTATIVA DE UN PERSONAL CAPACITADO	44
TABLA N° 18: EXPECTATIVA DE QUE SEA UN SERVICIO DIFERENCIADO.....	46
TABLA N° 19: EXPECTATIVA DE DIVERSIDAD DE HORARIOS	48
TABLA N° 20: EXPECTATIVA DE UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA	49
TABLA N° 21: EXPECTATIVA DEL BIENESTAR DE LOS ALUMNOS	51
TABLA N° 22: EXPECTATIVA EN LA EVALUACIÓN DE TALENTOS HUMANOS.....	53
TABLA N° 23: PERCEPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA DEPORTIVA.....	55
TABLA N° 24: PERCEPCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y CANCHAS	56
TABLA N° 25: PERCEPCIÓN DEL PERSONAL DE ENTRENAMIENTO	58
TABLA N° 26: PERCEPCIÓN DE LOS MATERIALES DEPORTIVOS	59
TABLA N° 27: PERCEPCIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO	62
TABLA N° 28: PERCEPCIÓN EN EL INTERÉS EN SOLUCIONAR PROBLEMAS.....	64
TABLA N° 29: PERCEPCIÓN DEL BUEN SERVICIO DESDE LA PRIMERA VEZ.....	65
TABLA N° 30: PERCEPCIÓN EN EL LOGRO DE LAS METAS.....	67
TABLA N° 31: PERCEPCIÓN EN OBTENER UN SERVICIO SIN ERRORES	68
TABLA N° 32: PERCEPCIÓN DE UNA COMUNICACIÓN PERMANENTE.	71
TABLA N° 33: PERCEPCIÓN DE UN SERVICIO DE CALIDAD.....	73
TABLA N° 34: PERCEPCIÓN DEL PERSONAL DISPONIBLE	74
TABLA N° 35: PERCEPCIÓN DE LA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO.....	76

TABLA N° 36: PERCEPCIÓN CONFIABLE DEL PERSONAL.....	78
TABLA N° 37: PERCEPCIÓN DE FACILIDAD DE PAGO	80
TABLA N° 38: PERCEPCIÓN EN AMABILIDAD DEL PERSONAL	81
TABLA N° 39: PERCEPCIÓN DE PERSONAL CAPACITADO.....	83
TABLA N° 40: PERCEPCIÓN DE UN SERVICIO DIFERENCIADO	85
TABLA N° 41: PERCEPCIÓN DE DIVERSIDAD DE HORARIOS	87
TABLA N° 42: PERCEPCIÓN DE UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA	88
TABLA N° 43: PERCEPCIÓN DEL BIENESTAR DE LOS ALUMNOS	90
TABLA N° 44: PERCEPCIÓN DE LA EVALUACIÓN DE TALENTOS	91
TABLA N° 45: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES.....	94
TABLA N° 46: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA FIABILIDAD.....	96
TABLA N° 47: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA.....	97
TABLA N° 48: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA SEGURIDAD.....	99
TABLA N° 49: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA EMPATÍA	100
TABLA N° 50: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES POR DIMENSIONES.....	102
TABLA N° 51: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES.....	103
TABLA N° 52: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA FIABILIDAD	105

TABLA N° 53: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA	106
TABLA N° 54: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD.....	108
TABLA N° 55: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA EMPATÍA	109
TABLA N° 56: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE POR DIMENSIÓN Y A NIVEL GENERAL.....	111



ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO N° 1 EXPECTATIVA DE LA TECNOLOGÍA DEPORTIVA.....	19
GRAFICO N° 2 EXPECTATIVA DE LAS INSTALACIONES Y CANCHAS ..	20
GRAFICO N° 3 EXPECTATIVA DEL PERSONAL DE ENTRENAMIENTO. .22	
GRAFICO N° 4 EXPECTATIVA DE LOS MATERIALES DEPORTIVOS	23
GRAFICO N° 5 EXPECTATIVA DEL CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO	25
GRAFICO N° 6 EXPECTATIVA EN EL INTERÉS EN SOLUCIONAR PROBLEMAS.....	27
GRAFICO N° 7 EXPECTATIVA EN RECIBIR UN BUEN SERVICIO DESDE LA PRIMERA VEZ	29
GRAFICO N° 8 EXPECTATIVA EN EL LOGRO DE LAS METAS	31
GRAFICO N° 9 EXPECTATIVA DE RECIBIR UN SERVICIO SIN ERRORES	32
GRAFICO N° 10 EXPECTATIVA DE QUE HAYA UNA COMUNICACIÓN PERMANENTE	34
GRAFICO N° 11 EXPECTATIVA DE RECIBIR UN SERVICIO DE CALIDAD	36
GRAFICO N° 12 EXPECTATIVA SOBRE EL PERSONAL DISPONIBLE ...	37
GRAFICO N° 13 EXPECTATIVA DE LA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO....	39
GRAFICO N° 14 EXPECTATIVA DE PERSONAL DISPONIBLE	40
GRAFICO N° 15 EXPECTATIVA DE LAS FACILIDADES DE PAGOS	42

GRAFICO N° 16 EXPECTATIVA EN LA AMABILIDAD DE PERSONAL.....	43
GRAFICO N° 17 EXPECTATIVA DE UN PERSONAL CAPACITADO	45
GRAFICO N° 18 EXPECTATIVA DE QUE SEA UN SERVICIO DIFERENCIADO.....	47
GRAFICO N° 19 EXPECTATIVA DE DIVERSIDAD DE HORARIOS	48
GRAFICO N° 20 EXPECTATIVA DE UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA	50
GRAFICO N° 21 EXPECTATIVA DEL BIENESTAR DE LOS ALUMNOS ...	51
GRAFICO N° 22 EXPECTATIVA EN LA EVALUACIÓN DE TALENTOS HUMANOS.....	53
GRAFICO N° 23 PERCEPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA DEPORTIVA.....	55
GRAFICO N° 24 PERCEPCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y CANCHAS .	57
GRAFICO N° 25 PERCEPCIÓN DEL PERSONAL DE ENTRENAMIENTO	58
GRAFICO N° 26 PERCEPCIÓN DE LOS MATERIALES DEPORTIVOS	60
GRAFICO N° 27 PERCEPCIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO....	63
GRAFICO N° 28 PERCEPCIÓN EN EL INTERÉS EN SOLUCIONAR PROBLEMAS.....	64
GRAFICO N° 29 PERCEPCIÓN DEL BUEN SERVICIO DESDE LA PRIMERA VEZ.....	66
GRAFICO N° 30 PERCEPCIÓN EN EL LOGRO DE LAS METAS	67
GRAFICO N° 31 PERCEPCIÓN EN OBTENER UN SERVICIO SIN ERRORES	69
GRAFICO N° 32 PERCEPCIÓN DE UNA COMUNICACIÓN PERMANENTE	72
GRAFICO N° 33 PERCEPCIÓN DE UN SERVICIO DE CALIDAD.....	73

GRAFICO N° 34 PERCEPCIÓN DEL PERSONAL DISPONIBLE	75
GRAFICO N° 35 PERCEPCIÓN DE LA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO.....	76
GRAFICO N° 36 PERCEPCIÓN CONFIABLE DEL PERSONAL.....	79
GRAFICO N° 37 PERCEPCIÓN DE FACILIDAD DE PAGO	80
GRAFICO N° 38 PERCEPCIÓN EN AMABILIDAD DEL PERSONAL	82
GRAFICO N° 39 PERCEPCIÓN DE PERSONAL CAPACITADO.....	83
GRAFICO N° 40 PERCEPCIÓN DE UN SERVICIO DIFERENCIADO	86
GRAFICO N° 41 PERCEPCIÓN DE DIVERSIDAD DE HORARIOS	87
GRAFICO N° 42 PERCEPCIÓN DE UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA .	89
GRAFICO N° 43 PERCEPCIÓN DEL BIENESTAR DE LOS ALUMNOS	90
GRAFICO N° 44 PERCEPCIÓN DE LA EVALUACIÓN DE TALENTOS	92
GRAFICO N° 45 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES.....	95
GRAFICO N° 46 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA FIABILIDAD	96
GRAFICO N° 47 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA.....	98
GRAFICO N° 48 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA SEGURIDAD	99
GRAFICO N° 49 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA EMPATÍA.....	101
GRAFICO N° 50 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES POR DIMENSIONES.....	102

GRAFICO N° 51 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES.....	104
GRAFICO N° 52 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA FIABILIDAD	105
GRAFICO N° 53 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA	107
GRAFICO N° 54 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD.....	108
GRAFICO N° 55 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA EMPATÍA	110
GRAFICO N° 56 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE POR DIMENSIÓN Y A NIVEL GENERAL.....	111



ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N° 1 EXPECTATIVAS DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES.....	61
IMAGEN N° 2 PERCEPCIONES DE LA FIABILIDAD.....	70
IMAGEN N° 3 PERCEPCIONES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA....	77
IMAGEN N° 4 PERCEPCIONES DE LA SEGURIDAD.....	84
IMAGEN N° 5 PERCEPCIONES DE LA EMPATÍA.....	93



RESUMEN

La Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” inicia sus actividades el año 2016 con la misión de difundir la práctica del fútbol de menores, a través de un programa de desarrollo deportivo integral, mediante una enseñanza innovadora y permanente a niños, niñas y jóvenes en la ciudad de Arequipa. Es política de la academia formar alumnos alegres y responsables, dándoles respeto y cariño. El lema de la Academia es “No recogemos frutos, ponemos semillas”.

Luego de realizado el estudio para conocer expectativas y percepciones que tienen los padres de familias de los alumnos de la academia, se ha obtenido gratamente que en todos los casos se esperaba poco del servicio antes y al momento de tomar la decisión de matricular a sus hijos, pero que luego de que estén sus hijos yendo a sus respectivas sesiones los días martes, jueves y sábados, su percepción cambió y ahora en todos los casos lo que se recibe es mucho más de lo que se esperaba, ello dice mucho de cómo está trabajando la academia y por ende todo el personal directivo, técnico y de apoyo.

Palabras clave: Expectativas y percepciones, nivel de satisfacción.

ABSTRACT

The Academy of Integral Training "Alameda Football Kids" starts its activities in 2016 with the mission of spreading the practice of youth soccer, through a comprehensive sports development program, through an innovative and permanent teaching to children and young people in the city of Arequipa. It is the policy of the academy to form happy and responsible students, giving them respect and affection. The motto of the Academy is "We do not collect fruits, we put seeds".

After conducting the study to meet expectations and perceptions that parents of families of students of the academy have, it has been pleasantly obtained that in all cases little was expected from the service before and at the time of making the decision to enroll their children , but that after their children are going to their respective sessions on Tuesdays, Thursdays and Saturdays, their perception changed and now in all cases what is received is much more than what was expected, it says a lot about how it is working the academy and therefore all the managerial, technical and support staff.

Keywords: Expectations and perceptions, level of satisfaction.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. PROBLEMA

Análisis de las expectativas y percepciones de los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” para determinar su nivel de satisfacción, Arequipa 2017”

1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” inicia sus actividades el año 2016 con la misión de difundir la práctica del fútbol de menores, a través de un programa de desarrollo deportivo integral, mediante una enseñanza innovadora y permanente a niños, niñas y jóvenes en la ciudad de Arequipa.

La Academia asume el compromiso de lograr el desarrollo integral de los deportistas, de forma que contribuya a su realización personal inculcando los valores que todo alumno debe aprender: tolerancia, respeto, solidaridad, compañerismo, civismo e integración.

Asimismo la Academia a corto, mediano y largo plazo busca la integración de nuestros alumnos, con la mejoría de la calidad de vida de cada uno de ellos y con el constante apoyo del cuerpo de

profesores, buscando ser una de las mejores alternativas en la formación de personas a través del fútbol de menores en la ciudad de Arequipa.

La Academia forma alumnos alegres y responsables, dándoles respeto y cariño, ya que trabajamos en un ambiente donde el concepto de familia es de real importancia. El lema de la Academia es “No recogemos frutos, ponemos semillas”. La Academia recibe niños, niñas y jóvenes desde los 3 años a los 15 años (previa evaluación) para la participación en campeonatos de fútbol de menores con las categorías de la sub 6 hasta la sub 15 (menores).

La actividades de la Academia las realiza en “La Peña de Don Guido” Villa Militar Pedro Ruiz Gallo (CAMITSO) – Miraflores, en los siguientes horarios: Martes y Jueves de 4:30 pm a 6:00 pm. y Sábados de 9:00 am a 11:00 am.

La Academia necesita actualmente saber cómo se encuentran satisfechos sus clientes para saber si se están haciendo bien las cosas en la empresa en mención.

1.2.1. CAMPO, AREA Y LINEA

Campo : Ciencias Sociales

Área : Administración de Empresas

Línea : Calidad del Servicio

1.2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por su finalidad de investigación : Aplicada

Por el nivel de investigación : Comparativa

1.2.3. VARIABLES

1.2.3.1. VARIABLE INDEPENDIENTE:

Análisis de las expectativas y percepciones de los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”

1.2.3.2. VARIABLE DEPENDIENTE:

Nivel de satisfacción de los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”



TABLA N° 1.1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	SUB VARIABLES	INDICADORES
Independiente: Análisis de expectativas y percepciones	Elementos tangibles	Tecnología deportiva
		Instalaciones y canchas
		Personal de entrenamiento
		Materiales deportivos
	Fiabilidad	Cumplimiento del servicio
		Interés en solución de problemas
		Buen servicio desde el inicio
		Logro de las metas
	Capacidad de respuesta	Servicio sin errores
		Comunicación permanente
		Servicio de calidad
		Personal disponible
	Seguridad	Disponibilidad de tiempo
		Confianza en el personal
		Facilidad de pagos
		Amabilidad del personal
Empatía	Personal capacitado	
	Servicio diferenciado	
	Diversidad de horarios	
	Atención personalizada	
Dependiente: Nivel de satisfacción	Medición del nivel de satisfacción	Bienestar de los alumnos
		Evaluación de talentos y capacidades
		Nivel de satisfacción por ítem
		Nivel de satisfacción por dimensión
		Nivel de satisfacción general
		Nivel de Insatisfacción

Elaboración: Propia

1.2.4. INTERROGANTES

1.2.4.1. INTERROGANTE GENERAL

- ¿Cuál es la satisfacción de los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” luego de analizar sus expectativas y percepciones?

1.2.4.2. INTERROGANTES ESPECIFICAS

- ¿Cuáles son las expectativas y percepciones que tienen los clientes de los elementos tangibles de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”?
- ¿Cuáles son las expectativas y percepciones que tienen los clientes de la fiabilidad de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”?
- ¿Cuáles son las expectativas y percepciones que tienen los clientes de la capacidad de respuesta de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”?
- ¿Cuáles son las expectativas y percepciones que tienen los clientes de la seguridad de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”?
- ¿Cuáles son las expectativas y percepciones que tienen los clientes de la empatía de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Justificación social: El presente estudio tendrá un impacto en la niñez y en la juventud de la ciudad de Arequipa porque lo que se necesita es formar a los mismos de manera integral y en un futuro sean personas de bien y con valores.

Justificación comercial: El presente estudio le permitirá a de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” mejorar el

servicio que brinda a la niñez y a los jóvenes de la ciudad de Arequipa.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el análisis de las expectativas y percepciones de los clientes de la academia de formación integral alameda football kids para determinar su nivel de satisfacción, Arequipa 2017

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar las expectativas y percepciones que tienen los clientes de los elementos tangibles de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”.
- Analizar las expectativas y percepciones que tienen los clientes de la fiabilidad de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”.
- Analizar las expectativas y percepciones que tienen los clientes de la capacidad de respuesta de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”
- Analizar las percepciones que tienen los clientes de la seguridad de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”.
- Analizar las expectativas y percepciones que tienen los clientes de la empatía de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”.

1.5. MARCO TEÓRICO

CALIDAD DEL SERVICIO¹

En definitiva, el principal determinante del nivel de calidad de un servicio es el cliente que lo recibe. En este ámbito, podemos definir la calidad de un servicio como un juicio global del consumidor relativo a la superioridad del servicio que resulta de la comparación realizada por los clientes entre las expectativas sobre el servicio que van a recibir y las percepciones de la actuación de las empresas. Es decir, el ámbito de la calidad del servicio proviene de comparar la calidad esperada (las expectativas o lo que se considera debe ser el servicio ofrecido por la empresa) y la calidad experimentada (percepción del resultado obtenido por los prestatarios del servicio). La medición del constructo calidad del servicio se lleva a cabo mediante el estudio de las percepciones y de las expectativas. Es posible señalar una serie de factores que influyen directamente en las expectativas: promesas explícitas (mediante publicidad o venta personal) e implícitas (mediante indicadores de calidad como el precio o los elementos tangibles asociados al servicio) realizadas por los proveedores del servicio a los consumidores; comunicación interpersonal; experiencia previa; necesidades personales; conocimiento de la tecnología y del ambiente que refuerza las expectativas del usuario. Para conocer y evaluar los criterios representativos de los juicios de los consumidores sobre la calidad del servicio que se les presta, los autores PARASURAMAN, ZEITHAML y BERRY (1988) han desarrollado una

¹ VAZQUEZ CASIELLES, Rodolfo y RODRIGUEZ DEL BOSQUE, Ignacio y RUIZ VEGA, Agustín. (1993) *“Expectativas y Percepciones del Consumidor sobre la Calidad del Servicio: Grupos Estratégicos y Segmentos de Mercado para la Distribución Comercial Minorista”*. Universidad de Oviedo.

escala denominada SERVQUAL que operacionaliza la calidad del servicio mediante la diferencia entre expectativas y percepciones valorando ambas en relación a 22 ítems representativos de cinco dimensiones de calidad no necesariamente independientes: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

EXPECTATIVA²

Se conoce como expectativa (palabra derivada del latín *expectātum*, que se traduce como “mirado” o “visto”) a la esperanza, sueño o ilusión de realizar o cumplir un determinado propósito. Cabe resaltar que, por lo general, la expectativa se asocia con la chance razonable de que algo se concrete. Para que las expectativas puedan nacer es necesario que tengan alguna clase de respaldo. Sino, se trataría sólo de un simple deseo que podría llegar a tener raíces irracionales o estar impulsado por cuestiones vinculadas a la fe. Otro detalle a tener en cuenta es que la expectativa aparece tras una incertidumbre, en momentos en los cuales aún no se ha confirmado qué es lo que puede llegar a pasar. La expectativa, entonces, consiste en depositar confianza en aquello que, según se considera, es más probable que ocurra: se trata, en definitiva, de una suposición que, de acuerdo a las circunstancias, puede ser más o menos realista. Cuando las expectativas no se ven satisfechas, el individuo experimentará una decepción. En cambio, si se logran superar las expectativas iniciales, el sujeto sentirá alegría ante la sorpresa.

² <https://definicion.de/expectativa/>

PERCEPCIONES³

Todo el análisis que gira en torno a la calidad y la satisfacción se basa en las percepciones del cliente acerca del servicio. El concepto básico es el de "servicio percibido" tal como se analiza en el modelo de las brechas sobre la calidad en el servicio.

Cuando un cliente entra a un negocio, su percepción dependerá de una serie de aspectos, tales como la atención que recibe, la calidad del producto, la limpieza del local, la organización del lugar, etc. que posteriormente se organizarán como un todo en la mente del cliente, elaborando así un concepto sobre la empresa.

NIVEL DE SATISFACCIÓN⁴

La definición y medida de la calidad han resultado ser particularmente complejas en el ámbito de los servicios, puesto que, al hecho de que la calidad sea un concepto aún sin definir, hay que añadirle la dificultad derivada de la naturaleza intangible de los servicios. La satisfacción del cliente se puede entender como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas" y la división de las percepciones entre las expectativas es el nivel de satisfacción del cliente normalmente traducida en una escala de medición o de manera porcentual.

³ ESCOBAR, Marianela (2010) "El cliente y sus percepciones del servicio". <http://escobarmarianela.blogspot.pe/2010/07/el-cliente-y-sus-percepciones-del.html>

⁴ MILLONES, Paulo (2010) "Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un Supermercado. Universidad de Piura.

SERVQUAL⁵

Es un método de evaluación de los factores claves para medir la Calidad de los Servicios prestados. El cuestionario SERVQUAL está basado en el modelo clásico de evaluación al cliente, que considera que todo cliente que adquiere un servicio genera unas expectativas del servicio que va a recibir a través de distintos canales y una vez recibido hay una serie de factores, dimensiones, que le permite tener una percepción del servicio recibido. La diferencia entre ambas actitudes es el Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) y es el indicador que se obtiene mediante el tratamiento adecuado de la información que se obtiene al aplicar ésta herramienta de evaluación de la calidad del servicio que es SERVQUAL.

El Modelo SERVQUAL identifica cinco dimensiones básicas que caracterizan a un servicio: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta o velocidad de respuesta, Seguridad o garantía, Empatía

1.5.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ESCOBAR, Marianela (2010) "El cliente y sus percepciones del servicio". <http://escobarmarianela.blogspot.pe/2010/07/el-cliente-y-sus-percepciones-del.html>
- GRANDE ESTEBAN, Ildefonso. (2006). "Conducta Real del Consumidor y Marketing Efectivo". Editorial ESIC. Madrid.

⁵ ZAMUDIO IGAMI, Mery; SAMPAIO, María Inmaculada Cardoso y VERGUEIRO, Waldomiro de Castro Santos. *El uso del SERVQUAL en la verificación de la calidad de los servicios de unidades de información: el caso de la biblioteca del IPEN. En: Revista Interamericana de Bibliotecología. Vol. 28, No. 2(jul-dic.2005).*

- TAPIA FERNANDEZ, ABEL. (2000). “La Investigación Científica”. UCSM. Arequipa.
- VAZQUEZ CASIELLES, Rodolfo y RODRIGUEZ DEL BOSQUE, Ignacio y RUIZ VEGA, Agustín. (1993) “Expectativas y Percepciones del Consumidor sobre la Calidad del Servicio: Grupos Estratégicos y Segmentos de Mercado para la Distribución Comercial Minorista”. Universidad de Oviedo.

1.5.2. ANTECEDENTES

RODRIGUEZ PORTUGAL, Dantony Oscar y LIZARRAGA MEDINA, Renzo José (2014) “**ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR LA ACEPTACIÓN DE UN INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS DEPORTIVOS (IAED) EN LA CIUDAD DE AREQUIPA**”. Universidad Católica de Santa María. Programa Profesional de Administración de Empresas. Arequipa.

El estudio revisa las expectativas que se tiene con respecto a las mejoras que tiene el deporte en el país que son altas teniendo un porcentaje de cincuenta y seis por ciento, y que la aceptación de que sean más horas de clases de educación física sea positiva. También se ha obtenido como resultado algo que no se pensaba al inicio de la investigación, y es que el deporte preferido es el vóley con casi treinta y tres por ciento en su mayoría practicado de una u otra manera por mujeres, en segundo lugar se encuentra la preferencia de practicar el fútbol con algo más del veinticinco por ciento, y se practica de manera de hobby o en su barrio solo como distracción y básicamente por hombres. Se menciona que con más horas de educación física el deporte si mejorará en el país y saben que tendrían una buena mención al culminar la carrera de educación física.

1.6. HIPÓTESIS

Dado que, actualmente en el país hay una corriente por mejorar el nivel futbolístico y que hay personas entendidas en la materia que indican que no hay suficientes semilleros de futbol de calidad en el país, lo cual aseguraría un mejor rendimiento en competencias nacionales e internacionales:

Es probable que, realizando el análisis de las expectativas y percepciones de sus clientes se pueda establecer los niveles de satisfacción de los mismos.



CAPITULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

TABLA N°2.1: TECNICAS, INSTRUMENTOS Y FUENTES

TECNICAS	INSTRUMENTOS	FUENTES
Observación documental	Ficha de observación	Textos Internet
Observación de campo	Guía de observación	Academia de Formación Integral “Alameda Football Klds”
Encuesta	Cuestionario	Usuarios y Clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Klds”

Elaboración: Propia

2.2. CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.2.1. ÁMBITO

La investigación se realizó en la ciudad de Arequipa en las instalaciones de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Klds”

2.2.2. TEMPORALIDAD

La investigación se inició en el mes de noviembre del año 2017 y finalizó en el mes de abril del año 2018.

2.2.3. UNIDADES DE ESTUDIO

Las unidades de estudio fueron los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Klds”, en este caso los padres de familia de los alumnos que están inscritos.

2.2.3.1. UNIVERSO

El universo está conformado por los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Klds”, que en la actualidad son un total de sesenta los padres de familia de los sesenta alumnos inscritos a la fecha.

2.2.3.2. MUESTRA

Como la cantidad de alumnos son sesenta, no se tomo una muestra para la presente investigación ya que se llevó a cabo un muestreo.

2.3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

2.3.1. EN LA PREPARACIÓN

Se recurrió a fuentes secundarias para formular el plan de tesis el cual luego de redactarse se presentó para que se designe el jurado dictaminador correspondiente.

2.3.2. EN LA EJECUCIÓN

Luego de aprobarse el plan de tesis, se llevó a cabo el trabajo de acopio o recolección de información a través de fuentes secundarias (Observación Documental) y de fuentes primarias (Observación de campo y Encuesta).

2.3.3. EN LA EVALUACIÓN

En la tercera fase se llevó a cabo el análisis de la información recopilada a través de fuentes secundarias y primarias, para en base a ello redactar el presente borrador de tesis.

2.4. RECURSOS NECESARIOS

2.4.1. RECURSOS HUMANOS

Luis Oswaldo Salas Del Carpio

2.4.2. RECURSOS MATERIALES

Para la realización del presente trabajo se requirió contar con el equipo, materiales y útiles de oficina necesarios para el trabajo de campo y las encuestas.

2.4.3. RECURSOS FINANCIEROS

El responsable del presente trabajo de investigación asumió por completo los gastos.



CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ANÁLISIS DE LAS EXPECTATIVAS

3.1.1. EXPECTATIVAS DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES

En la dimensión de los elementos tangibles a nivel general se podría decir, que primera opción de respuesta es que la mayoría de padres de familia no esperan mucho de la Academia “Alameda Football KIds” por el desconocimiento que se tiene de la misma por un lado, y por el otro lado, que normalmente no se espera mucho de las empresas que se dedican al rubro de entrenamiento de menores de edad en la disciplina de futbol. Pero es necesario indicar que en promedio cerca de la mitad de los encuestados son optimistas y esperan que sus hijos cuenten con elementos tangibles que les permita entrenar bien y lograr alcanzar sus objetivos.

3.1.1.1. EXPECTATIVAS DE LA TECNOLOGÍA DEPORTIVA

La tecnología se encuentra presente en caso todos los ámbitos hoy en día y no era de esperarse que dentro de las disciplinas deportivas, y por su puesto en el futbol es una herramienta significativa ya que los nuevos deportistas trabajan bajo el concepto de alto rendimiento.

Es por ello que al realizar la pregunta sobre las expectativas de tecnología deportiva, la mayoría se encuentra ni en acuerdo ni en desacuerdo pero se puede observar que la mayoría de personas que si tienen interés en el tema son la mayoría y tiene grandes expectativas para recibir ello.

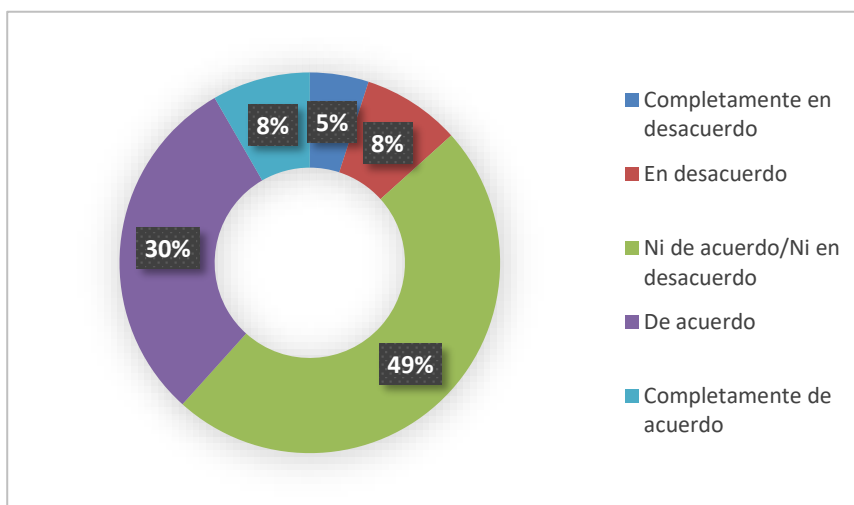
TABLA N° 1: EXPECTATIVA DE LA TECNOLOGÍA DEPORTIVA

Expectativa de la Tecnología Deportiva	Frecuencia	Porcentaje
Completamente en desacuerdo	3	5.00
En desacuerdo	5	8.33
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	29	48.33
De acuerdo	18	30.00
Completamente de acuerdo	5	8.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 1 EXPECTATIVA DE LA TECNOLOGÍA DEPORTIVA



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.1.2. EXPECTATIVAS DE LAS INSTALACIONES Y CANCHAS

En la ciudad de Arequipa no existe diversidad de canchas para entrenamiento es por ello que la mayoría de personas le es indiferente las expectativas que puedan tener con respecto a este tema, pero también se encuentran aquellas personas que tiene expectativas altas de cómo serían las canchas e instalaciones, sin embargo también están aquellos que no están de acuerdo con tener expectativas pues puede que no sea algo trascendental en su opinión.

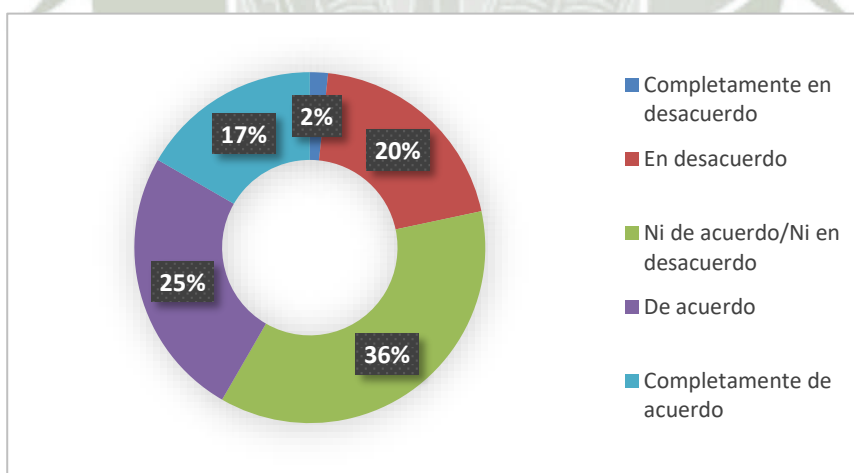
TABLA N° 2: EXPECTATIVA DE LAS INSTALACIONES Y CANCHAS

Expectativa de las Instalaciones y Canchas	Frecuencia	Porcentaje
Completamente en desacuerdo	1	1.67
En desacuerdo	12	20.00
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	22	36.67
De acuerdo	15	25.00
Completamente de acuerdo	10	16.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 2 EXPECTATIVA DE LAS INSTALACIONES Y CANCHAS



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.1.3. EXPECTATIVAS DEL PERSONAL QUE ESTA A CARGO DE LOS ENTRENAMIENTOS

Antes y al momento de hacer uso del servicio que brinda la academia “Alameda Football Klds” en realidad los padres de familia no esperaban mucho del personal que les iba a dar el entrenamiento, ya que lo único que sabían del propietario y encargado del entrenamiento de sus hijos, es que es una persona joven y que aun todavía está haciendo futbol a nivel competitivo en las diversas ligas de futbol de primera categoría en la ciudad de Arequipa, y en otras regiones, pero ello en cierta medida les aseguraba un buen entrenamiento de sus hijos.

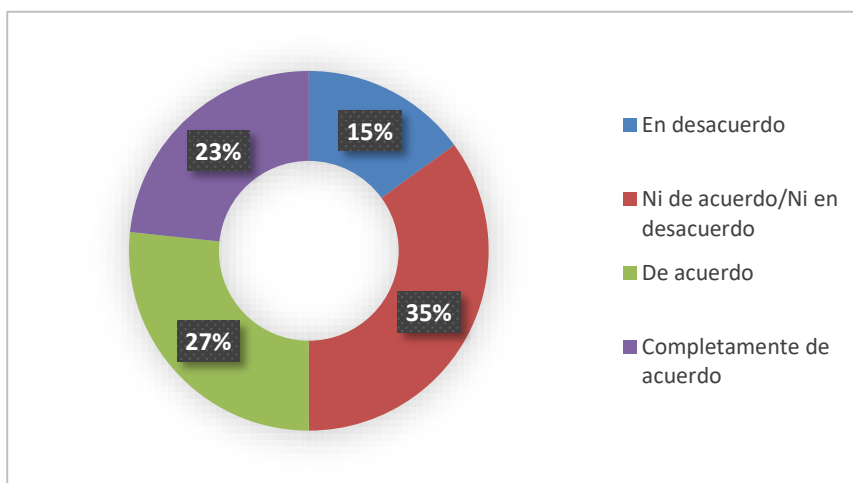
TABLA Nº 3: EXPECTATIVA DEL PERSONAL DE ENTRENAMIENTO

Expectativa del Personal de Entrenamiento	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	9	15.00
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	21	35.00
De acuerdo	16	26.67
Completamente de acuerdo	14	23.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 3 EXPECTATIVA DEL PERSONAL DE ENTRENAMIENTO



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.1.4. EXPECTATIVAS DE LOS MATERIALES DEPORTIVOS

Las expectativas que se tenía de la Academia “Alameda Football Kids” eran positivas, pero no al nivel de esperar grandes cosas en el caso de los materiales deportivos que se iban a utilizar, en este caso se habla de pelotas, conos, camisetas, chalecos, etc. ya que como es sabido por todos lo que en el país aún se adolece de no contar con clubes con una buena capacidad para contar con implementos deportivos de primera calidad, es por ello que se puede apreciar que la mayor proporción no sabe si esperar algo bueno o algo malo, pero cerca de la mitad si está seguro que en cuanto a materiales deportivos ellos serán de buena calidad y permitirá a sus hijos realizar bien sus trabajos de entrenamiento en la disciplina, en este caso la del futbol, sobre todo en los conceptos básicos del deporte de manera inicial, para luego ir avanzando poco a poco a niveles más altos en su desempeño dentro del campo de futbol.

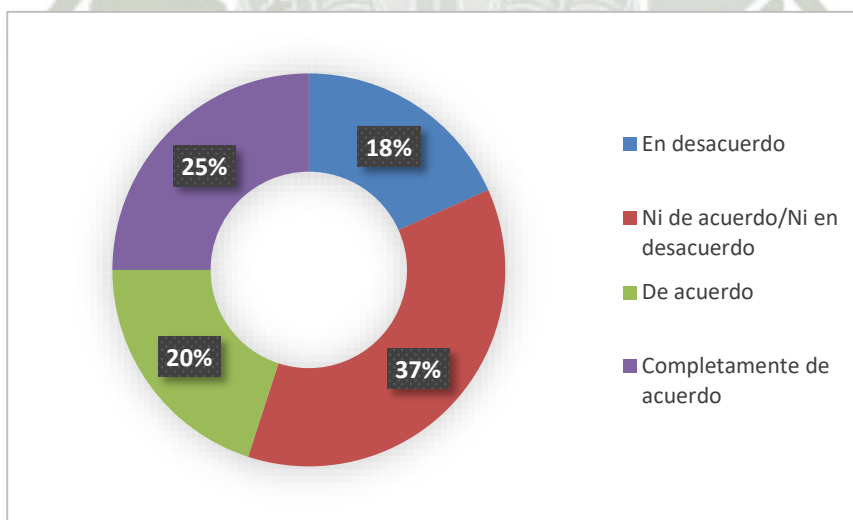
TABLA N° 4: EXPECTATIVA DE LOS MATERIALES DEPORTIVOS

Expectativa de los Materiales Deportivos	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	11	18.33
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	22	36.67
De acuerdo	12	20.00
Completamente de acuerdo	15	25.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 4 EXPECTATIVA DE LOS MATERIALES DEPORTIVOS



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.2. EXPECTATIVAS DE LA FIABILIDAD

La dimensión de fiabilidad consiste en averiguar si es que el servicio que se está brindando realmente es fiable, es decir si los clientes confían en que será un servicio de calidad, si es que cumplirán con lo que prometen que es algo común que sucede en el mercado cuando se utilizan medios de comunicación para enviar mensajes al mercado y decirles que su servicio es de primera, pero cuando se da el servicio no se recibe lo que se prometió. En este caso los padres de familia no tienen altas expectativas de que la academia cumpla con lo promete y que el servicio sea de excelente calidad desde la primera vez y para siempre.

3.1.2.1. EXPECTATIVAS DEL CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO

No solamente los padres de familias en este caso, sino que se considera que todas las personas, sobre todo aquellas que adquieren o pagan por recibir un servicio tienen serias dudas respecto a que si lo que van a recibir es lo que ellos esperan del mismo, sobre todo por la intangibilidad del servicio, en este caso los padres de familia en cuanto a la Academia “Alameda Football Kids”, de los cuales cuatro de cada diez indicaron que no saben cómo es el servicio y por lo mismo no esperan mucho del mismo, pero luego de ellos hay más o menos una misma cantidad que si piensan de manera positiva y creyeron de que el servicio que iban a recibir sería de muy buena calidad, pero es necesario indicar que a pesar de que un porcentaje relativamente pequeño considera que el servicio no será excelente, aun así los han matriculado a sus hijos en la Academia.

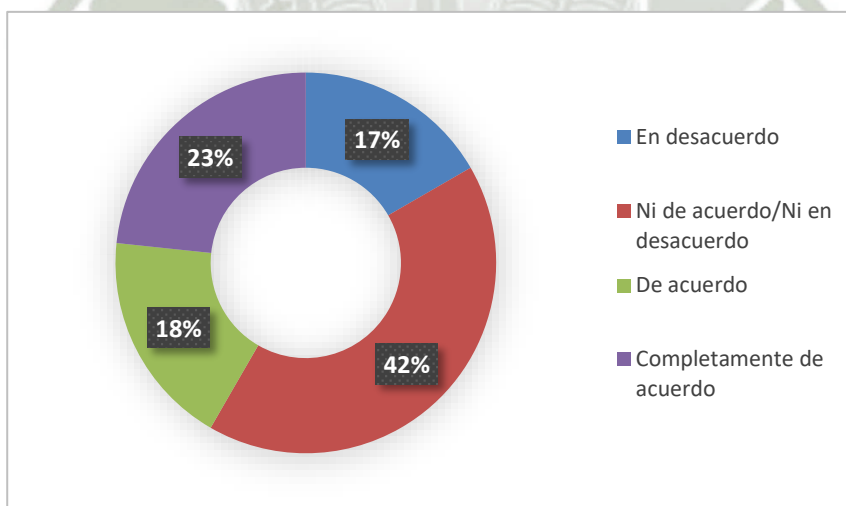
TABLA N° 5: EXPECTATIVA DEL CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO

Expectativa del Cumplimiento del Servicio	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	10	16.67
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	25	41.67
De acuerdo	11	18.33
Completamente de acuerdo	14	23.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 5 EXPECTATIVA DEL CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.2.2. EXPECTATIVAS EN EL INTERÉS EN SOLUCIONAR PROBLEMAS

Es complicado preguntarle a un padre de familia que está dispuesta a confiarle el futuro de sus hijos a una Academia en este caso de futbol la “Alameda Football Kids” si ante un determinado problema que tengan sus hijos en la academia o que tengan ellos como padres de familia, el personal de la academia estarán dispuestos siempre en solucionar los problemas que tengan en su cotidiano accionar. Cerca dl veinte por ciento no considera que solucionaran sus problemas pero aun así matricularon a sus hijos confiados en que estén equivocados en sus creencias antes de tomar el servicio. La mayoría de padres de familia no saben si la respuesta será positiva o negativa pero consideran que ello es suficiente para matricular a sus hijos, mientras que cerca de la mitad si consideran que ante el menor problema la academia lo solucionará porque es política de la misma que no haya el menor problema con sus clientes y usuarios del servicio.

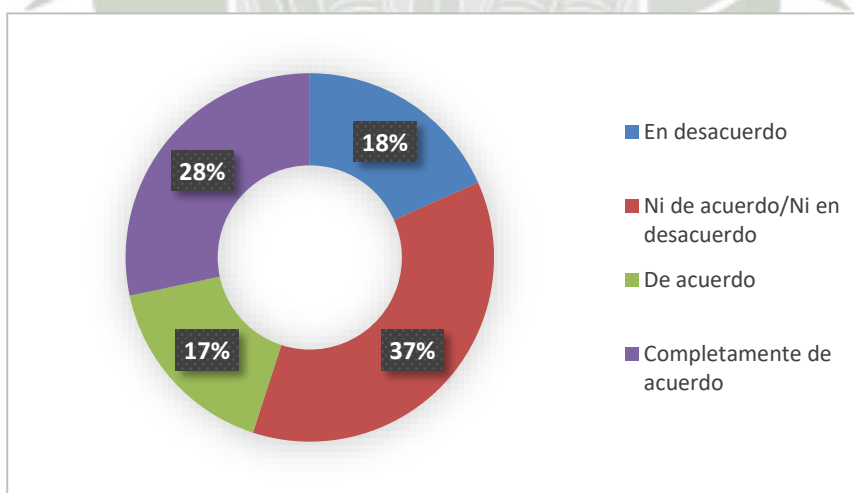
**TABLA Nº 6: EXPECTATIVA EN EL INTERÉS EN SOLUCIONAR
PROBLEMAS**

Expectativa en el Interés en Solucionar Problemas	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	11	18.33
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	22	36.67
De acuerdo	10	16.67
Completamente de acuerdo	17	28.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

**GRAFICO Nº 6 EXPECTATIVA EN EL INTERÉS EN SOLUCIONAR
PROBLEMAS**



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.2.3. EXPECTATIVAS DEL BUEN SERVICIO DESDE EL PRINCIPIO

En un mundo globalizado en el que se vive en donde la mayoría de personas está al tanto en todo lo que pasa, en este caso cuando se adquiere un servicio se espera que la calidad del servicio sea de primera desde la primera vez y todas las veces, pero el cuarenta por ciento indican que podrían dar opinión al respecto porque no cuentan con la suficiente información sobre la academia “Alameda Football Kids” y eso es lógico de pensar así cuando hay poca información en el sector y cuando la academia no tiene suficiente tiempo en el mercado para permitir que los clientes lleguen a sus instalaciones por recomendación de amigos y familiares. Cerca de la mitad siempre son optimistas y esperan recibir un servicio excelente, el cual sea desde la primera vez que se utilice, y sea así todas las veces, hasta la última.

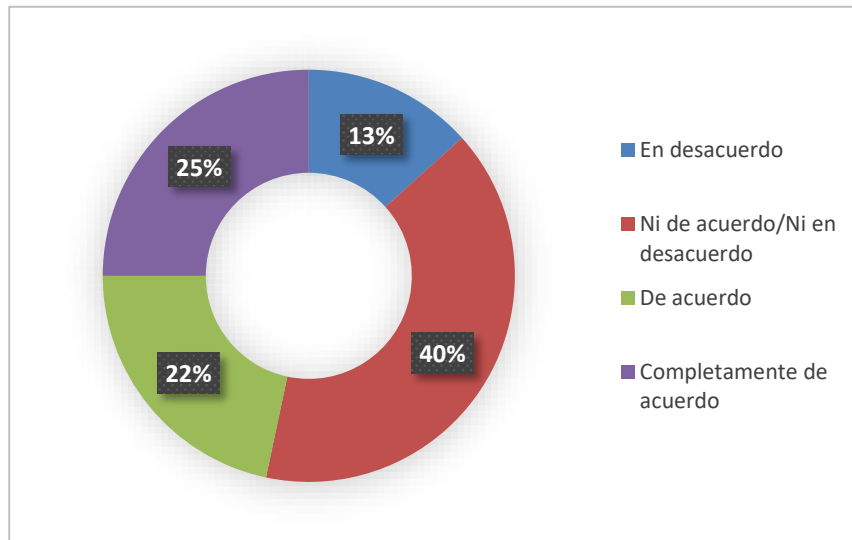
TABLA N° 7: EXPECTATIVA EN RECIBIR UN BUEN SERVICIO DESDE LA PRIMERA VEZ

Expectativa del Buen Servicio desde el Inicio	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	8	13.33
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	24	40.00
De acuerdo	13	21.67
Completamente de acuerdo	15	25.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 7 EXPECTATIVA EN RECIBIR UN BUEN SERVICIO DESDE LA PRIMERA VEZ



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.2.4. EXPECTATIVAS EN EL LOGRO DE LAS METAS

En cuanto a que si sus hijos van a alcanzar el logro de sus metas, es decir lograr alcanzar primero conocer y aprender las reglas básicas del fútbol para luego ir avanzando poco a poco hasta alcanzar grandes logros en este deporte, los padres de familia consideraron antes de tomar los servicios de la Academia “Alameda Football Kids”, más de cuarenta por ciento indicaron que no tenían grandes expectativas de que sus hijos logren sus metas y por ende de ellos mismos. Dos de cada diez padres de familia indicaron que no lograrían alcanzar sus metas, y es que había desconfianza en la calidad de la academia, pero un poco más del treinta y cinco por ciento si consideraban que sus hijos lograrían alcanzar sus metas. Otra vez en este caso sus expectativas no eran suficientes para tomar el servicio de la

academia que se está analizando, y es que a veces la gente prefiere no hacerse grandes ilusiones con algo, en este caso el servicio de entrenamiento, para luego de recibir el servicio esperar probablemente que sea un excelente servicio.

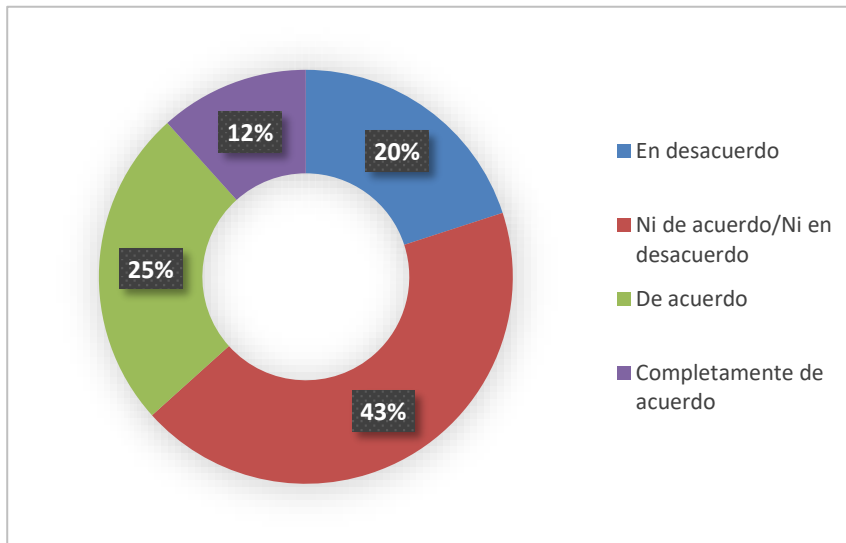
TABLA Nº 8: EXPECTATIVA EN EL LOGRO DE LAS METAS

Expectativa en el Logro de la Metas	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	12	20.00
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	26	43.33
De acuerdo	15	25.00
Completamente de acuerdo	7	11.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 8 EXPECTATIVA EN EL LOGRO DE LAS METAS



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.1.2.5. EXPECTATIVAS EN OBTENER UN SERVICIO SIN ERRORES

En este ítem, uno de los más bajos, se puede apreciar de que algo más del treinta por ciento consideran que están pagando por un servicio en el cual sus hijos reciban un servicio el cual está exento de errores es decir que todo será de primera calidad, aunque siempre el porcentaje de una seguridad absoluta de ello es menor al diez por ciento. Es necesario indicar que en este caso más de la mitad de los padres de familia indicaron que no saben cómo será el servicio en cuanto a la cantidad de errores y que ello indica que como puede ser bueno, también puede ser un mal servicio. Ello no es raro en un sector donde no hay academias de prestigio y están tomando el servicio de una que está cerca de sus actividades y que el propietario de la academia tiene cierto prestigio y esperan que a pesar del riesgo que están asumiendo es posible que sea un servicio excelente.

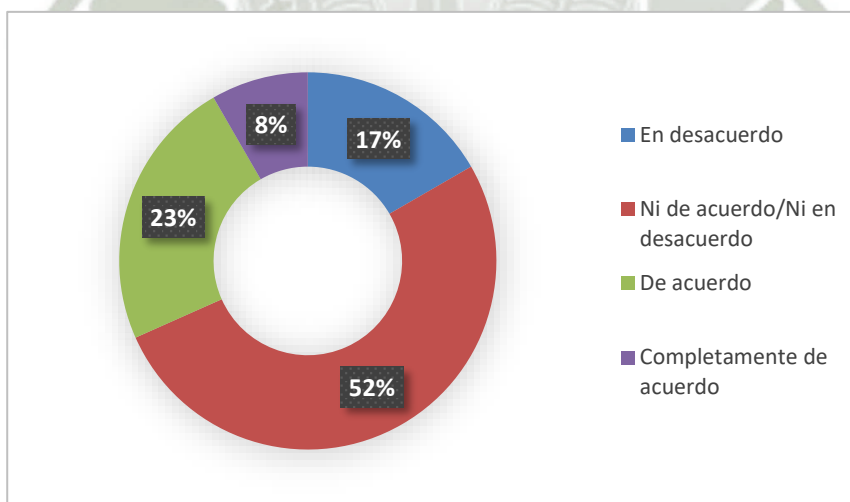
TABLA Nº 9: EXPECTATIVA DE RECIBIR UN SERVICIO SIN ERRORES

Expectativa de un Servicio sin Errores	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	10	16.67
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	31	51.67
De acuerdo	14	23.33
Completamente de acuerdo	5	8.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO Nº 9 EXPECTATIVA DE RECIBIR UN SERVICIO SIN ERRORES



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.3. EXPECTATIVAS DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

La dimensión de capacidad de respuesta está dirigida a saber si la academia en este caso tiene la capacidad de estar pendiente todo el tiempo de preocuparse en que los usuarios y los clientes del servicio, realmente reciban un servicio de calidad, y que ante el menor problema los mismos puedan ser solucionados de la mejor manera y en el caso de evaluar el servicio y tener uno de muy buena calidad reforzarlo aún más para que cada vez sea mejor, porque nunca es posible decir que ya alcanzamos la calidad, sino que siempre es posible mejor algo más, en esta dimensión la mayoría tiene bajas expectativas de que la capacidad de respuesta sea excelente.

3.1.3.1. EXPECTATIVAS SOBRE UNA COMUNICACIÓN PERMANENTE

A pesar de ser un tema muy importante el hecho de que haya un comunicación permanente con sus hijos y con los padres de familia quienes son los que pagan por el servicio de la Academia “Alameda Football Kids” cerca de la mitad no saben si la comunicación será buena o será mala, pero hay un gran porcentaje de padres que consideran que la comunicación será permanente y así podrán saber todo el tiempo cómo va el avance de sus hijos por su lado, y por el lado de sus hijos la buena comunicación les permitirá que ellos entiendan las instrucciones del personal de la academia y que además de ello reciban la retroalimentación que les permita reforzar lo positivo y corregir sus errores de tal manera que puedan alcanzar sus objetivos.

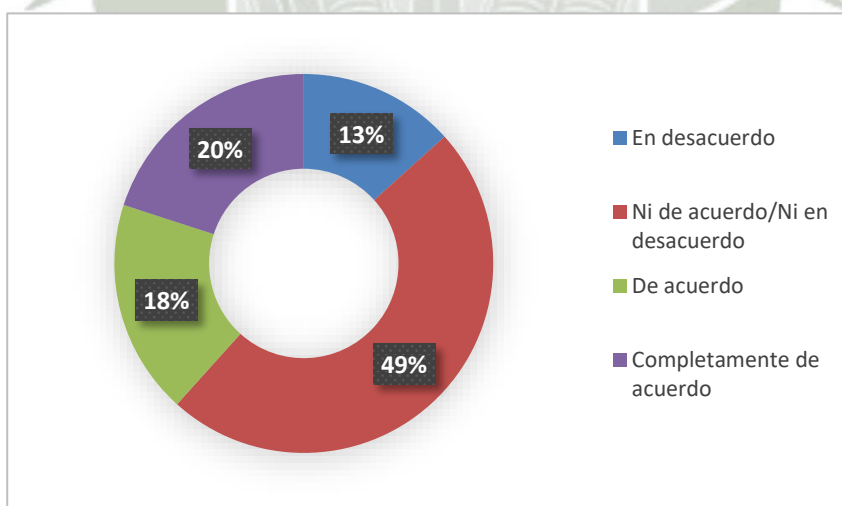
**TABLA N° 10: EXPECTATIVA DE QUE HAYA UNA COMUNICACIÓN
PERMANENTE**

Expectativas de una Comunicación Permanente	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	8	13.33
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	29	48.33
De acuerdo	11	18.33
Completamente de acuerdo	12	20.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

**GRAFICO N° 10 EXPECTATIVA DE QUE HAYA UNA COMUNICACIÓN
PERMANENTE**



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.3.2. EXPECTATIVAS SOBRE UN SERVICIO DE CALIDAD

Este es uno de los puntos que se considera como el más importante de todos y es que a nivel general se busca que los clientes en este caso los padres de familia indiquen si esperan que el servicio que van a recibir sus hijos e indirectamente ellos sea un servicio de calidad en el buen sentido de la palabra, es decir que sea un servicio con calidad excelente; y otra vez el resultado es muy parecido a los anterior en donde cerca de la mitad de los padres de familia no saben si el servicio que recibirán será bueno o malo por lo que no podrían afirmar que ello sea positivo o negativo, y algo más del treinta por ciento indicaron de que si esperan o creen que el servicio tendrá una calidad buena o muy buena.

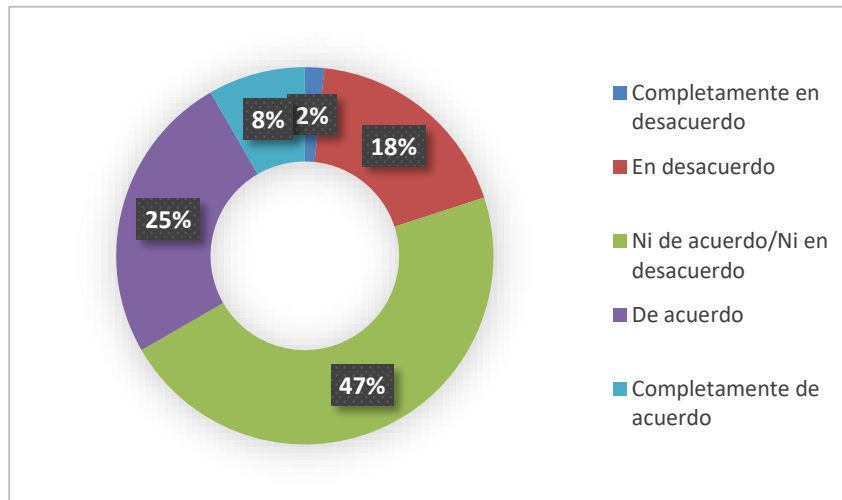
TABLA N° 11: EXPECTATIVA DE RECIBIR UN SERVICIO DE CALIDAD

Expectativa de un Servicio de Calidad	Frecuencia	Porcentaje
Completamente en desacuerdo	1	1.67
En desacuerdo	11	18.33
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	28	46.67
De acuerdo	15	25.00
Completamente de acuerdo	5	8.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 11 EXPECTATIVA DE RECIBIR UN SERVICIO DE CALIDAD



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.1.3.3. EXPECTATIVAS SOBRE PERSONAL DISPONIBLE

Cerca del cuarenta por ciento de los padres de familia que tienen sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” indicaron que antes de tomar en servicio no conocían si la academia tenía el personal disponible en todo momento para atender a sus hijos, y no solamente para ello, sino que estuvieran dispuestos a ayudar en lo que fuese necesario para sus hijos en todo momento. En el caso de aquellos que si esperaban que la academia siempre este atenta con personal para ayudar a sus hijos, fueron cerca de la mitad de padres de familia que consideraban que ello se iba a dar de la mejor manera. El resto de padres de familia a pesar de creer de que sus hijos no iban a contar con el apoyo permanente en la academia, aun así los matricularon.

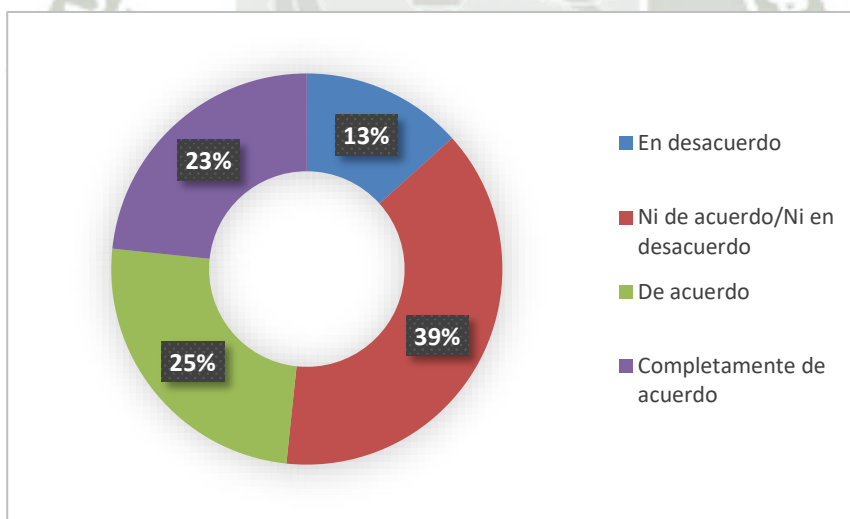
TABLA N° 12: EXPECTATIVA SOBRE EL PERSONAL DISPONIBLE

Expectativa del Personal Disponible	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	8	13.33
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	23	38.33
De acuerdo	15	25.00
Completamente de acuerdo	14	23.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 12 EXPECTATIVA SOBRE EL PERSONAL DISPONIBLE



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.3.4. EXPECTATIVAS DE LA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO

Antes de contratar el servicio en la Academia “Alameda Football Kids” más del cuarenta por ciento de los padres de familia tenían la expectativa que el personal de la Academia se daría el tiempo necesario para responder las inquietudes, preguntas y dudas que tuvieran tanto los alumnos, en este caso los usuarios del servicio, así como ellos mismos. En cambio, otro porcentaje igual no sabía cómo sería el servicio en este sentido, y el resto de padres de familia no confiaba en que todo el personal de la academia tendría el tiempo y la disponibilidad de ayudar en todo momento a sus hijos sobre todo.

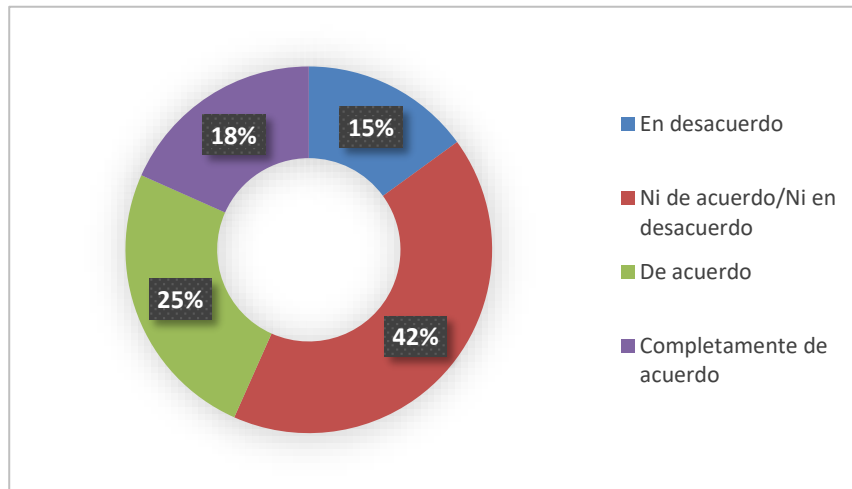
TABLA Nº 13: EXPECTATIVA DE LA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO

Expectativa de la Disponibilidad de Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	9	15.00
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	25	41.67
De acuerdo	15	25.00
Completamente de acuerdo	11	18.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 13 EXPECTATIVA DE LA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.1.4. EXPECTATIVAS DE LA SEGURIDAD

En esta dimensión se tocan temas relacionados a la seguridad de que el servicio que se brinde sea de calidad, y como se puede apreciar en todos sus ítems las expectativas son bajas ya que menos de la mitad de los padres de familia tienen la seguridad de que sus hijos recibirán un servicio de calidad.

3.1.4.1. EXPECTATIVAS SOBRE UN PERSONAL CONFIABLE

Más del cuarenta por ciento de los padres de familia que en este caso son los clientes de la Academia “Alameda Football Kids” antes de contratar el servicio consideraron que el personal de la academia tenían un personal que trasmite confianza a sus alumnos en todo momento, y como producto de esa confianza podrían los alumnos en todo momento consultar con el personal en cuanto a sus inquietudes y sus problemas que tuvieran en determinado momento del proceso.

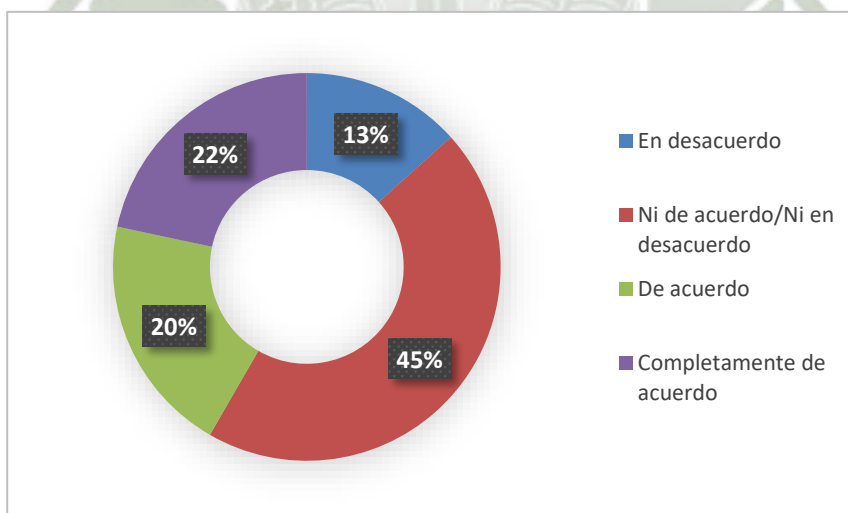
TABLA N° 14: EXPECTATIVA DE PERSONAL DISPONIBLE

Expectativa de Personal Disponible	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	8	13.33
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	27	45.00
De acuerdo	12	20.00
Completamente de acuerdo	13	21.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 14 EXPECTATIVA DE PERSONAL DISPONIBLE



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.4.2. EXPECTATIVAS EN LAS FACILIDADES DE PAGOS

Cuando los padres de familia que tienen sus hijos aprendiendo y entrenando la disciplina de fútbol en la Academia “Alameda Football Kids” tocaron el tema del pago o de los pagos que tienen que hacer por el costo del servicio, por ser montos menores un cuarenta por ciento de los mismos indicaron no saber si habrían facilidades de pago de los mismos, y un porcentaje igual piensa de que la academia si les podría dar facilidades de pago cuando sea necesario. El resto de los padres de familia consideraban que no habrían facilidades de pago por el servicio que han tomado.

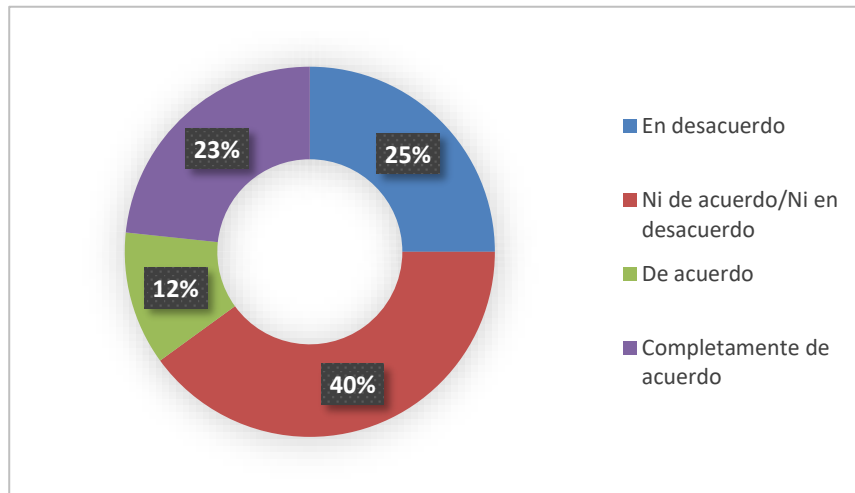
TABLA Nº 15: EXPECTATIVA DE LAS FACILIDADES DE PAGOS

Expectativa en Facilidad de Pago	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	15	25.00
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	24	40.00
De acuerdo	7	11.67
Completamente de acuerdo	14	23.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 15 EXPECTATIVA DE LAS FACILIDADES DE PAGOS



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.1.4.3. EXPECTATIVAS EN LA AMABILIDAD DEL PERSONAL

No solamente es necesario de que haya un personal capacitado en la Academia “Alameda Football Kids”, sino que además de ello, es necesario de que el personal sea realmente amable tanto con los clientes como con los usuarios del servicio en este caso los alumnos que están en la academia, y como es lógico pensar más de la mitad de los padres de familia no tienen idea cómo será el personal en este sentido, mientras que más del cuarenta por ciento esperan que el personal sea realmente amable y ello es algo que las personas consideran importante sobre todo cuando se habla que son sus hijos los que están en ese proceso, y entienden que cuando el personal es amable es más fácil aprender. En este rubro una cantidad mínima de padres de familia esperan que el personal no sea amable, es el menor de los porcentajes de todo los indicadores.

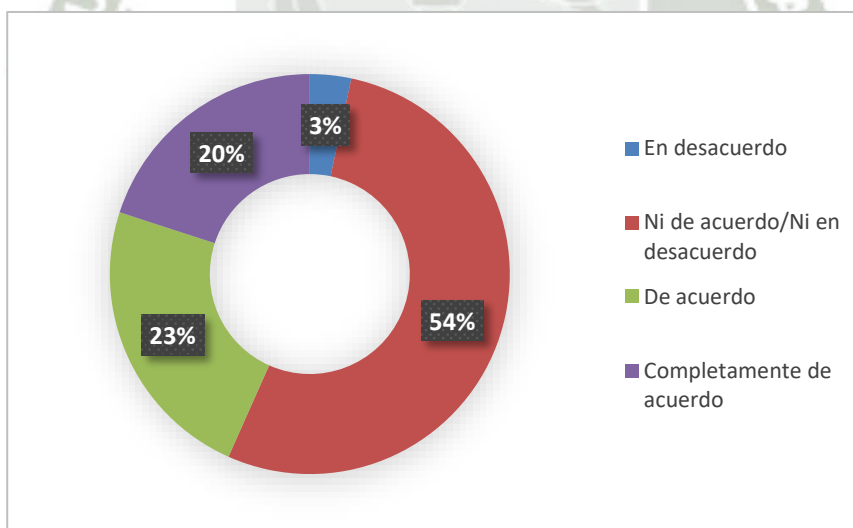
TABLA N° 16: EXPECTATIVA EN LA AMABILIDAD DE PERSONAL

Expectativa en Personal Amable	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	2	3.33
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	32	53.33
De acuerdo	14	23.33
Completamente de acuerdo	12	20.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 16 EXPECTATIVA EN LA AMABILIDAD DE PERSONAL



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.4.4. EXPECTATIVAS EN UN PERSONAL CAPACITADO

Una entidad que se dedique a la enseñanza-aprendizaje necesariamente debe de contar con personal capacitado en los temas que imparte, y en este caso algo más del cuarenta por ciento de los padres de familia que tienen sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” consideran que la academia si cuenta con personal que sabe su oficio es decir es personal que ha tenido algún tipo de “recorrido” en el futbol, porque contar con personal que nunca haya practicado futbol a un nivel competitivo reduce las expectativas y la confianza en la academia. Un cuarenta y cinco por ciento de los padres de familia no sabía si habría personal capacitado y ello debe ser porque no tenían conocimiento de quienes brindan el servicio. El resto de padres de familia consideran de que no hay personal calificado en la academia.

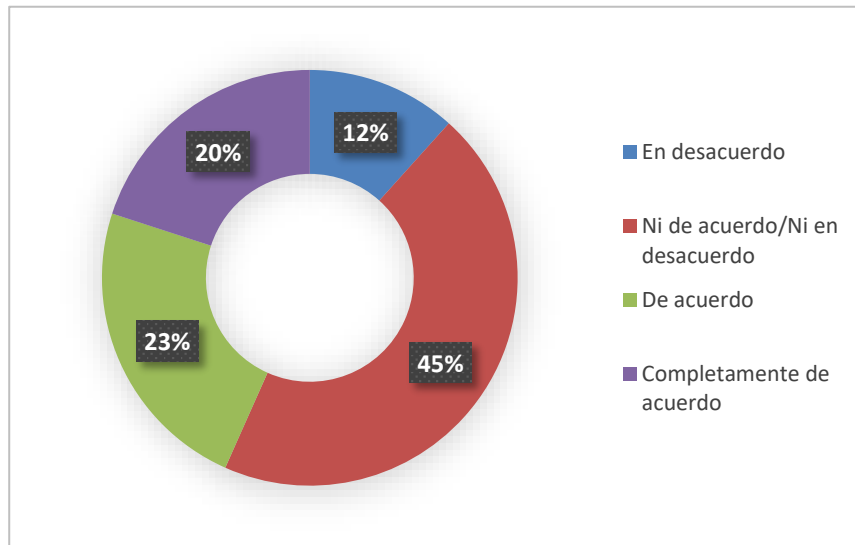
TABLA N° 17: EXPECTATIVA DE UN PERSONAL CAPACITADO

Expectativa en Personal Capacitado	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	7	11.67
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	27	45.00
De acuerdo	14	23.33
Completamente de acuerdo	12	20.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 17 EXPECTATIVA DE UN PERSONAL CAPACITADO



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.1.5. EXPECTATIVAS DE LA EMPATÍA

La dimensión de empatía engloba variables relacionadas a que los alumnos de la academia tengan un servicio diferenciado del resto de academias que existen en el mercado y que el servicio se adecue a cada uno de sus alumnos buscando siempre el bienestar de los mismos, para ello debe evaluar el talento individual de sus alumnos, y ante todo ello los padres de familia no tienen altas expectativas de que ello sea cierto, por lo que no saben si realmente el servicio será de lo mejor en estos aspectos.

3.1.5.1. EXPECTATIVAS SOBRE UN SERVICIO DIFERENCIADO

De los padres de familia que tienen sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids”, cerca de la mitad de los mismos no sabe si en la academia sus hijos recibirán un servicio diferenciado a lo que reciben los alumnos en otras academias de

fútbol que hay en la ciudad, y es que las personas de la ciudad normalmente son desconfiadas y esperan ver para creer, mientras que algo más del treinta por ciento si consideran que recibirán sus hijos un servicio diferente e individualizado es decir de que el personal se tomará el tiempo suficiente para ver que le falta a cada uno de sus alumnos, el restante de los padres de familia consideran que el servicio no será adecuado en el aspecto de que sea diferenciado.

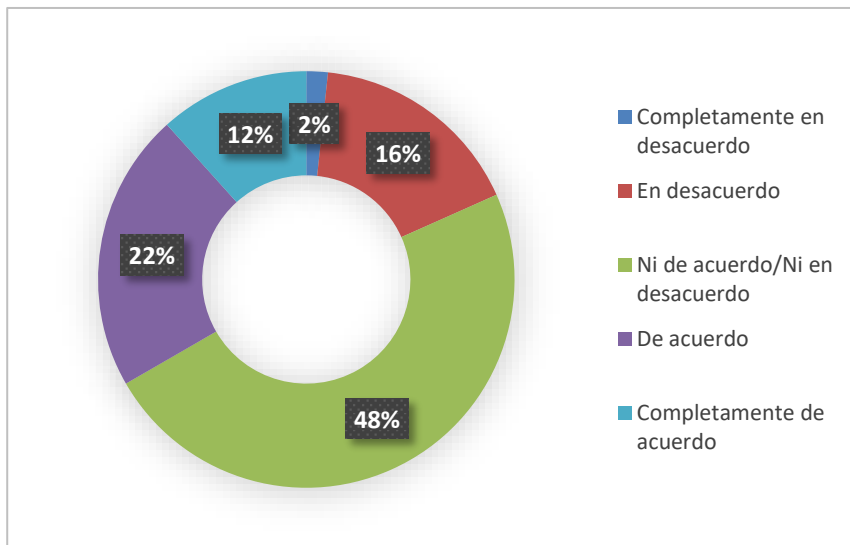
**TABLA N° 18: EXPECTATIVA DE QUE SEA UN SERVICIO
DIFERENCIADO**

Expectativa en Servicio Diferenciado	Frecuencia	Porcentaje
Completamente en desacuerdo	1	1.67
En desacuerdo	10	16.67
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	29	48.33
De acuerdo	13	21.67
Completamente de acuerdo	7	11.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

**GRAFICO N° 18 EXPECTATIVA DE QUE SEA UN SERVICIO
DIFERENCIADO**



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.5.2. EXPECTATIVAS SOBRE HORARIOS DIVERSOS

Toda institución que brinda el servicio de capacitación o de entrenamiento en algún tema, profesión, oficio o disciplina normalmente tiene que ofertar una diversidad de horarios ya que los usuarios del servicio es raro que todos tengan la misma disponibilidad de horarios, y en este caso la cosa se complica porque hay que tomar en cuenta la disponibilidad de tiempo también de los padres de familia porque son ellos generalmente los que llevan a sus hijos a la academia, en este caso más del veintitrés por ciento consideraron de que no habría diversidad de horarios, un cuarenta por ciento que no saben si habrá o habrá diversidad de horarios, y el resto indicó que si habría la diversidad de horarios y que se adecuan a sus tiempos.

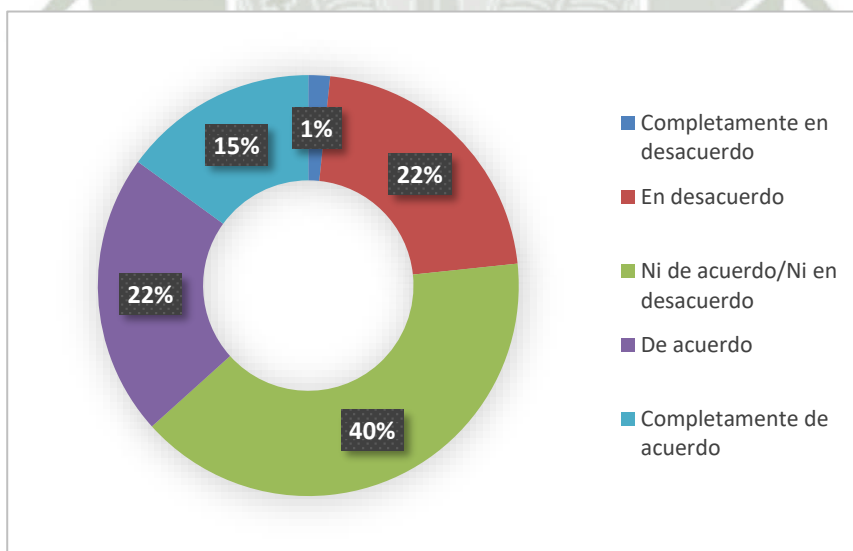
TABLA Nº 19: EXPECTATIVA DE DIVERSIDAD DE HORARIOS

Expectativa en Diversidad de Horarios	Frecuencia	Porcentaje
Completamente en desacuerdo	1	1.67
En desacuerdo	13	21.67
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	24	40.00
De acuerdo	13	21.67
Completamente de acuerdo	9	15.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO Nº 19 EXPECTATIVA DE DIVERSIDAD DE HORARIOS



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.5.3. EXPECTATIVAS EN UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA

Los padres de familia que tienen sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” en cuanto a que reciban una atención personalizada por todo el personal, en el sentido de que cada persona es diferente a otra y que cada uno es capaz de resolver problemas en diferentes tiempos y que cada uno va a un ritmo diferente del resto esperan de que ello se de en la academia, pero a pesar de que se pensó de manera inicial de que todos esperen que ello sea así, cuando se tuvieron los resultados de la encuesta solo el treinta y tres por ciento de los mismos esperan que ello sea de esa manera, el resto no, cerca de la mitad no saben si sus hijos recibirán o no una atención personalizada, mientras que el resto están en desacuerdo que ello sea así.

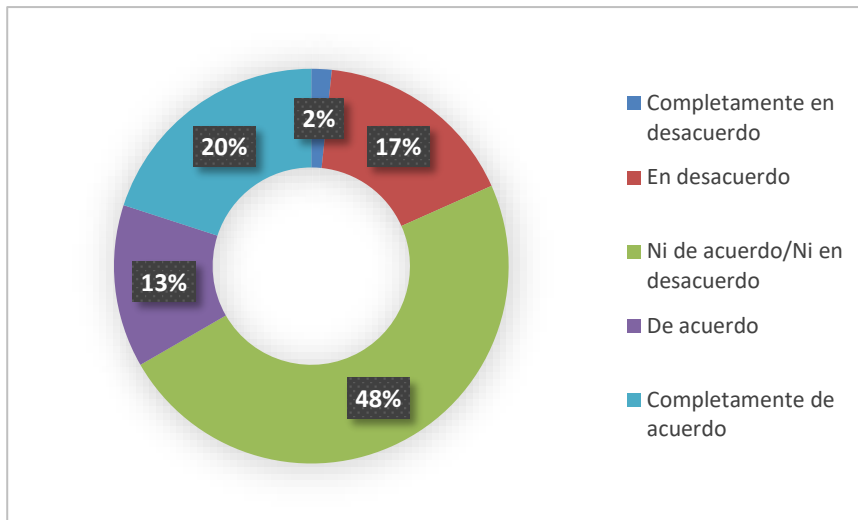
TABLA Nº 20: EXPECTATIVA DE UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA

Expectativa en Atención Personalizada	Frecuencia	Porcentaje
Completamente en desacuerdo	1	1.67
En desacuerdo	10	16.67
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	29	48.33
De acuerdo	8	13.33
Completamente de acuerdo	12	20.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 20 EXPECTATIVA DE UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.5.4. EXPECTATIVAS SOBRE EL BIENESTAR DE LOS ALUMNOS

Cuando se trabaja con personas es necesario lograr el bienestar de sus clientes, en este caso es con los alumnos que se encuentran matriculados en la Academia “Alameda Football Kids”, logrando que cada uno de ellos obtengan lo mejor de cada uno. Para ello los resultados indicaron de que cerca de la mitad de los padres de familias al responder esta pregunta no saben si es que sus hijos realmente tengan un bienestar al ir a la academia, mientras que un porcentaje menor a ello si consideran que se logrará alcanzar un mayor bienestar al que ya tienen antes de ir a la academia. El resto consideran que no van a lograr ninguna mejora.

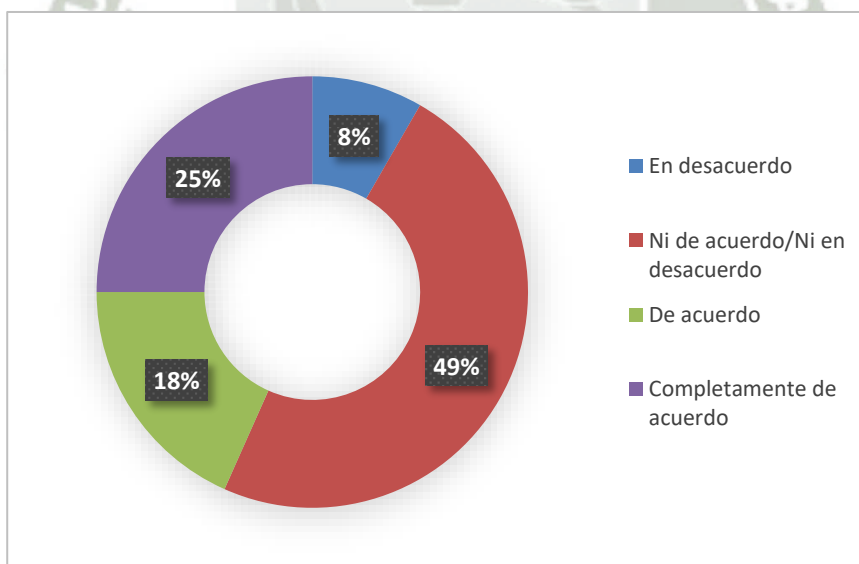
TABLA N° 21: EXPECTATIVA DEL BIENESTAR DE LOS ALUMNOS

Expectativa en Bienestar de Alumnos	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	5	8.33
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	29	48.33
De acuerdo	11	18.33
Completamente de acuerdo	15	25.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 21 EXPECTATIVA DEL BIENESTAR DE LOS ALUMNOS



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.1.5.5. EXPECTATIVAS EN UNA EVALUACIÓN DE TALENTOS HUMANOS

Los padres de familia al ser interrogados sobre lo que espera de la Academia “Alameda Football Kids” en la evaluación del talento de sus hijos indicaron que esperan de que ello se debe de dar al inicio, durante el proceso y culminando cada etapa de dicho proceso, pero a pesar de que ello sea lo que aparentemente esperen todos los padres de familia, luego de aplicado el cuestionario el resultado obtenido muestra de que una cuarta parte de ellos considera que la academia no realizará una evaluación permanente de los talentos de sus hijos, mientras que una tercera parte de los padres de familia consideraron de que no saben si la academia haría o no una evaluación de los talentos de sus hijos, el resto de padres considera de que si se hará una evaluación y que se podría establecer en que son buenos sus hijos referente a la disciplina del futbol tomando en cuenta facilidad de aprendizaje y su posible ubicación dentro del campo de futbol.

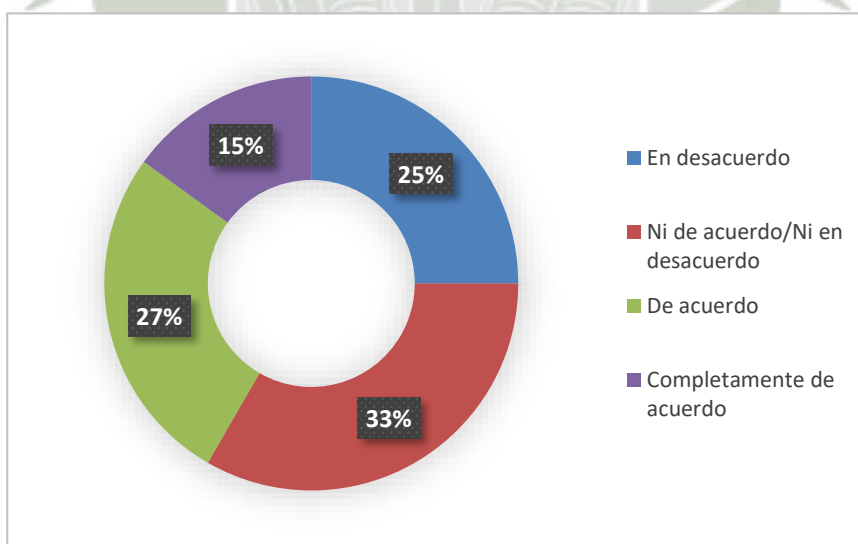
**TABLA Nº 22: EXPECTATIVA EN LA EVALUACIÓN DE TALENTOS
HUMANOS**

Expectativa en Evaluación de Talentos	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	15	25.00
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	20	33.33
De acuerdo	16	26.67
Completamente de acuerdo	9	15.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

**GRAFICO Nº 22 EXPECTATIVA EN LA EVALUACIÓN DE TALENTOS
HUMANOS**



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2. ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES

En este punto lo que se va a presentar son las percepciones que tienen los padres de familia del servicio que están recibiendo en la Academia “Alameda Football Kids”, lo cual es importante para conocer si lo que se está brindando realmente es de agrado o si están conformes con la calidad del servicio o bien ver en que se está fallando para poder corregir los errores, y en el caso de que sean positivas las percepciones continuar haciéndolo de la misma manera y que siempre sea un servicio de calidad.

3.2.1. PERCEPCIONES DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES

3.2.1.1. PERCEPCIONES DE LA TECNOLOGÍA DEPORTIVA

En cuanto a la percepción que tienen los padres de familia que tienen sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” referente a la tecnología deportiva que se utiliza, en este caso a la metodología o técnica utilizada, algunos equipos o herramientas utilizadas, tres cuartas partes de los padres de familia indican que están completamente de acuerdo que se está utilizando una tecnología excelente, y el resto que se están de acuerdo en que es excelente, lo que permite indicar que en este rubro todo está yendo por un muy buen camino en la Academia.

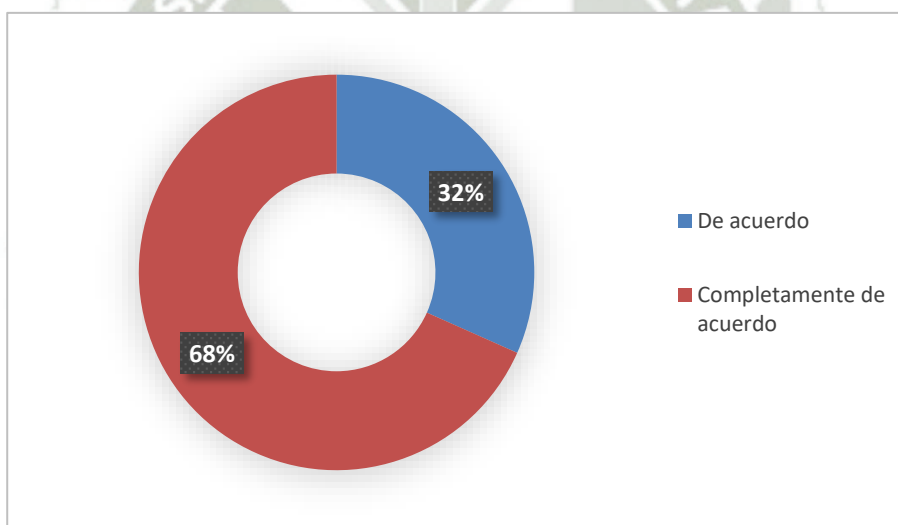
TABLA N° 23: PERCEPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA DEPORTIVA

Percepción de Tecnología Deportiva	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	19	31.67
Completamente de acuerdo	41	68.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 23 PERCEPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA DEPORTIVA



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.1.2. PERCEPCIONES DE LAS INSTALACIONES Y CANCHAS

Para la realización del proceso enseñanza-aprendizaje los padres de familia que tienen sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” consideran que se están dando de muy buena manera y que ello está permitiendo que sus hijos realmente estén avanzando de acuerdo a lo planificado para aprender los conocimientos necesarios de la disciplina del fútbol, lo que les permita tener un mayor rendimiento. En este punto indican que la cancha, su tamaño de la cancha, los servicios sanitarios y otros se adecuan para el proceso.

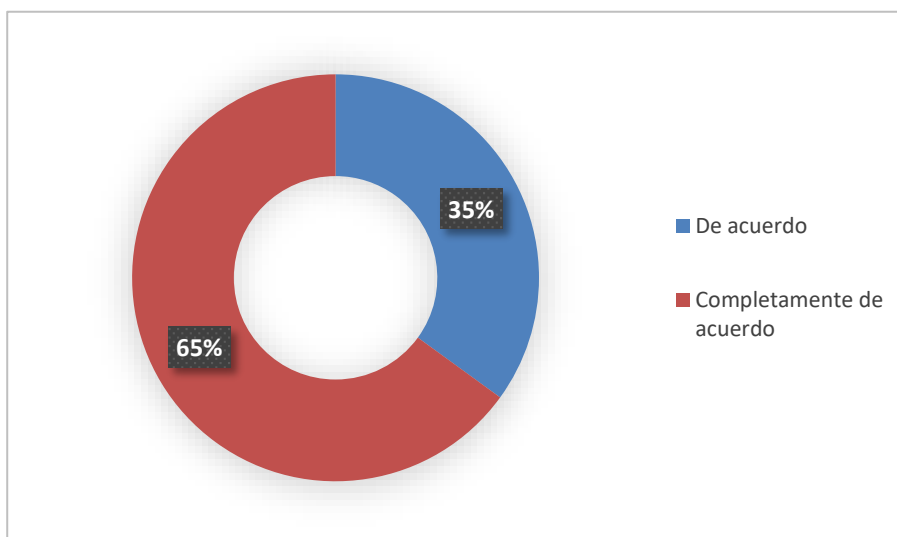
TABLA N° 24: PERCEPCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y CANCHAS

Percepción de Instalaciones y Canchas	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	21	35.00
Completamente de acuerdo	39	65.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 24 PERCEPCIÓN DE LAS INSTALACIONES Y CANCHAS



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.1.3. PERCEPCIONES DEL PERSONAL DE ENTRENAMIENTO

Los padres de familia que tienen sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” actualmente consideran de que las personas que tienen a su cargo la academia, ya sea en el caso de la dirección de la misma, así como el personal que está directamente relacionado con el proceso de enseñanza-aprendizaje están haciendo muy bien su trabajo, y que sus alumnos realmente están entendiendo lo que se les enseña que no es solamente relacionado a la disciplina deportiva de fútbol, sino también enseñanzas relacionadas a comportamiento y a estilo de vida de una persona triunfadora, lo que de una u otra manera trasciende las canchas deportivas.

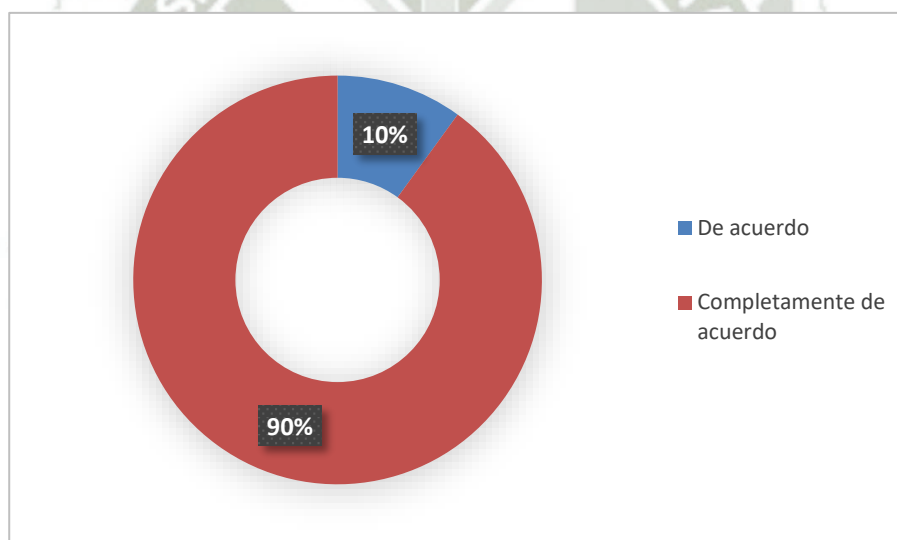
TABLA N° 25: PERCEPCIÓN DEL PERSONAL DE ENTRENAMIENTO

Percepción de Personal de Entrenamiento	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	6	10.00
Completamente de acuerdo	54	90.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 25 PERCEPCIÓN DEL PERSONAL DE ENTRENAMIENTO



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.1.4. PERCEPCIONES DE LOS MATERIALES DEPORTIVOS

Los materiales deportivos que son necesarios para que haya un buen servicio es importante, cuestión que en la Academia “Alameda Football Kids” los padres de familia piensan mayoritariamente que son excelente, mientras que un porcentaje minoritario indican que los materiales son buenos.

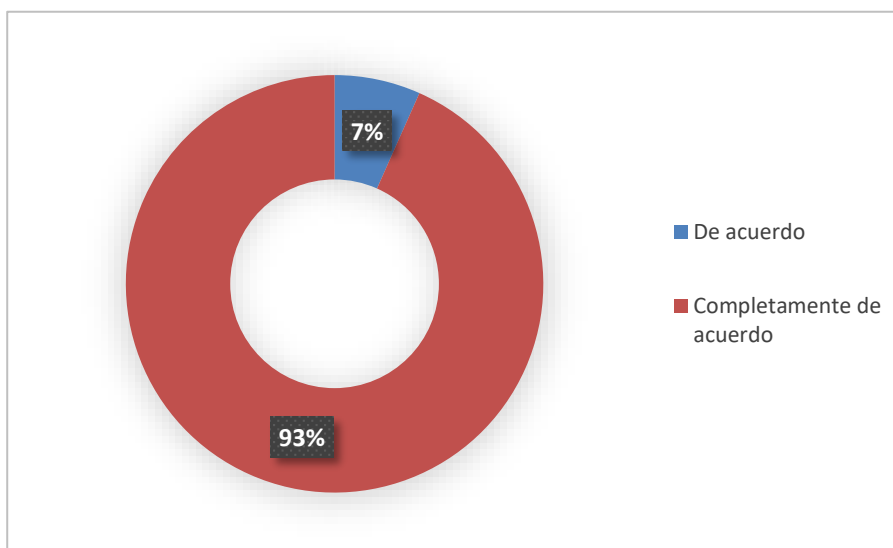
TABLA N° 26: PERCEPCIÓN DE LOS MATERIALES DEPORTIVOS

Percepción de Materiales Deportivos	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	4	6.67
Completamente de acuerdo	56	93.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 26 PERCEPCIÓN DE LOS MATERIALES DEPORTIVOS



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia



IMAGEN N° 1 EXPECTATIVAS DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración : Propia

3.2.2. PERCEPCIONES DE LA FIABILIDAD

3.2.2.1. PERCEPCIONES DEL CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO

En cuanto a la percepción que se tienen en relación al cumplimiento del servicio que está recibiendo en este momento, la mayoría de los padres de familia opinaron de que la Academia “Alameda Football Kids” está cumpliendo completamente con lo que ofrecieron al momento de adquirir el servicio, mientras que un porcentaje menor indicaron que si está cumpliendo pero no al cien por ciento.

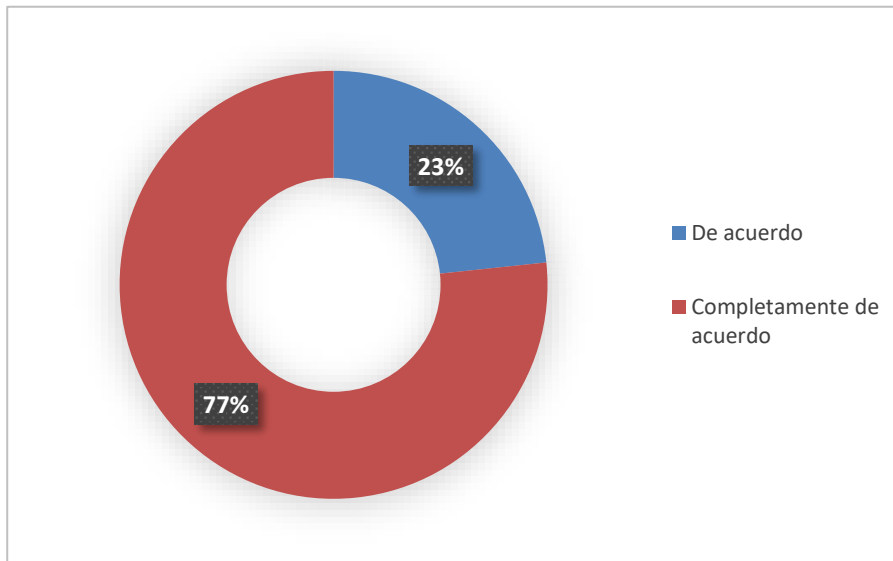
TABLA Nº 27: PERCEPCIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO

Percepción del Cumplimiento del Servicio	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	14	23.33
Completamente de acuerdo	46	76.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 27 PERCEPCIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.2.2.2. PERCEPCIONES EN EL INTERÉS EN SOLUCIONAR PROBLEMAS

Los padres de familia que tienen sus hijos entrenando en la Academia “Alameda Football Kids” en relación a que todo el personal de la academia tiene siempre el interés en que no hayan problemas durante el servicio y que apenas haya uno por más pequeño que sea inmediatamente se apura en solucionarlo, la gran mayoría indican que ello es así, mientras que un pequeño porcentaje indican que a pesar de solucionar problemas a veces no lo hace de la mejor manera o de la manera que ellos esperan.

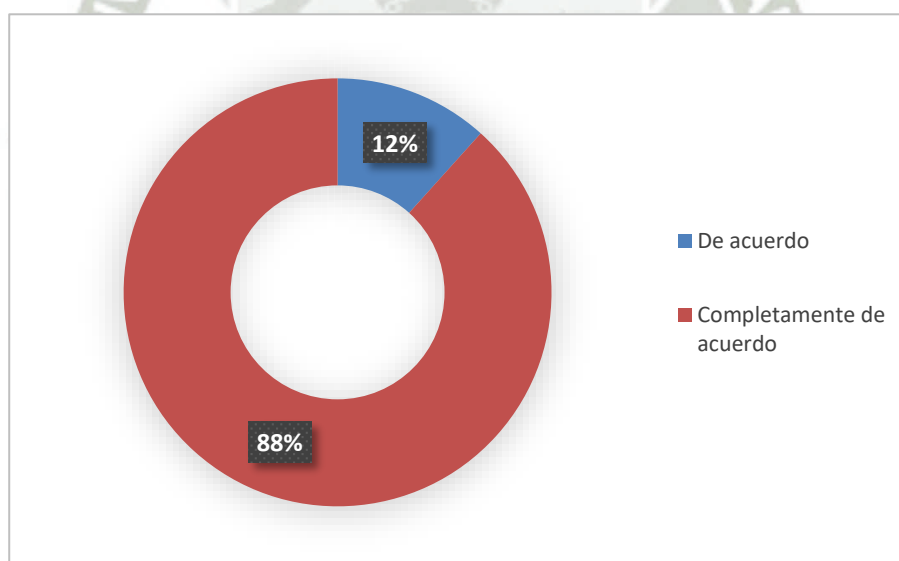
**TABLA N° 28: PERCEPCIÓN EN EL INTERÉS EN SOLUCIONAR
PROBLEMAS**

Percepción de Interés en Solucionar Problemas	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	7	11.67
Completamente de acuerdo	53	88.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

**GRAFICO N° 28 PERCEPCIÓN EN EL INTERÉS EN SOLUCIONAR
PROBLEMAS**



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.2.3. PERCEPCIONES DEL BUEN SERVICIO DESDE EL PRINCIPIO

A pesar de que no esperaban un buen servicio desde el inicio en que los recibieran, luego de recibirlo la gran mayoría de padres de familia que tienen sus hijos aprendiendo y entrenando la disciplina deportiva de fútbol en la Academia “Alameda Football Kids” indicaron que desde la primera hasta la última vez que sus hijos estuvieron en la academia el servicio fue excelente, y existe una pequeña cantidad de padres de familia que no saben si ello es cierto y puede ser que a veces no se comunican lo suficiente con sus hijos o con el personal de la academia para saber cómo les está yendo a sus hijos.

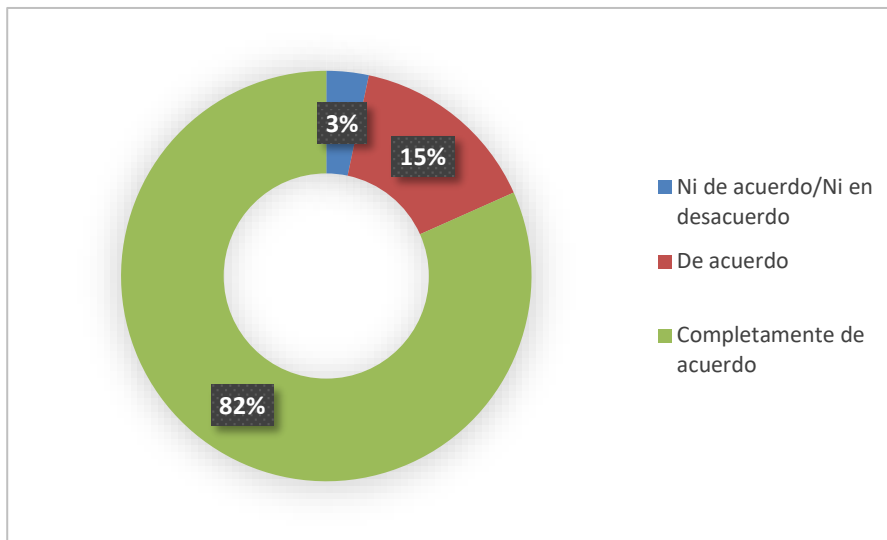
TABLA Nº 29: PERCEPCIÓN DEL BUEN SERVICIO DESDE LA PRIMERA VEZ

Percepción del Servicio desde el Inicio	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	2	3.33
De acuerdo	9	15.00
Completamente de acuerdo	49	81.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 29 PERCEPCIÓN DEL BUEN SERVICIO DESDE LA PRIMERA VEZ



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.2.4. PERCEPCIONES EN EL LOGRO DE LAS METAS

La gran mayoría de padres de familia consideran que sus hijos si están cumpliendo sus metas, las mismas que fueron estimadas en coordinación con el personal de la Academia “Alameda Football Kids” lo que les permite saber que el proceso de aprendizaje de sus hijos está yendo por buen camino. Una pequeña proporción de padres de familia aún no saben si sus hijos están logrando sus metas, y ello no quiere decir que no las estén cumpliendo, sino que puede ser que por falta de comunicación de la academia al no publicar los resultados en cada fase del proceso no permite a los padres saber cómo van sus hijos.

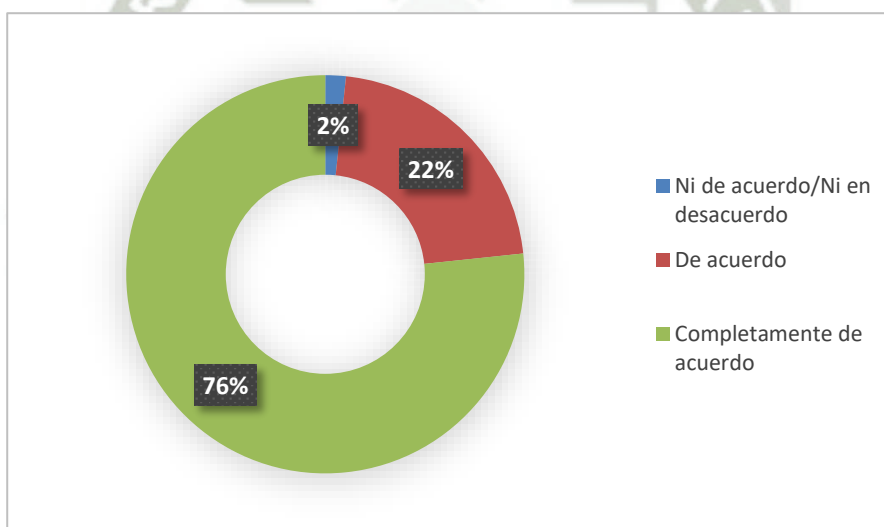
TABLA Nº 30: PERCEPCIÓN EN EL LOGRO DE LAS METAS

Percepción de Logro de Metas	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	1	1.67
De acuerdo	13	21.67
Completamente de acuerdo	46	76.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO Nº 30 PERCEPCIÓN EN EL LOGRO DE LAS METAS



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.2.5. PERCEPCIONES EN OBTENER UN SERVICIO SIN ERRORES

A pesar de que a veces se piensa de que las actividades o tareas de las personas no están exentas de errores, en este caso los padres de familia que tienen sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” consideran que en el proceso de aprendizaje de sus hijos no ha habido errores lo que desde ya dice de que la academia se está preocupando todo el tiempo porque nada malo suceda en todo el proceso.

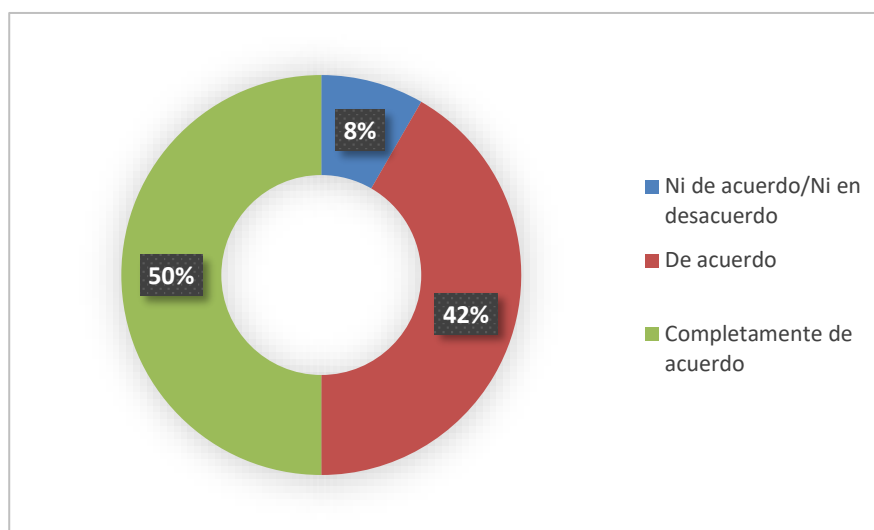
TABLA Nº 31: PERCEPCIÓN EN OBTENER UN SERVICIO SIN ERRORES

Percepción de Servicio sin Errores	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	5	8.33
De acuerdo	25	41.67
Completamente de acuerdo	30	50.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 31 PERCEPCIÓN EN OBTENER UN SERVICIO SIN ERRORES



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia



IMAGEN N° 2 PERCEPCIONES DE LA FIABILIDAD



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración : Propia

3.2.3. PERCEPCIONES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

3.2.3.1. PERCEPCIONES SOBRE UNA COMUNICACIÓN PERMANENTE

Dos tercera partes de los padres de familia que tienen sus hijos matriculados en la Academia “Alameda Football Kids” consideran de que la comunicación que hay entre la academia, ellos y sus hijos es excelente, casi una tercera parte indican que el sistema de comunicación existente es buena sin llegar a un nivel de excelente, y una pequeña parte de los padres de familia no podrían decir que es buena o malo, o que en todo caso es regular la comunicación ya sea en temas de aprendizaje o en temas de alcanzar metas.

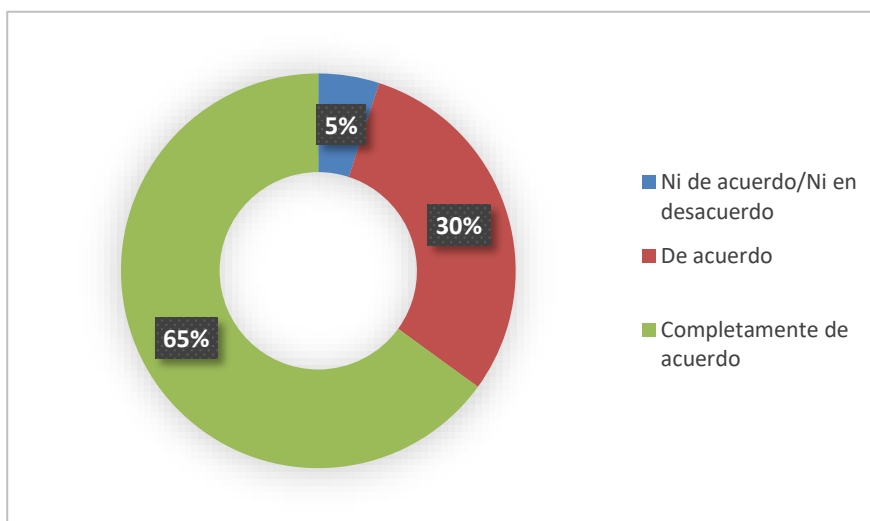
TABLA Nº 32: PERCEPCIÓN DE UNA COMUNICACIÓN PERMANENTE

Percepción de Comunicación Permanente	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	3	5.00
De acuerdo	18	30.00
Completamente de acuerdo	39	65.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 32 PERCEPCIÓN DE UNA COMUNICACIÓN PERMANENTE



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.2.3.2. PERCEPCIONES SOBRE UN SERVICIO DE CALIDAD

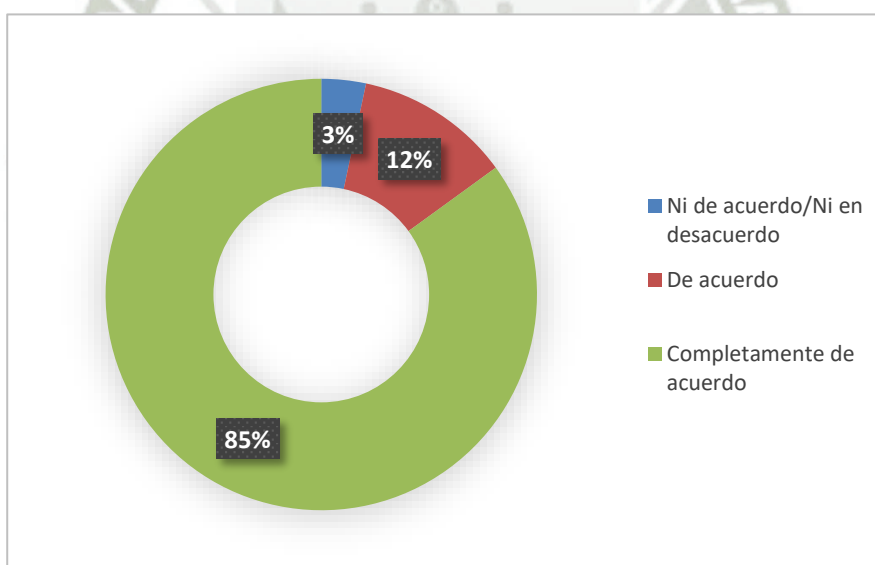
Al preguntare a los padres de familia que tienen sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” sobre qué opinan ellos en relación a la calidad del servicio indicaron que para ellos es excelente y buena la calidad de manera mayoritaria, mientras que un pequeño porcentaje indicaron que solamente llega a regular la calidad del servicio, indicando ello probablemente que no se conoce a profundidad sobre lo que está realizando la academia o bien que sus hijos no les estén comentando permanentemente que es lo que hacen y en qué momentos estaban contentos con el servicio y en que ocasiones les pareció que no recibieron todo lo que esperaban al inicio de ser parte de la academia.

TABLA Nº 33: PERCEPCIÓN DE UN SERVICIO DE CALIDAD

Percepción de Servicio de Calidad	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	2	3.33
De acuerdo	7	11.67
Completamente de acuerdo	51	85.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

GRAFICO Nº 33 PERCEPCIÓN DE UN SERVICIO DE CALIDAD



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.2.3.3. PERCEPCIONES SOBRE PERSONAL DISPONIBLE

Todos los padres de familia que respondieron el cuestionario y que en este momento es el total de padres de familia que tienen a sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” lo hicieron de manera positiva, algunos indicaron que el personal disponible es bueno y la gran mayoría que el personal disponible es excelente.

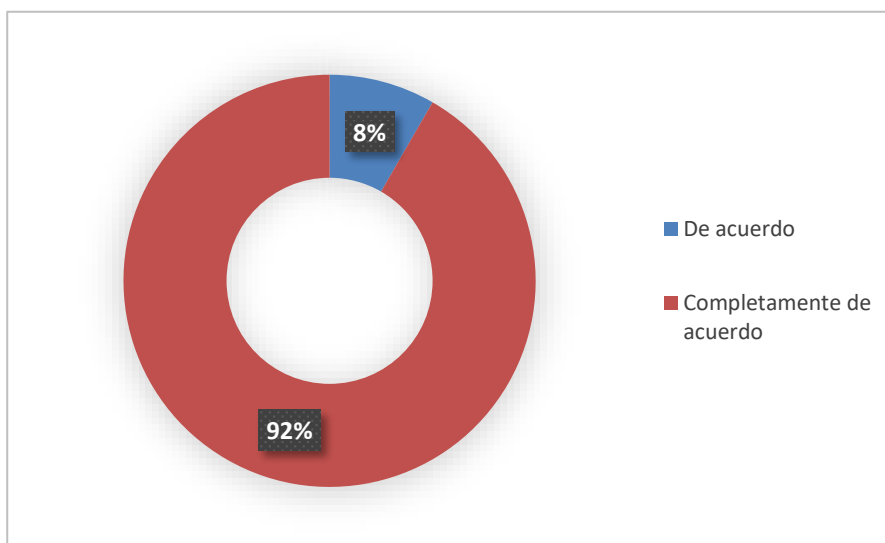
TABLA N° 34: PERCEPCIÓN DEL PERSONAL DISPONIBLE

Percepción de Personal Disponible	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	5	8.33
Completamente de acuerdo	55	91.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 34 PERCEPCIÓN DEL PERSONAL DISPONIBLE



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.3.4. PERCEPCIONES DE LA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO

Los padres de familia que tienen a sus hijos matriculados en la Academia “Alameda Football Kids” en cuanto a la disponibilidad de tiempo que tiene el personal de la academia para resolver problemas, asesorar a padres e hijos en temas deportivos, y estar atento ante cualquier inquietud que haya, ellos opinaron de que la disponibilidad es siempre excelente, es decir que siempre están listos para ayudar a sus alumnos y a los padres en cualquier duda o necesidad que se tenga.

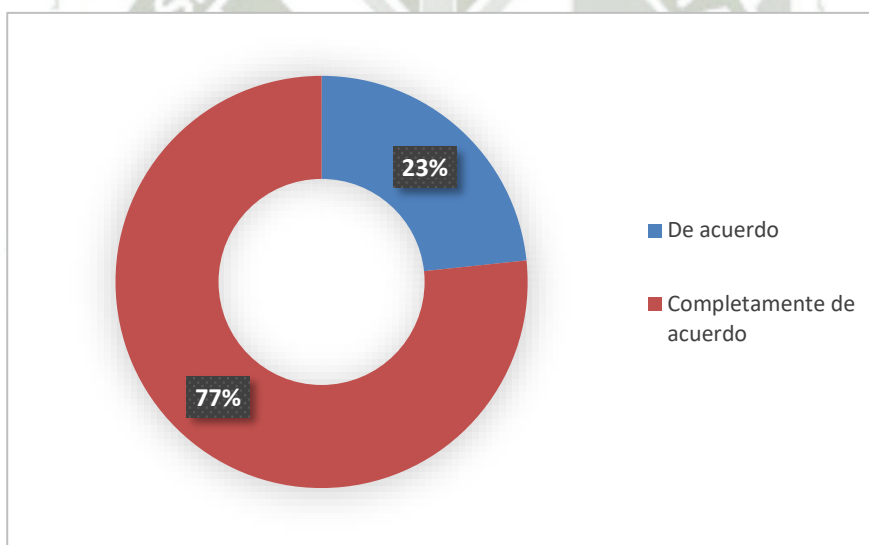
TABLA N° 35: PERCEPCIÓN DE LA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO

Percepción de Tiempo Disponible	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	14	23.33
Completamente de acuerdo	46	76.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 35 PERCEPCIÓN DE LA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

IMAGEN N° 3 PERCEPCIONES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración : Propia

3.2.4. PERCEPCIONES DE LA SEGURIDAD

3.2.4.1. PERCEPCIONES SOBRE UN PERSONAL CONFIABLE

Todos los padres de familia que tienen sus hijos matriculados en la Academia “Alameda Football Kids” indican al momento del cuestionario de que el personal que tiene la academia es confiable, y ello implica que no solamente se puede confiar en ellos por su actitud sino por sus cualidades de enseñanza y sus capacidades o competencias que tienen para lograr que sus alumnos logren sus metas de la mejor manera posible contando con el aporte del personal de la academia.

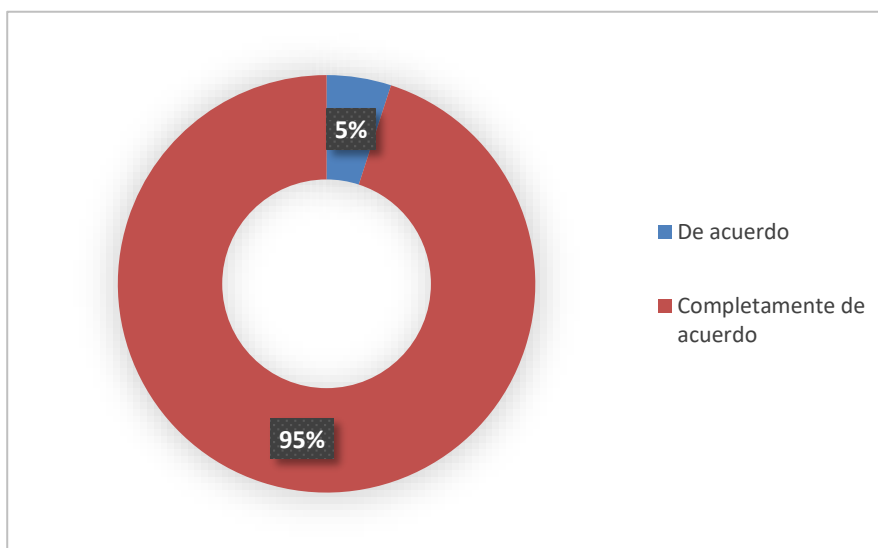
TABLA N° 36: PERCEPCIÓN CONFIABLE DEL PERSONAL

Percepción de Personal Confiable	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	3	5.00
Completamente de acuerdo	57	95.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 36 PERCEPCIÓN CONFIABLE DEL PERSONAL



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.4.2. PERCEPCIONES EN LAS FACILIDADES DE PAGOS

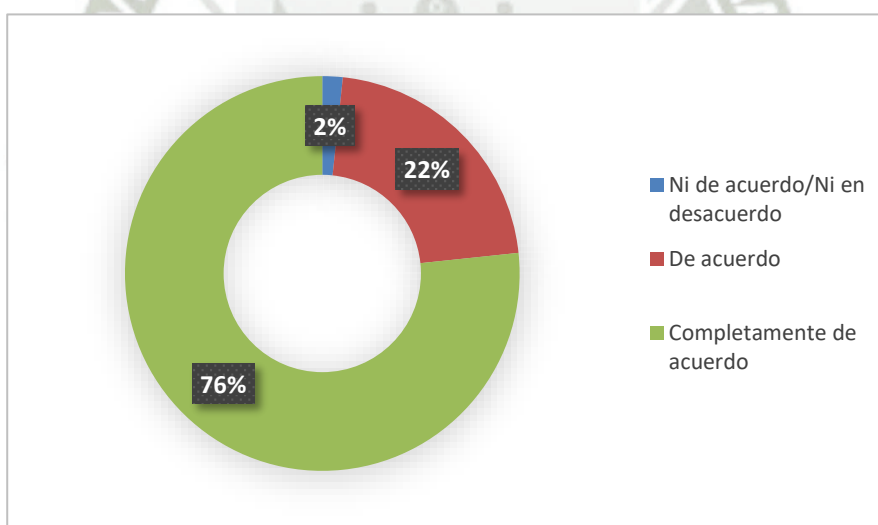
Por los montos que se maneja en la Academia “Alameda Football Kids” para dar el servicio la mayoría de padres de familia indicaron que si hay las facilidades de pago, ello se refiere a las fechas de pagos y a los montos de pago, mientras que un ínfimo porcentaje considera que ello se da de manera regular.

TABLA N° 37: PERCEPCIÓN DE FACILIDAD DE PAGO

Percepción de Facilidad de Pago	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	1	1.67
De acuerdo	13	21.67
Completamente de acuerdo	46	76.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

GRAFICO N° 37 PERCEPCIÓN DE FACILIDAD DE PAGO



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.2.4.3. PERCEPCIONES EN LA AMABILIDAD DEL PERSONAL

Todos los padres de familia que tienen sus hijos inscritos en la Academia “Alameda Football Kids” indicaron que la amabilidad del personal de la academia en relación a sus hijos y hacia ellos mismos es positiva, la gran mayoría indicaron que ello era del nivel excelente.

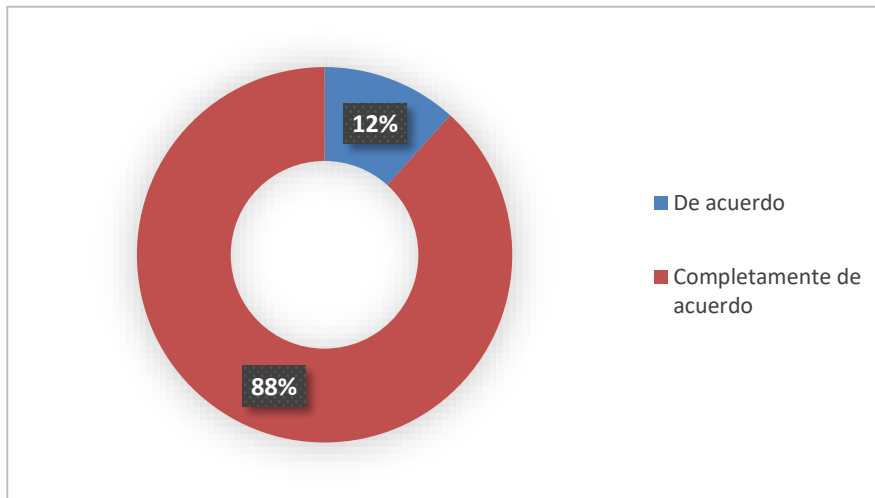
TABLA Nº 38: PERCEPCIÓN EN AMABILIDAD DEL PERSONAL

Percepción de Personal Amable	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	7	11.67
Completamente de acuerdo	53	88.33
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 38 PERCEPCIÓN EN AMABILIDAD DEL PERSONAL



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.2.4.4. PERCEPCIONES EN UN PERSONAL CAPACITADO

Un personal capacitado es importantísimo en cualquier empresa porque les permite ofrecer un servicio de calidad, en este caso todos los padres de familia que tienen a sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” indican de la academia si cuenta con personal capacitado, la mayoría de ellos indica que es un personal excelente.

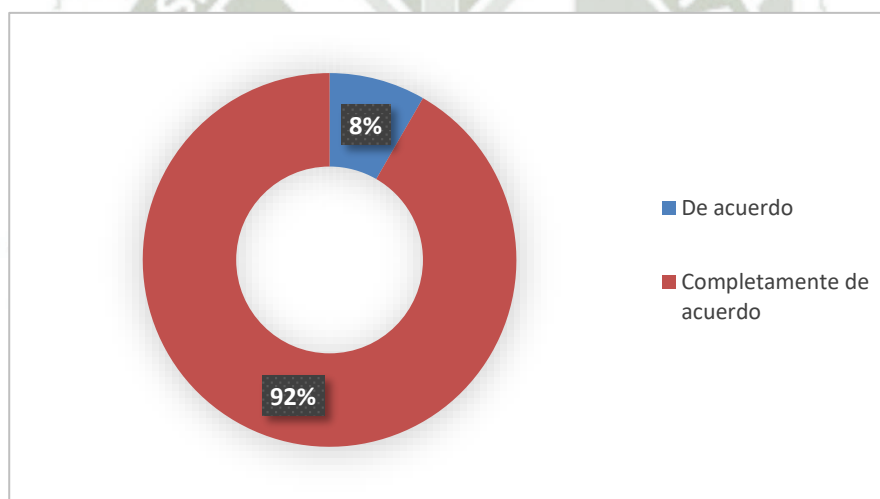
TABLA Nº 39: PERCEPCIÓN DE PERSONAL CAPACITADO

Percepción de Personal Capacitado	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	5	8.33
Completamente de acuerdo	55	91.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO Nº 39 PERCEPCIÓN DE PERSONAL CAPACITADO



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

IMAGEN N° 4 PERCEPCIONES DE LA SEGURIDAD



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración : Propia

3.2.5. PERCEPCIONES DE LA EMPATÍA

3.2.5.1. PERCEPCIONES SOBRE UN SERVICIO DIFERENCIADO

A pesar de contar con pocos alumnos en la Academia “Alameda Football Kids” y que por lógica el servicio debería de ser completamente diferenciado de las demás academias en relación a que el trato que se da a cada alumno es diferente, ello no ha sucedido porque hay un padre de familia que indica que ello no es así, dos padres de familia indican que ello se da pero a un nivel de regular, y el resto piensa que si se está dando en diferente nivel, pero si se da el servicio diferenciado.

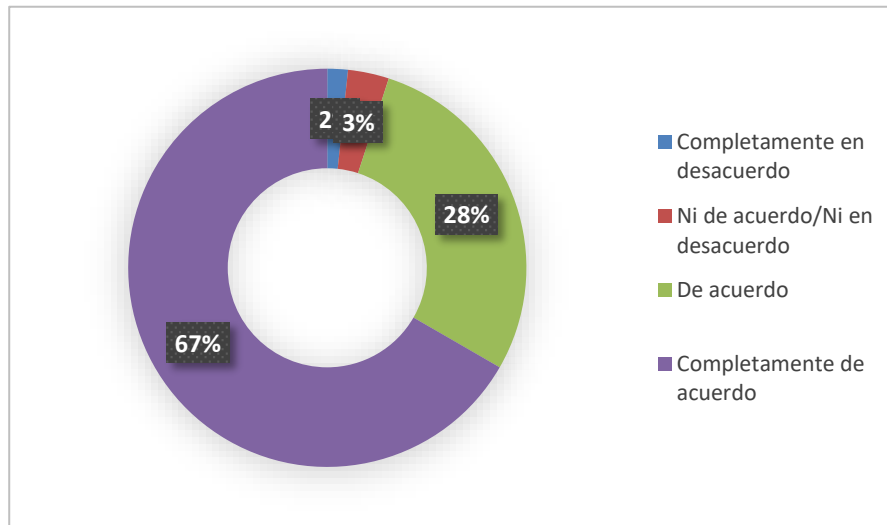
TABLA Nº 40: PERCEPCIÓN DE UN SERVICIO DIFERENCIADO

Percepción de Servicio Diferenciado	Frecuencia	Porcentaje
Completamente en desacuerdo	1	1.67
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	2	3.33
De acuerdo	17	28.33
Completamente de acuerdo	40	66.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 40 PERCEPCIÓN DE UN SERVICIO DIFERENCIADO



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia

3.2.5.2. PERCEPCIONES SOBRE HORARIOS DIVERSOS

La gran mayoría de los padres de familia que tienen sus hijos inscritos en la Academia “Alameda Football Kids” indican que la academia les brinda una diversidad de horarios que se adecuan a sus necesidades ya sea de ellos como de sus hijos, hay un pequeño porcentaje que indican que ello es regular ya que no se adecua tanto a su disponibilidad de tiempo, mientras que un padre de familia indica que no está recibiendo la diversidad de horarios que se adecue a sus tiempos.

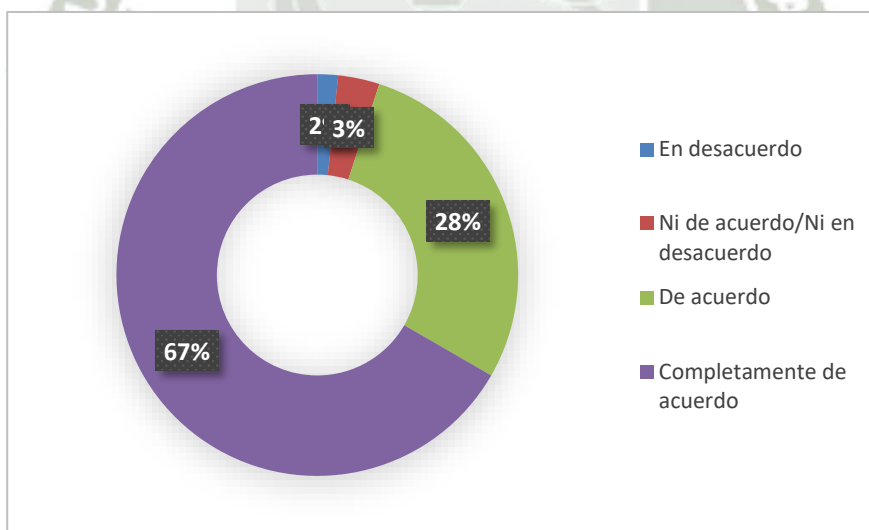
TABLA N° 41: PERCEPCIÓN DE DIVERSIDAD DE HORARIOS

Percepción de Diversidad de Horarios	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	1	1.67
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	2	3.33
De acuerdo	17	28.33
Completamente de acuerdo	40	66.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 41 PERCEPCIÓN DE DIVERSIDAD DE HORARIOS



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.5.3. PERCEPCIONES EN UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA

El noventa y cinco por ciento de los padres de familia que tienen a sus hijos matriculados en la Academia “Alameda Football Kids” considera que el personal de la Academia brinda una atención personalizada para con sus hijos que es donde realmente se da el servicio, al ser pocos los alumnos cada uno de los participantes está recibiendo la atención necesaria para saber si va alcanzando sus logros y corrigiendo en el momento oportuno para mejorar el proceso.

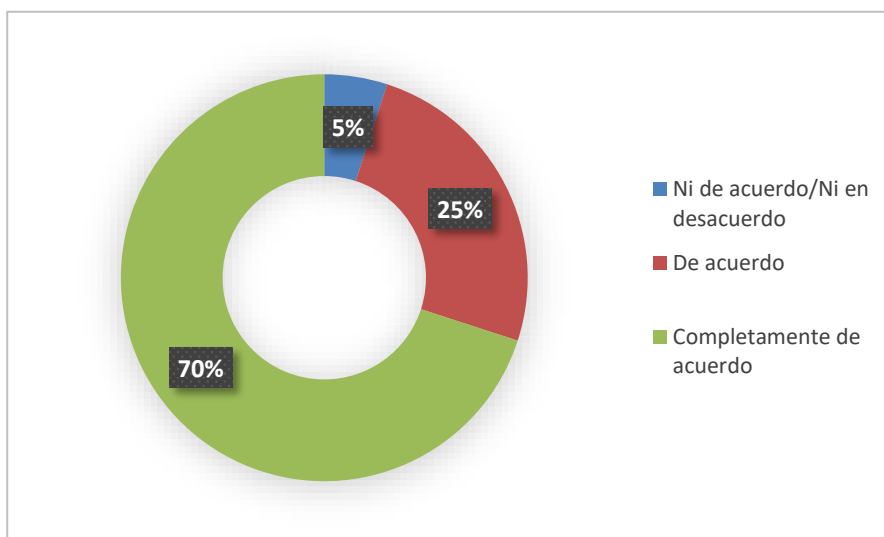
TABLA N° 42: PERCEPCIÓN DE UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA

Percepción de Atención Personalizada	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	3	5.00
De acuerdo	15	25.00
Completamente de acuerdo	42	70.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 42 PERCEPCIÓN DE UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.5.4. PERCEPCIONES SOBRE EL BIENESTAR DE LOS ALUMNOS

Una variable importante es la cantidad de personas que hay en la academia, otra es el tiempo que dura cada sesión, y otra es la predisposición que tiene todo el personal para estar todo el tiempo preocupado por el bienestar de sus alumnos, en este caso todos los padres de familia piensa que ello se da de manera positiva en la Academia “Alameda Football Kids”.

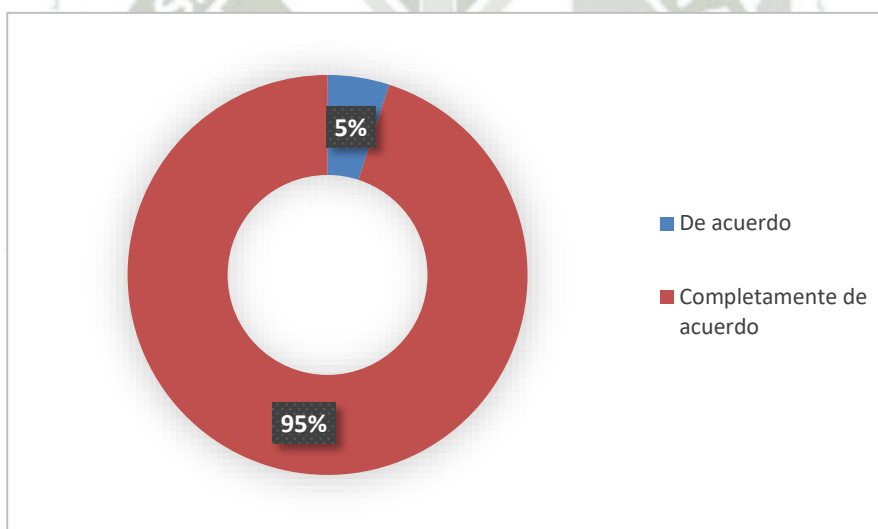
TABLA N° 43: PERCEPCIÓN DEL BIENESTAR DE LOS ALUMNOS

Percepción de Bienestar de Alumnos	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	3	5.00
Completamente de acuerdo	57	95.00
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 43 PERCEPCIÓN DEL BIENESTAR DE LOS ALUMNOS



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.2.5.5. PERCEPCIONES EN UNA EVALUACIÓN DE TALENTOS HUMANOS

La gran mayoría de padres de familia que fueron encuestados y que tienen sus hijos en la Academia “Alameda Football Kids” indican que la academia analiza y evalúa las capacidades, talentos y necesidades de sus alumnos de la mejor manera posible, pero es necesario indicar en que hay dos padres de familia que indican que ello se da de manera regular en el proceso.

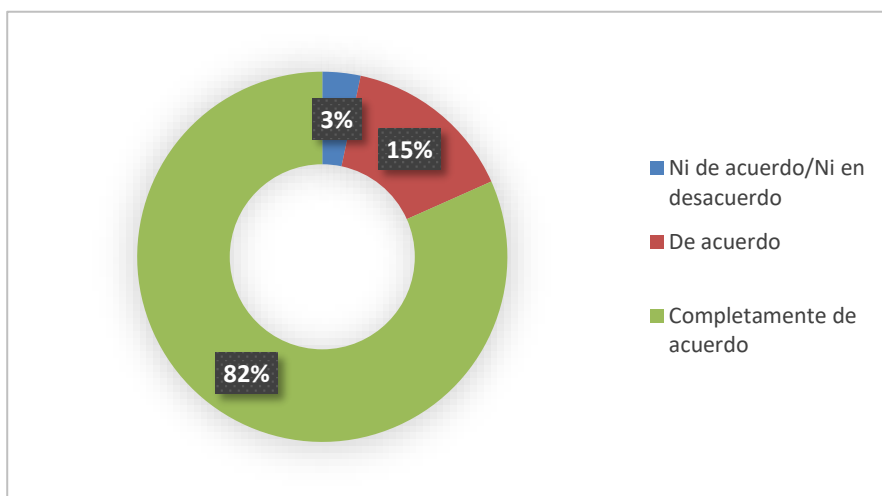
TABLA N° 44: PERCEPCIÓN DE LA EVALUACIÓN DE TALENTOS

Percepción de Evaluación de Talentos	Frecuencia	Porcentaje
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	2	3.33
De acuerdo	9	15.00
Completamente de acuerdo	49	81.67
Total	60	100.00

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 44 PERCEPCIÓN DE LA EVALUACIÓN DE TALENTOS



Fuente: Encuestas
Elaboración : Propia



IMAGEN N° 5 PERCEPCIONES DE LA EMPATÍA



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración : Propia

3.3. PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES

3.3.1. PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES

En todos los ítems de la dimensión de elementos tangibles, incluida la misma dimensión en promedio lo que se esperaba de la Academia “Alameda Football Kids” siempre es menor de lo que se está recibiendo, pero sin aun lograr un nivel de excelencia.

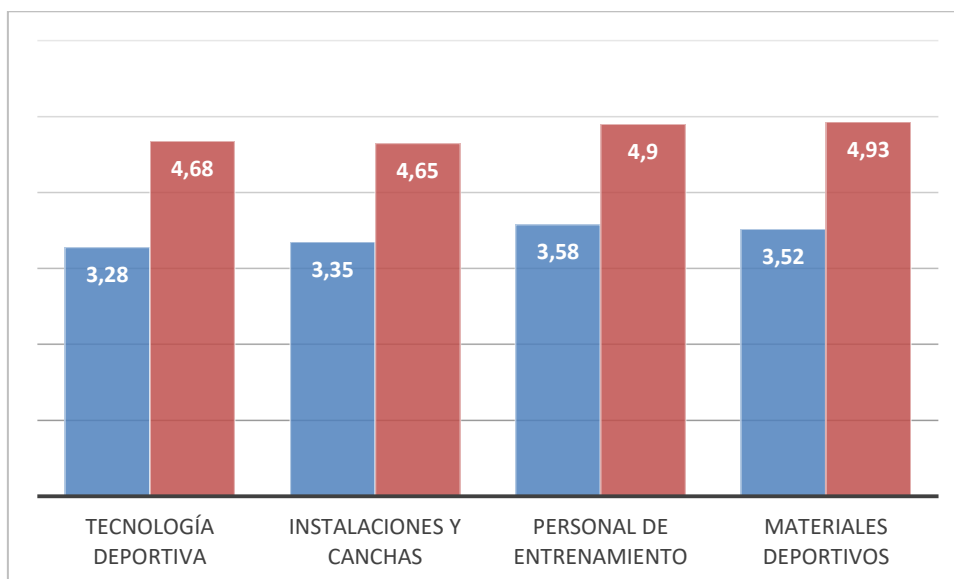
**TABLA Nº 45: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE
LOS ELEMENTOS TANGIBLES**

Ítems de Elementos Tangibles	Promedio Expectativas	Promedio Percepciones
Tecnología deportiva	3.28	4.68
Instalaciones y canchas	3.35	4.65
Personal de entrenamiento	3.58	4.90
Materiales deportivos	3.52	4.93
Promedio	3.43	4.79

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 45 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.3.2. PROMEDIO DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA FIABILIDAD

En todos los ítems de la dimensión de fiabilidad, incluida la misma dimensión en promedio lo que se esperaba de la Academia “Alameda Football Kids” siempre es menor de lo que se está recibiendo, pero sin aun lograr un nivel de excelencia.

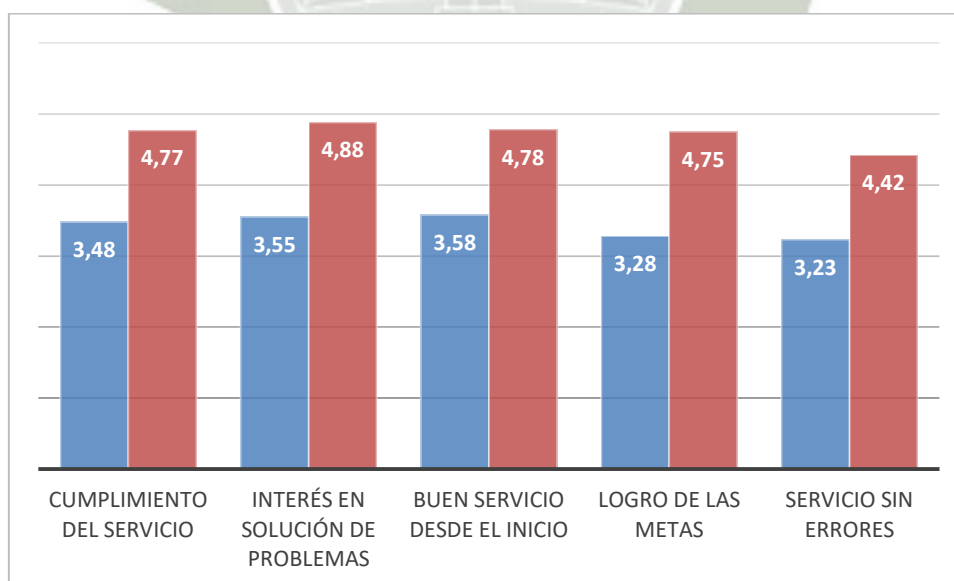
TABLA N° 46: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA FIABILIDAD

Ítems de Fiabilidad	Promedio Expectativas	Promedio Percepciones
Cumplimiento del servicio	3.48	4.77
Interés en solución de problemas	3.55	4.88
Buen servicio desde el inicio	3.58	4.78
Logro de las metas	3.28	4.75
Servicio sin errores	3.23	4.42
Promedio	3.43	4.72

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 46 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA FIABILIDAD



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.3.3. PROMEDIO DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

En todos los ítems de la dimensión de capacidad de respuesta, incluida la misma dimensión en promedio lo que se esperaba de la Academia “Alameda Football Kids” siempre es menor de lo que se está recibiendo, pero sin aun lograr un nivel de excelencia.

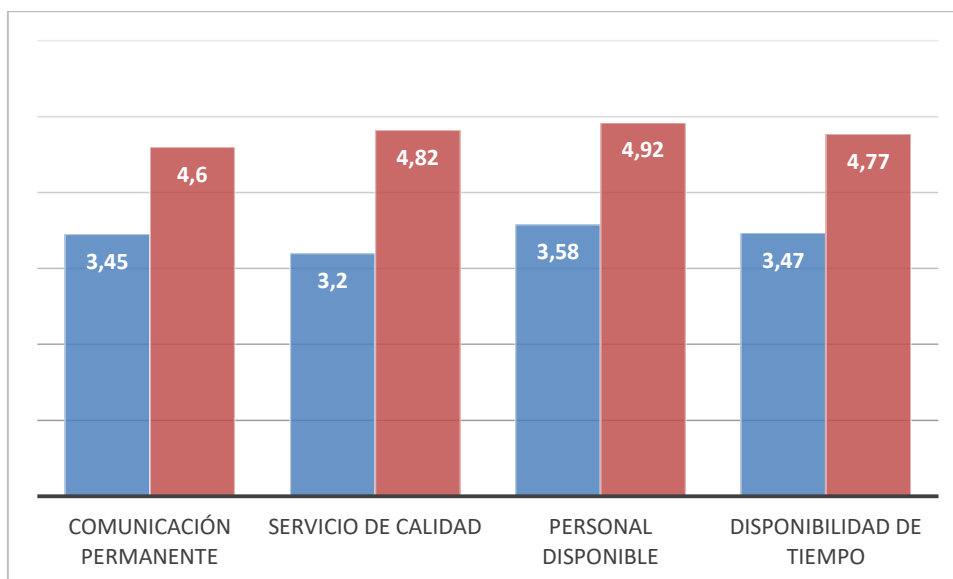
TABLA N° 47: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

Ítems de Capacidad de Respuesta	Promedio Expectativas	Promedio Percepciones
Comunicación permanente	3.45	4.60
Servicio de calidad	3.20	4.82
Personal disponible	3.58	4.92
Disponibilidad de tiempo	3.47	4.77
Promedio	3.43	4.78

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 47 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.3.4. PROMEDIO DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA SEGURIDAD

En todos los ítems de la dimensión de la seguridad, incluida la misma dimensión en promedio lo que se esperaba de la Academia “Alameda Football Kids” siempre es menor de lo que se está recibiendo, pero sin aun lograr un nivel de excelencia.

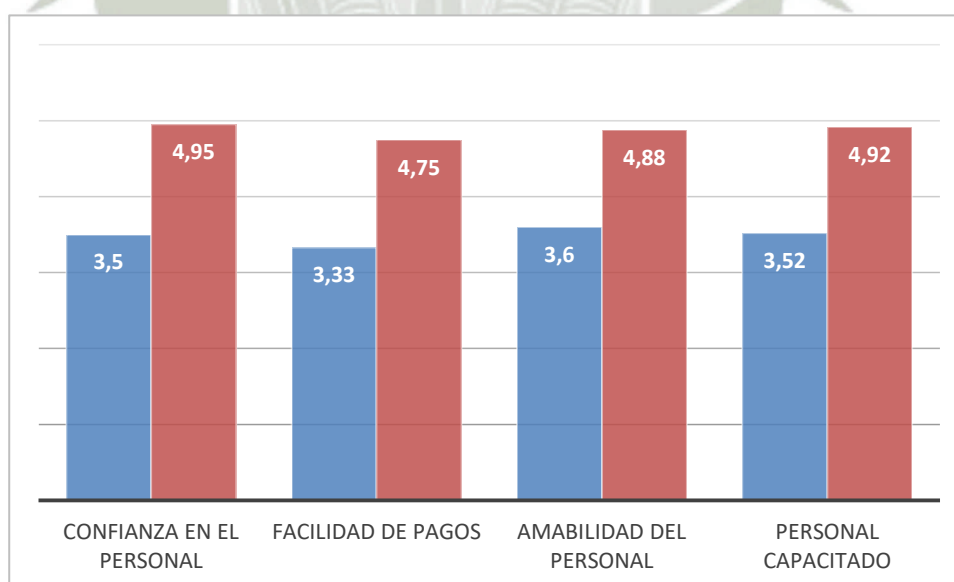
TABLA N° 48: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA SEGURIDAD

Ítems de Seguridad	Promedio Expectativas	Promedio Percepciones
Confianza en el personal	3.50	4.95
Facilidad de pagos	3.33	4.75
Amabilidad del personal	3.60	4.88
Personal capacitado	3.52	4.92
Promedio	3.49	4.88

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 48 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA SEGURIDAD



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.3.5. PROMEDIO DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA EMPATÍA

En todos los ítems de la dimensión de empatía, incluida la misma dimensión en promedio lo que se esperaba de la Academia “Alameda Football Kids” siempre es menor de lo que se está recibiendo, pero sin aun lograr un nivel de excelencia.

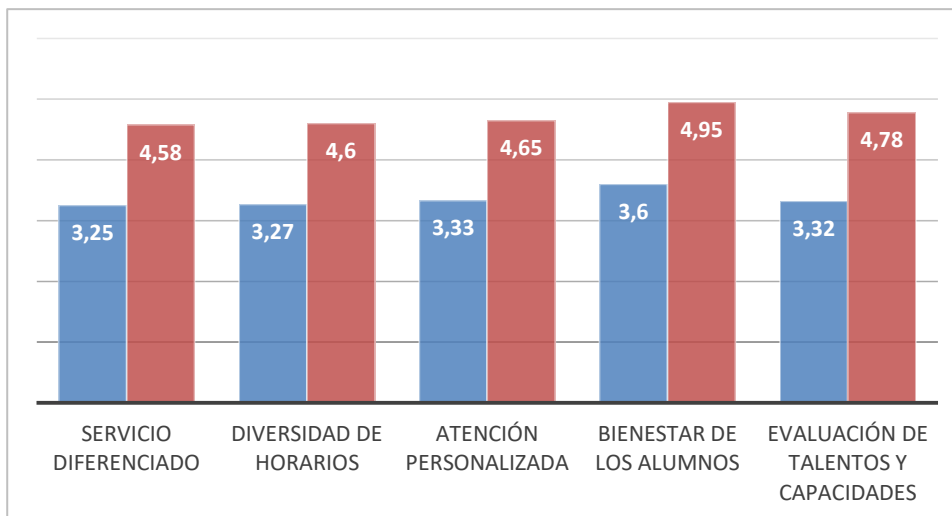
TABLA N° 49: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA EMPATÍA

Ítems de Empatía	Promedio Expectativas	Promedio Percepciones
Servicio diferenciado	3.25	4.58
Diversidad de horarios	3.27	4.60
Atención personalizada	3.33	4.65
Bienestar de los alumnos	3.60	4.95
Evaluación de talentos y capacidades	3.32	4.78
Promedio	3.35	4.71

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 49 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LA EMPATÍA



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.3.6. PROMEDIO DE LAS EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES POR DIMENSIONES

En cada una de las dimensiones de la evaluación del si es un servicio de calidad que ofrece la Academia “Alameda Football Kids” siempre es menor lo que se esperaba de lo que se está recibiendo, pero sin aun lograr un nivel de excelencia, lo mismo sucede a nivel general.

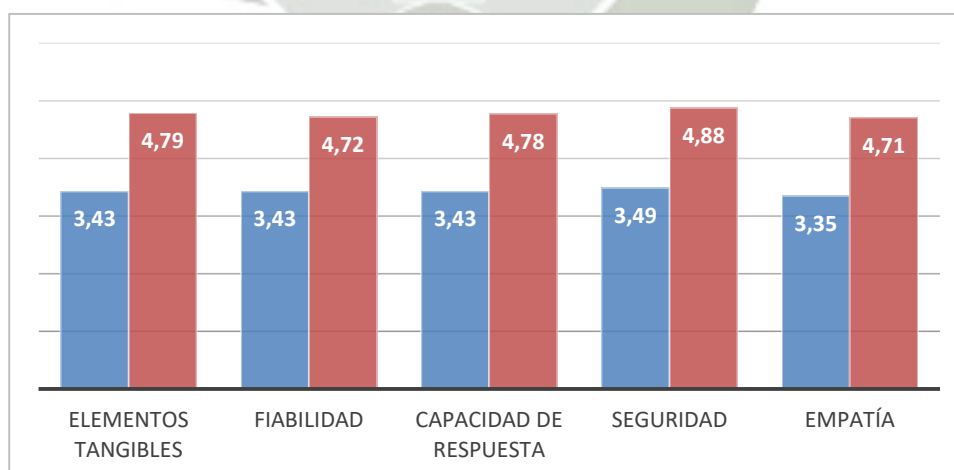
**TABLA N° 50: PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES POR
DIMENSIONES**

Dimensiones	Promedio Expectativas	Promedio Percepciones
Elementos Tangibles	3.43	4.79
Fiabilidad	3.43	4.72
Capacidad de Respuesta	3.43	4.78
Seguridad	3.49	4.88
Empatía	3.35	4.71
Promedio Total	3.43	4.78

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

**GRAFICO N° 50 PROMEDIO DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES
POR DIMENSIONES**



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.4. NIVEL DE SATISFACCIÓN

3.4.1. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES

Para determinar el índice de satisfacción de los clientes (ISC) de la Academia “Alameda Football Kids” se ha dividido el promedio de lo percibido entre el promedio de las expectativas, y como en todos los casos lo recibido es mayor que lo esperado, se puede apreciar que en los elementos tangibles hay una satisfacción por encima del cien por ciento, que se da cuando lo recibido es igual que lo esperado. En este caso lo recibido es 35.83% por encima de lo esperado.

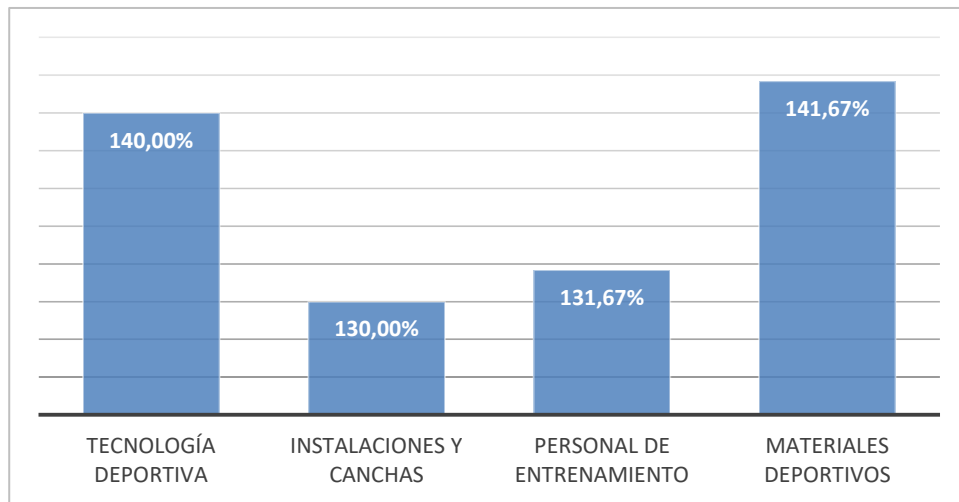
TABLA N° 51: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES

Ítems de Elementos Tangibles	Nivel de satisfacción
Tecnología deportiva	140.00%
Instalaciones y canchas	130.00%
Personal de entrenamiento	131.67%
Materiales deportivos	141.67%
Promedio	135.83%

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 51 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.4.2. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA FIABILIDAD

Para determinar el índice de satisfacción de los clientes (ISC) de la Academia “Alameda Football Kids” se ha dividido el promedio de lo percibido entre el promedio de las expectativas, y como en todos los casos lo recibido es mayor que lo esperado, se puede apreciar que en las variables de la dimensión de fiabilidad hay una satisfacción por encima del cien por ciento, que se da cuando lo recibido es igual que lo esperado. En este caso lo recibido es 29.33% por encima de lo esperado.

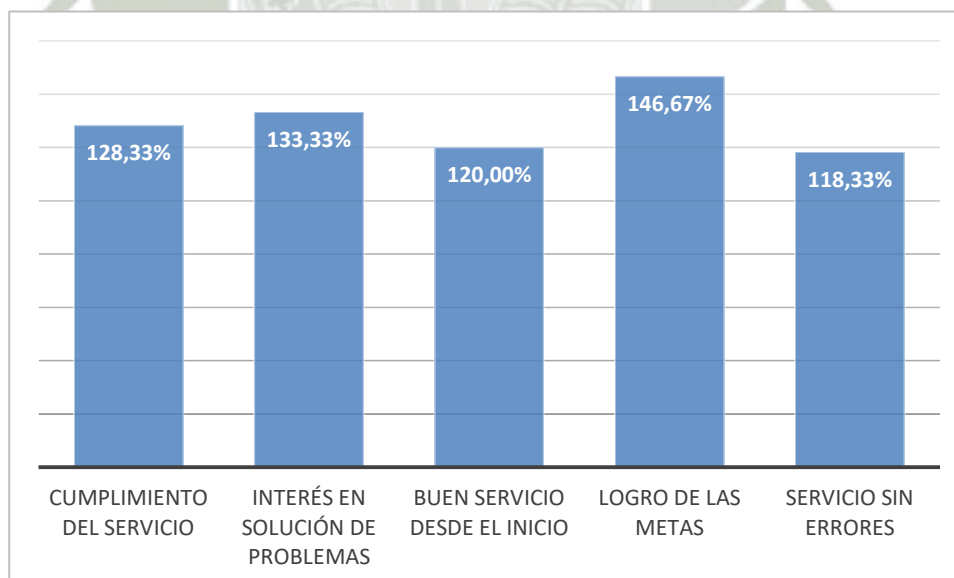
TABLA N° 52: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA FIABILIDAD

Ítems de fiabilidad	Promedio Percepciones
Cumplimiento del servicio	128.33%
Interés en solución de problemas	133.33%
Buen servicio desde el inicio	120.00%
Logro de las metas	146.67%
Servicio sin errores	118.33%
Promedio	129.33%

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 52 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA FIABILIDAD



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.4.3. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

Para determinar el índice de satisfacción de los clientes (ISC) de la Academia “Alameda Football Kids” se ha dividido el promedio de lo percibido entre el promedio de las expectativas, y como en todos los casos lo recibido es mayor que lo esperado, se puede apreciar que en las variables de la dimensión de capacidad de respuesta hay una satisfacción por encima del cien por ciento, que se da cuando lo recibido es igual que lo esperado. En este caso lo recibido es 35% por encima de lo esperado.

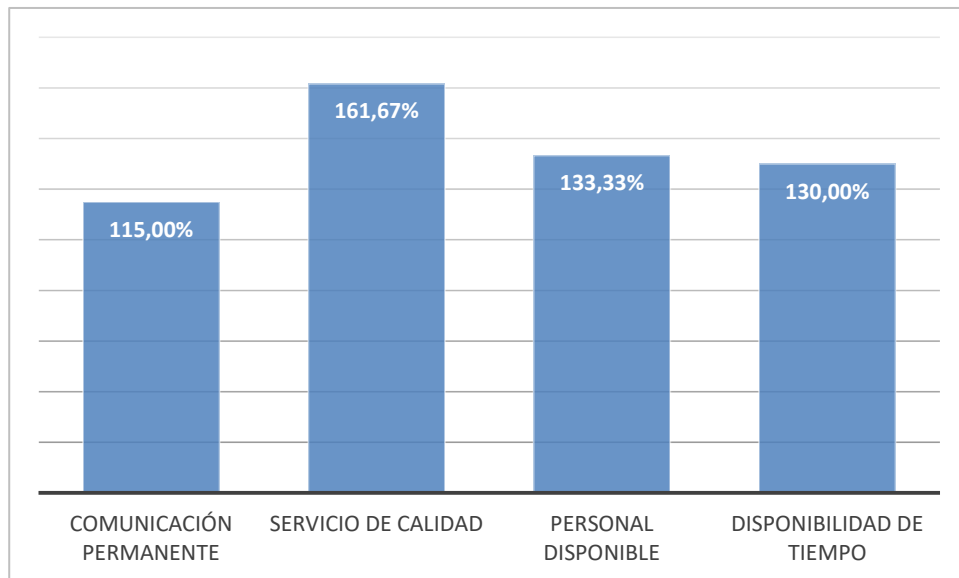
TABLA Nº 53: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

Ítems de Capacidad de Respuesta	Promedio Percepciones
Comunicación permanente	115.00%
Servicio de calidad	161.67%
Personal disponible	133.33%
Disponibilidad de tiempo	130.00%
Promedio	135.00%

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 53 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.4.4. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD

Para determinar el índice de satisfacción de los clientes (ISC) de la Academia “Alameda Football Kids” se ha dividido el promedio de lo percibido entre el promedio de las expectativas, y como en todos los casos lo recibido es mayor que lo esperado, se puede apreciar que en las variables de la dimensión de la seguridad hay una satisfacción por encima del cien por ciento, que se da cuando lo recibido es igual que lo esperado. En este caso lo recibido es 38.75% por encima de lo esperado.

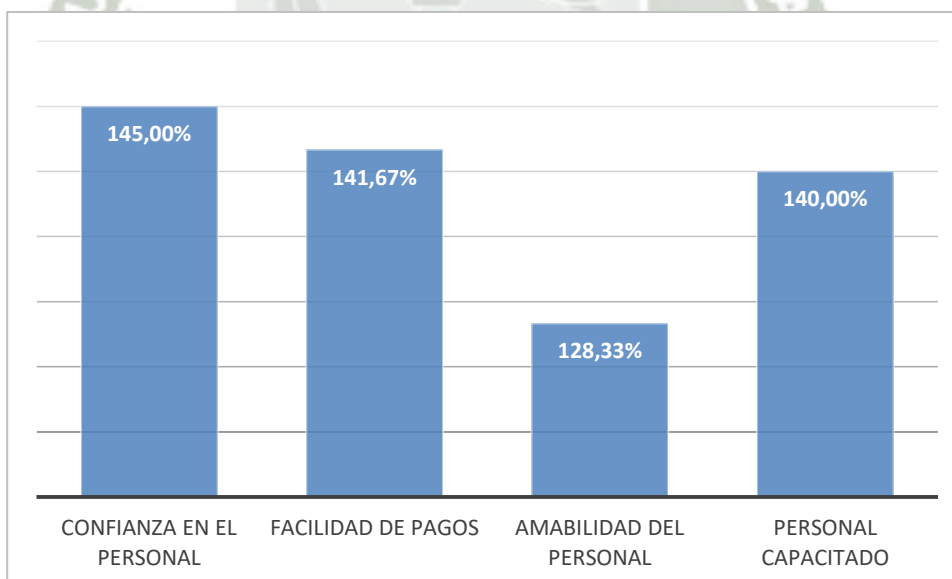
TABLA N° 54: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD

Ítems de Seguridad	Promedio Percepciones
Confianza en el personal	145.00%
Facilidad de pagos	141.67%
Amabilidad del personal	128.33%
Personal capacitado	140.00%
Promedio	138.75%

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 54 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.4.5. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA EMPATÍA

Para determinar el índice de satisfacción de los clientes (ISC) de la Academia “Alameda Football Kids” se ha dividido el promedio de lo percibido entre el promedio de las expectativas, y como en todos los casos lo recibido es mayor que lo esperado, se puede apreciar que en las variables de la dimensión de empatía hay una satisfacción por encima del cien por ciento, que se da cuando lo recibido es igual que lo esperado. En este caso lo recibido es 36% por encima de lo esperado.

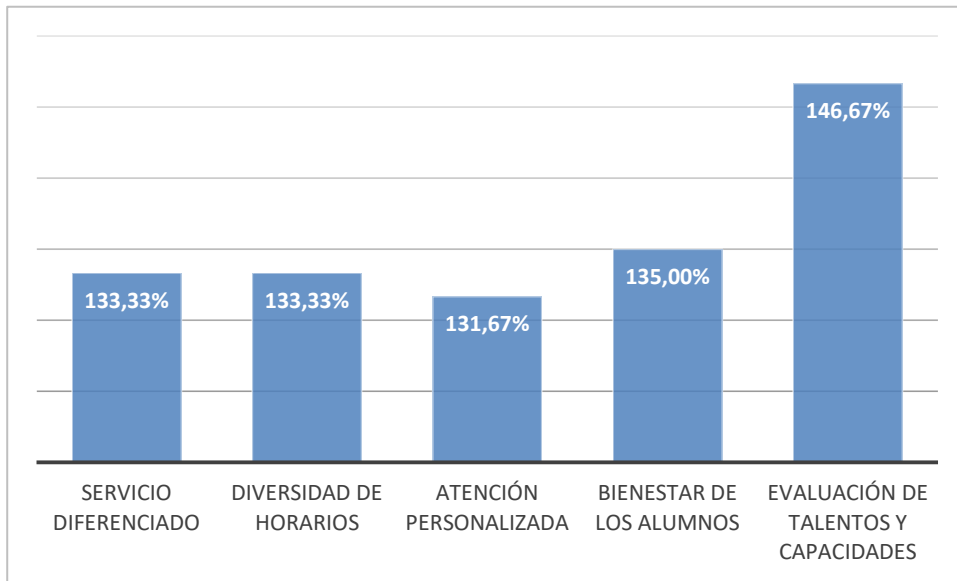
TABLA Nº 55: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA EMPATÍA

Ítems de Empatía	Promedio Percepciones
Servicio diferenciado	133.33%
Diversidad de horarios	133.33%
Atención personalizada	131.67%
Bienestar de los alumnos	135.00%
Evaluación de talentos y capacidades	146.67%
Promedio	136.00%

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

GRAFICO N° 55 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA EMPATÍA



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

3.4.6. NIVEL DE SATISFACCIÓN POR DIMENSIÓN Y EN GENERAL

Para determinar el índice de satisfacción de los clientes (ISC) de la Academia “Alameda Football Kids” se ha dividido el promedio de lo percibido en las dimensiones entre el promedio de las expectativas de cada dimensión y luego a nivel general, y como en todas las dimensiones lo recibido es mayor que lo esperado, se puede apreciar que en las dimensiones hay una satisfacción por encima del cien por ciento, que se da cuando lo recibido es igual que lo esperado. A nivel general lo recibido es 34.98% por encima de lo que se esperaba.

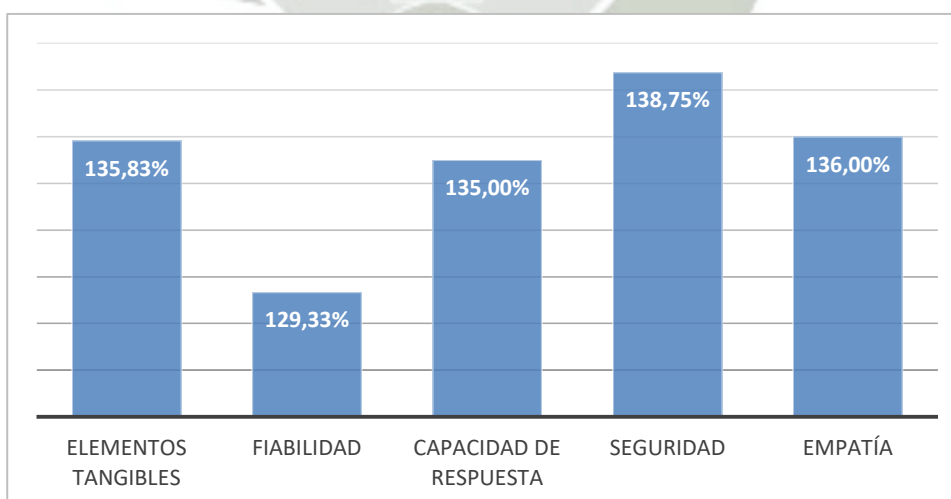
**TABLA N° 56: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE POR DIMENSIÓN Y A
NIVEL GENERAL**

Dimensiones	Promedio Percepciones
Elementos Tangibles	135.83%
Fiabilidad	129.33%
Capacidad de Respuesta	135.00%
Seguridad	138.75%
Empatía	136.00%
Promedio Total	134.98%

Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

**GRAFICO N° 56 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE POR DIMENSIÓN Y A
NIVEL GENERAL**



Fuente: Encuestas

Elaboración : Propia

CONCLUSIONES

PRIMERA:

Los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” se encuentran satisfechos, puesto que de manera general cumple satisfactoriamente con los estándares requeridos e inclusive en muchos casos los padres de familia se encuentran gratamente sorprendidos pues la expectativa con la que llegan a la academia es baja posiblemente por haber usado otros servicios del mismo rubro sin buenos resultados, como los da ésta academia.

SEGUNDA:

Las expectativas que tuvieron los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”, son en la dimensión de elementos tangibles muy bajas por la tendencia a las academias en general, es proe ello que al llegar a la academia en referencia, se sienten plenamente satisfechas con respecto a la tecnología deportiva utilizada para tener un mayor rendimiento de deportistas, cuentas además con canchas excelentes que permitan un buen desenvolvimiento de los niños, y por supuesto con personal calificado y cualificado para la enseñanza del deporte rey con la presencia de materiales adecuados para alcanzar rendimientos óptimos.

TERCERA:

La percepción de los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”, se encuentra sobre las expectativas que tuvieron al inicio, puesto que la academia ha sabiendo integrar correctamente el sentido de fiabilidad dentro de sus estándares de manejo, ya que mantiene un nivel alto de resolución de problemas, evitando en la mayoría de casos fallas o errores, manejando un servicio de primera y cumpliendo con las promesas planteadas y alcanzando así las metas propuestas, haciendo que los niños lleguen a donde deben alcanzar por medio de su enseñanza.

CUARTA:

La dimensión de capacidad de respuesta también se encuentra por encima de las expectativas de los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids”, ya que mantiene un servicio de calidad excelente, mantiene comunicados a los miembros de la academia de todos los eventos a realizarse y campeonatos en vista, además de responder a las dudas de los padres y de los niños asistentes en todos los aspectos posibles, y mantiene una gran disposición para ayudar a todo aquel miembro de la academia que lo requiera.

QUINTA:

Las expectativas que tuvieron los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” estuvieron por debajo de lo que perciben de cada una de las variables de la dimensión de seguridad, lo que indica que la confianza que se crea dentro de este conjunto de personas es vital para el desarrollo de los niños, permitiendo así llegar a alcanzar logros importantes, puesto que los conocimientos que manejan los integrantes del grupo humano a cargo es adecuado, además de tener una cierta flexibilidad en el manejo de pagos por el servicio.

SEXTA:

Las expectativas que tuvieron los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” no son las que reflejan al momento de considerar la dimensión de empatía, puesto que se encuentra en un nivel muy superior a lo que esperaban recibir, creando así un excelente ambiente y dinámico para el trabajo de los niños y el servicio tanto por los horarios y manejar un servicio diferenciado, si no el poder explotar las capacidades y habilidades de cada integrando haciendo llegar al máximo de su potencial, permitiendo así dar seguridad y confianza al niño creando un bienestar del mismo.



RECOMENDACIONES

PRIMERA:

Se recomienda que la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” que se mantenga por la dirección hacia donde se dirigen, manejando correctamente sus metas y objetivos a largo plazo sin descuidar las necesidades y requerimientos de todos sus integrantes como lo viene haciendo.

SEGUNDA:

Se recomienda promocionar los resultados del presente estudio para lograr que la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” tenga mayor cantidad de alumnos, ya que es un claro reflejo de la calidad en el servicio y capacidad de entrega de los integrantes de la academia.

TERCERA:

Se recomienda que la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” realice un estudio de mercado para ver la posibilidad de tener filiales en diferentes ámbitos geográficos.

ANEXOS

ANEXO Nº 1: FORMATO DE LA ENCUESTA

Estamos realizando un estudio para saber el nivel de expectativas y percepciones que tienen los clientes de la Academia de Formación Integral “Alameda Football Kids” y así conocer el nivel de satisfacción que tienen de la Academia. Por favor le pedimos responder con veracidad ya que los resultados servirán para mejorar el servicio.

En primer lugar queremos saber qué es lo que Usted esperaba de la Academia antes de contratar el servicio, donde la escala de 1 es Totalmente en Desacuerdo con la afirmación, y 5 es Totalmente de Acuerdo.

ASPECTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
Usted esperaba que la Academia cuente con la tecnología avanzada en cuanto a métodos de enseñanza del futbol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que la Academia cuente con instalaciones y canchas de primer nivel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que la Academia cuente con personal excelentemente entrenado para enseñar el futbol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que la Academia cuente con los materiales necesarios para la enseñanza del futbol de primer nivel como pelotas, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FIABILIDAD	1	2	3	4	5
Usted esperaba que la Academia cumpla con todo lo que prometió	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que la Academia ante un problema muestre un sincero interés en solucionarlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que la Academia brinde un servicio de primera siempre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que los alumnos alcancen las metas prometidas por la Academia en el tiempo previsto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que en la Academia no haya errores o fallas en el servicio que brinda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SENSIBILIDAD	1	2	3	4	5
Usted esperaba que la Academia le vaya comunicando permanente el avance logrado por cada etapa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que la Academia le ofrezca un servicio de calidad y que se vean avances rápidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que el personal de la Academia siempre estén dispuestos ayudar a sus alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que el personal de la Academia se dé el tiempo necesario para responder las inquietudes, preguntas y dudas que tuviera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SEGURIDAD	1	2	3	4	5
Usted esperaba que el personal de la Academia transmitiera confianza a sus alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que pudiese cancelar sus pagos a la Academia con facilidad y confianza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que el personal de la Academia fueran siempre amables	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que el personal de la Academia tenga los conocimientos necesarios para responder las preguntas e inquietudes con claridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EMPATIA	1	2	3	4	5
Usted esperaba que la Academia brinde un servicio diferenciado por cada alumno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que la Academia brinde diversidad de horarios que se adecuen a sus necesidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que el personal de la Academia brinde una atención personalizada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que la Academia siempre se preocupe por el bienestar de sus alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que la Academia analicen y evalúen la capacidades, talentos y necesidades de sus alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En segundo lugar, luego de que ya contrato el servicio de la Academia, como cree que es el servicio que está recibiendo en este momento, donde la escala de 1 es Totalmente en Desacuerdo con la afirmación, y 5 es Totalmente de Acuerdo.

ASPECTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
La Academia cuenta con la tecnología avanzada en cuanto a métodos de enseñanza del fútbol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Academia cuente con instalaciones y canchas de primer nivel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Academia cuenta con personal excelentemente entrenado para enseñar el fútbol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Academia cuenta con los materiales necesarios para la enseñanza del fútbol de primer nivel como pelotas, etc	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FIABILIDAD	1	2	3	4	5
La Academia cumple con todo lo que prometió	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Academia ante un problema muestra un sincero interés en solucionarlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Academia brinda un servicio de primer nivel siempre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los alumnos alcanzan sus metas de acuerdo a lo prometido por la Academia en el tiempo previsto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En la Academia no hay errores o fallas en el servicio que brinda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SENSIBILIDAD	1	2	3	4	5

La Academia le ha ido comunicando permanente el avance logrado por cada etapa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Academia le brinda un servicio de calidad y con avances rápidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la Academia siempre están dispuestos ayudar a sus alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la Academia se da el tiempo necesario para responder las inquietudes, preguntas y dudas que tuvieran	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SEGURIDAD	1	2	3	4	5
El personal de la Academia trasmite confianza a sus alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted cancela sus pagos a la Academia con facilidad y confianza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usted esperaba que el personal de la Academia fueran siempre amables	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la Academia tiene los conocimientos necesarios para responder las preguntas e inquietudes con claridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EMPATIA	1	2	3	4	5
La Academia brinda un servicio diferenciado por cada alumno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Academia brinda diversidad de horarios que se adecuan a sus necesidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El personal de la Academia brinda una atención personalizada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Academia siempre se preocupa por el bienestar de sus alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Academia analiza y evalúa las capacidades, talentos y necesidades de sus alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Género	
Edad (en años)	
Profesión / Ocupación	
Género del alumno	
Edad del alumno (en años)	
Tiempo que está en la Academia (en meses)	

ANEXO Nº 2: CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDADES	Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Acopio de información previa												
Preparar el Plan de Tesis												
Presentar el Plan de Tesis												
Aprobación del Plan de Tesis												
Realizar las observaciones												
Aplicar las encuestas												
Análizar los resultados												
Preparar el Borrador de Tesis												
Presentar el Borrador de Tesis												
Aprobación del Borrador de Tesis												
Sustentar la Tesis												