

**Medición de la calidad en el servicio basado en la metodología SERVQUAL en la Empresa
Spinning Center Gym de Neiva**

Johanna Milena Tafur

Asesor

Jennifer Tovar Quintero

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela De Ciencias Basicas Tecnologia e Ingenieria – ECBTI
Ingeniería Industrial
Neiva, 2026

Dedicatoria

Quiero darle gracias a Dios, por darme la vida y poder realizar mis metas, a mis padres, por toda la colaboración y apoyo brindados durante el programa de Ingeniería Industrial, por contagiarme de su espíritu alegre y decidido, y a todas las personas que estuvieron conmigo en el camino de este programa.

Agradecimientos

Agradecemos a la Universidad Nacional Abierta y A Distancia (UNAD), por darnos los mejores conocimientos a través de los maestros que nos acompañaron en este proceso de formación, al programa de Ingeniería Industrial, por darnos las herramientas para ser triunfadores.

Resumen

Este estudio tuvo como objetivo principal determinar la calidad del servicio ofrecido en Spinning Center Gym en Neiva, utilizando la metodología ServQual. Esta herramienta de evaluación se centra en cinco dimensiones clave: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Se recopilaron datos a través de encuestas y entrevistas a los usuarios del gimnasio para evaluar tanto sus expectativas como sus percepciones reales en relación con cada una de estas dimensiones. Los resultados indicaron que aunque el gimnasio se destaca en la dimensión de tangibles, hay áreas significativas de mejora en las otras cuatro dimensiones. Específicamente, se identificaron brechas importantes en fiabilidad y capacidad de respuesta, lo que sugiere la necesidad de invertir en formación del personal y eficiencia del servicio. La dimensión de seguridad también reveló brechas entre las expectativas y la realidad, lo que indica que se requieren mejoras en los protocolos de seguridad. Con base en estos hallazgos, se propusieron recomendaciones específicas para mejorar la calidad del servicio, alineadas con los estándares de la metodología ServQual. Estas incluyen la inversión en formación y desarrollo del personal, la revisión de los protocolos de seguridad y la promoción de una cultura organizacional centrada en la empatía. El estudio cumple con un rol crucial al proporcionar una evaluación detallada de la calidad del servicio, identificando áreas de mejora y ofreciendo directrices para elevar los niveles de satisfacción del cliente en Spinning Center Gym en Neiva. En resumen, el análisis ofrece una hoja de ruta para la mejora continua en la calidad del servicio ofrecido por el gimnasio.

Palabras clave: SERVQUAL, calidad del servicio, satisfacción del cliente.

Abstract

This study aimed to determine the quality of service offered at Spinning Center Gym in Neiva, using the ServQual methodology. This evaluation tool focuses on five key dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, security, and empathy. Data were collected through surveys and interviews with gym users to assess both their expectations and actual perceptions concerning each of these dimensions. The findings indicated that while the gym excels in the tangibles dimension, there are significant areas for improvement in the other four dimensions. Specifically, substantial gaps were identified in reliability and responsiveness, suggesting a need for investment in staff training and service efficiency. The security dimension also revealed gaps between expectations and reality, indicating a need for improvements in security protocols. Based on these findings, specific recommendations for improving service quality were proposed, aligned with the standards of the ServQual methodology. These include investment in staff training and development, a review of security protocols, and fostering an organizational culture centered on empathy. The study serves a crucial role in providing a detailed assessment of service quality, identifying areas for improvement, and offering guidelines for elevating customer satisfaction levels at Spinning Center Gym in Neiva. In summary, the analysis provides a roadmap for continuous improvement in the quality of service offered by the gym.

Keywords: SERVQUAL, service quality, customer satisfaction.

Tabla de Contenido

Introducción	9
Justificación	10
Objetivos	12
Planteamiento del Problema	13
Marco Teórico.....	15
Metodología	19
Resultados	22
Discusión.....	36
Conclusiones	38
Referencias.....	39
Apéndices.....	42

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Estructura y Composición del Instrumento</i>	20
Tabla 2. <i>Respuestas a Dimensión Tangible</i>	23
Tabla 3. <i>Respuestas a Dimensión Fiabilidad</i>	24
Tabla 4. <i>Respuestas a Dimensión Capacidad de Respuesta</i>	25
Tabla 5. <i>Respuestas a Dimensión Seguridad</i>	27
Tabla 6. <i>Respuestas a Dimensión Seguridad</i>	27
Tabla 7. <i>Respuestas a Dimensión Empatía</i>	28
Tabla 8. <i>Respuestas a Dimensión Empatía</i>	29
Tabla 9. <i>Resumen Resultados Encuesta SERVQUAL</i>	30
Tabla 10. <i>Prueba Estadística de Chi Cuadrada</i>	32

Lista de Apéndices

Apéndice A. <i>Cuestionario en Formulario Google</i>	42
---	----

Introducción

La calidad del servicio se ha convertido en un indicador crucial para el éxito de cualquier organización, y el sector del fitness no es una excepción. A medida que la competencia en el mercado de gimnasios y centros de entrenamiento se intensifica, la calidad del servicio emerge como un diferenciador clave que puede influir significativamente en la retención y la adquisición de clientes. En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo general determinar la calidad del servicio ofrecido a los usuarios de Spinning Center Gym en Neiva, utilizando la metodología ServQual como marco de referencia.

Esta metodología es ampliamente reconocida y utilizada para evaluar la calidad del servicio a través de cinco dimensiones críticas: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Estas dimensiones se evaluarán tanto desde el punto de vista de las expectativas como de las percepciones de los usuarios, con el fin de identificar cualquier brecha existente entre las dos y proponer medidas correctivas.

Los objetivos específicos del estudio son: describir las expectativas y percepciones de los usuarios en relación con las cinco dimensiones de la calidad del servicio, identificar las brechas existentes entre las expectativas y percepciones de los usuarios en estas dimensiones y, finalmente, proponer recomendaciones de mejora que estén en línea con los estándares de la metodología ServQual.

El estudio se llevará a cabo mediante encuestas con los usuarios del gimnasio para recopilar datos que ayuden en la evaluación de la calidad del servicio. Los resultados no solo beneficiarán a Spinning Center Gym al proporcionar un análisis detallado de las áreas que requieren atención, sino que también contribuirán a la literatura existente sobre la calidad del servicio en el ámbito del fitness.

Justificación

La calidad del servicio es un pilar fundamental en cualquier industria centrada en el cliente, y el sector del fitness no es una excepción. La creciente competencia en el mercado ha llevado a los gimnasios y centros de acondicionamiento físico a buscar formas innovadoras de diferenciarse, siendo la calidad del servicio una de las vías más prometedoras y, a menudo, más desafiantes (Mudie & Pirrie, 2006).

En este contexto, el estudio de la calidad del servicio en Spinning Center Gym en Neiva se justifica en varios niveles.

Mejora de la Retención de Clientes: La no asistencia y ausencia de un considerable número de afiliados en Spinning Center Gym es una señal preocupante. La retención de clientes es vital para la sostenibilidad y el crecimiento del negocio, y la comprensión de la calidad del servicio puede ofrecer insights valiosos sobre por qué los afiliados están dejando de asistir (Reichheld & Sasser, 1990).

Aplicación de la Metodología ServQual: La metodología ServQual ha demostrado ser eficaz en diversos sectores, pero su aplicación en el contexto específico de un gimnasio en Neiva proporcionará un caso de estudio único. Las conclusiones pueden ayudar a formular prácticas y normas que sean aplicables en otros gimnasios similares, contribuyendo a la literatura existente en la gestión de la calidad del servicio en el sector del fitness (Parasuraman et al., 1988).

Impacto en la Comunidad Local: La salud y el bienestar son vitales para la calidad de vida de una comunidad. Un gimnasio que proporciona un servicio de alta calidad puede tener un impacto positivo en la salud de la comunidad local. Entender y mejorar la calidad del servicio en Spinning Center Gym podría resultar en un recurso de salud mejorado para la ciudad de Neiva (Evenson et al., 2004).

Información Estratégica para el Negocio: Las recomendaciones derivadas del estudio pueden informar decisiones estratégicas dentro del gimnasio, incluyendo inversiones en equipos, capacitación del personal, y estrategias de marketing y comunicación. Esto podría llevar a una mayor eficiencia en la asignación de recursos y una mejora en la rentabilidad del gimnasio.

Contribución al Campo Académico y Práctico: Este estudio llenará un vacío en la investigación centrada en el análisis de la calidad del servicio en el contexto de un gimnasio utilizando la metodología ServQual. Las lecciones aprendidas podrían aplicarse a una variedad de entornos similares, contribuyendo tanto a la academia como a la práctica.

La pertinencias y viabilidad del estudio reside en su potencial para mejorar la retención de clientes en Spinning Center Gym, enriquecer la literatura en gestión de la calidad del servicio, impactar positivamente en la comunidad local, informar decisiones estratégicas de negocios y contribuir al campo académico y práctico en general.

Objetivos

Objetivo General

Determinar la calidad del servicio ofrecido a los usuarios de Spinning Center Gym en Neiva, basándose en la metodología ServQual, a través de la evaluación de las dimensiones de tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Objetivos Específicos

Describir las expectativas y percepciones de los usuarios de Spinning Center Gym en Neiva en relación con las cinco dimensiones de la calidad del servicio (tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), utilizando la metodología ServQual.

Identificar las brechas existentes entre las expectativas y percepciones de los usuarios en las distintas dimensiones del servicio, para identificar áreas de mejora y oportunidades de desarrollo en Spinning Center Gym.

Proponer recomendaciones de mejora para elevar la calidad del servicio en Spinning Center Gym en Neiva, en línea con los estándares de la metodología ServQual.

Planteamiento del Problema

Formulación del Problema

En los últimos tiempos, el auge de la cultura del bienestar y el fitness ha generado un incremento considerable en la demanda de gimnasios y centros de acondicionamiento físico. La calidad en el servicio ofrecido se ha convertido en un factor clave para retener y atraer a los clientes en un mercado altamente competitivo (Zeithaml et al., 1990). En este contexto, el Spinning Center Gym de la ciudad de Neiva, con 2.500 afiliados activos, se enfrenta a un desafío crítico.

A pesar de contar con una base sólida de afiliados, en los últimos años, el gimnasio ha identificado una no asistencia y ausencia considerable de un número de afiliados que antes realizaban su actividad física regularmente. Esta situación plantea una serie de preguntas sobre la calidad del servicio que se brinda y cómo esta podría estar influyendo en la disminución de la participación.

La metodología ServQual, desarrollada por Parasuraman et al. (1988), se ha utilizado ampliamente para medir la calidad del servicio en diversos sectores, incluyendo el de la salud y el fitness. Esta metodología se basa en la evaluación de cinco dimensiones: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La coherencia entre lo que los clientes esperan y lo que perciben en estas cinco dimensiones es vital para su satisfacción y lealtad (Seth et al., 2005).

En el caso de Spinning Center Gym, es vital analizar estas dimensiones para comprender las posibles brechas que puedan existir entre las expectativas y percepciones de los afiliados. Los tangibles como las instalaciones, equipos, y limpieza pueden estar influyendo en la satisfacción (Grönroos, 1984). La fiabilidad en cumplir con lo prometido, la capacidad de respuesta en atender las necesidades, la seguridad en ofrecer un servicio competente y la empatía en

proporcionar una atención personalizada son aspectos cruciales en la experiencia del cliente (Ladhari, 2009).

El problema radica en determinar cómo estas dimensiones están siendo percibidas por los usuarios de Spinning Center Gym y cómo estas percepciones se comparan con sus expectativas iniciales. Identificar estas brechas permitirá comprender las razones detrás de la no asistencia y ausencia de afiliados, y así formular estrategias adecuadas para mejorar la calidad del servicio.

La preocupación por la calidad del servicio en el sector del fitness no es nueva. Varios estudios han identificado la importancia de satisfacer y exceder las expectativas de los clientes como un medio para asegurar su retención (Tsitskari et al., 2006). Sin embargo, la aplicación específica de la metodología ServQual en el contexto de Spinning Center Gym en Neiva requiere una investigación detallada.

Es por esto que, el problema se centra en determinar si las dimensiones de la calidad del servicio, según la metodología ServQual, están siendo cumplidas en Spinning Center Gym y cómo esto está relacionado con la disminución de la participación de los afiliados. La respuesta a este problema contribuirá no solo a mejorar la calidad del servicio en este gimnasio en particular sino también a enriquecer la comprensión de cómo la calidad del servicio influye en la retención de clientes en el sector del fitness.

Pregunta de Investigación

¿Cuál es la calidad del servicio ofrecido a los usuarios de Spinning Center Gym en Neiva, basándose en la metodología ServQual, a través de la evaluación de las dimensiones de tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía?

Marco Teórico

La Metodología ServQual

Concepto y Evolución

La metodología ServQual fue desarrollada por Parasuraman, Zeithaml, y Berry en los años 80 como un medio para medir y gestionar la calidad del servicio en diversas industrias. Esta metodología está centrada en comprender cómo las expectativas de los clientes en relación con un servicio se comparan con sus percepciones reales después de experimentar el servicio (Parasuraman et al., 1988).

ServQual se deriva de las palabras "Service Quality," y su relevancia en el campo del marketing y la gestión de servicios ha crecido significativamente a lo largo de los años. La metodología ha evolucionado desde su concepción inicial, donde se identificaron diez dimensiones, hasta la versión refinada que presenta cinco dimensiones (Parasuraman et al., 1985). Esta reducción en la cantidad de dimensiones surgió de investigaciones adicionales que encontraron una superposición considerable entre las dimensiones originales.

El enfoque de ServQual es reconocido por su aplicabilidad en una variedad de contextos de servicio, ya que se centra en las diferencias o brechas entre lo que los clientes esperan y lo que realmente perciben. La identificación de estas brechas permite a las organizaciones comprender dónde están fallando en cumplir con las expectativas y, por lo tanto, dónde deben concentrarse en hacer mejoras (Zeithaml et al., 1993).

La metodología de ServQual ha sido objeto de críticas y revisiones en la literatura, pero su utilidad y aplicabilidad continúan siendo reconocidas en diversos sectores, incluyendo la salud, la educación, y el turismo (Buttle, 1996; Ladhari, 2009).

Dimensiones de la Calidad del Servicio

Las cinco dimensiones de la calidad del servicio según ServQual son fundamentales para comprender cómo los clientes perciben la calidad de un servicio. Estas dimensiones son (Parasuraman et al., 1988):

Tangibles: Se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal, y materiales de comunicación. La limpieza, modernidad y estética entran en esta categoría (Brady & Cronin, 2001).

Fiabilidad: Esta dimensión se centra en la capacidad de realizar el servicio prometido de manera fiable y precisa. La confiabilidad en el cumplimiento de promesas y compromisos es vital (Cronin & Taylor, 1992).

Capacidad de Respuesta: Esta dimensión está relacionada con la voluntad o disposición de los empleados para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido. La atención al cliente y la eficiencia son clave aquí (Babakus & Boller, 1992).

Seguridad: Incluye el conocimiento, la cortesía y la habilidad de los empleados para inspirar confianza y seguridad. La transparencia y la integridad juegan un papel importante (Donnelly et al., 1995).

Empatía: La atención personalizada, la comprensión y el cuidado que el personal brinda a los clientes. La conexión emocional y la comprensión son fundamentales en esta dimensión (Dabholkar, 1995).

Las dimensiones de ServQual ofrecen una guía para evaluar la calidad del servicio desde múltiples perspectivas, permitiendo una evaluación completa y detallada que puede ser utilizada para mejorar la satisfacción del cliente y la calidad del servicio (Seth et al., 2005).

Calidad del Servicio en la Industria del Fitness

Importancia de la Calidad del Servicio en Gimnasios

El ámbito del fitness y el bienestar se ha vuelto altamente competitivo con la proliferación de gimnasios, clubes de salud y centros de acondicionamiento físico (Howat et al. 2006). En este escenario, la calidad del servicio desempeña un papel vital en la diferenciación, la retención de clientes y el crecimiento comercial.

La calidad del servicio en los gimnasios abarca desde la condición de los equipos e instalaciones hasta el conocimiento y la amabilidad del personal, así como la gama de actividades y programas disponibles (Tsitskari et al., 2006). Un servicio de alta calidad puede impulsar la satisfacción del cliente, aumentar la lealtad, reducir la rotación de los clientes y mejorar el boca a boca positivo, factores todos ellos que pueden beneficiar directamente al rendimiento financiero del gimnasio (Kouthouris & Alexandris, 2005).

Además, los consumidores de fitness están cada vez más informados y exigentes, esperando no solo excelentes instalaciones y equipos, sino también un servicio atento y personalizado, y programas que se adapten a sus necesidades y objetivos específicos (Howat et al., 2006).

Expectativas y Percepciones en la Industria del Fitness

Las expectativas de los clientes en la industria del fitness están influenciadas por una variedad de factores, incluyendo sus experiencias anteriores, las referencias boca a boca, y las promesas y comunicaciones de los gimnasios (MacIntosh & Law, 2008). Los clientes pueden tener expectativas sobre las instalaciones y equipos, el personal, la gama de actividades, los horarios, la higiene y limpieza, la seguridad y la atención al cliente (Clemes et al., 2008).

Las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio se forman a partir de sus

experiencias reales al utilizar los servicios y las instalaciones del gimnasio. Si las percepciones de los clientes cumplen o superan sus expectativas, es probable que estén satisfechos con el servicio y continúen utilizándolo. Sin embargo, si sus percepciones no cumplen con sus expectativas, es probable que estén insatisfechos y consideren cambiar a otro proveedor (Parasuraman et al., 1985).

En la industria del fitness, la evaluación de las expectativas y percepciones de los clientes mediante el modelo ServQual puede proporcionar una visión valiosa de dónde se sitúa un gimnasio en términos de calidad del servicio. Esta información puede ser utilizada para implementar mejoras dirigidas y estratégicas que aumenten la satisfacción del cliente y la competitividad del negocio (Clemes et al., 2008).

Metodología

Tipo de Estudio

Se realizó un estudio cuantitativo, analítico y estudio de caso simple (Yin, 2012). El enfoque cuantitativo permitió medir objetivamente las percepciones y expectativas de los usuarios. La naturaleza analítica del estudio posibilitó identificar y entender las brechas existentes en la calidad del servicio (Sampieri, 2018).

Muestra

La muestra se consideró representativa, probabilística y aleatoria, compuesta por 157 afiliados del Spinning Center Gym en Neiva. Esta selección permitió obtener una visión precisa y objetiva de las experiencias y expectativas de los usuarios en relación con la calidad del servicio.

Variables

Las variables en este estudio se basarán en las dimensiones del modelo ServQual, que incluyen:

Tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Fiabilidad: Capacidad para realizar el servicio prometido de manera confiable y precisa.

Capacidad de Respuesta: Voluntad de ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido.

Seguridad: Conocimientos y cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza.

Empatía: Cuidado y atención individualizada que el gimnasio proporciona a sus clientes.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Se utilizó una encuesta como método de recolección de datos, aplicando un cuestionario

estructurado con preguntas cerradas diseñado a partir del modelo ServQual. Este cuestionario se aplicó online mediante un formulario de Google, facilitando así el acceso y la participación de los encuestados, el cual se puede evidenciar en el apéndice 1. La estructura y preguntas consideradas por variable se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 1.

Estructura y Composición del Instrumento

Dimensiones	Preguntas
Elementos tangibles	<p>¿El gimnasio cuenta con equipos de apariencia moderna?</p> <p>¿Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas?</p> <p>¿Considera que los equipos del gimnasio están bien distribuidos?</p> <p>¿Las instalaciones del gimnasio son cómodas y favorables?</p>
Fiabilidad	<p>¿Cuándo el gimnasio promete hacer algo en cierto tiempo lo hace?</p> <p>¿Cuándo se presenta un problema el personal muestra interés en solucionarlo?</p> <p>¿El personal del ingreso, (recepción) se muestra amable para servir y atender sus inquietudes?</p> <p>¿Los distintos servicios que presta el gimnasio son presentados correctamente desde la primera vez?</p>
Capacidad de respuesta	<p>¿Confías en el profesionalismo con que se desarrolla las actividades por los empleados del gimnasio? 🙌 ¿Los servicios prestados por el gimnasio cumple con sus expectativas?</p> <p>¿Durante el tiempo que permanece en las instalaciones del gimnasio recibe un servicio de calidad?</p>

Dimensiones Preguntas

¿Si requiere de alguna maquina o implemento en especial le ayudan a conseguirlo?

Seguridad ¿Cuándo necesita ayuda para el direccionamiento de los ejercicios acude al personal?

¿Se siente seguro con el plan de entrenamiento asignado por el entrenador?

¿Que tan satisfecho se siente con la limpieza y aseo de las instalaciones?

¿Me siento seguro de dejar mis pertenencias en los locker?

Empatia ¿Se siente satisfecho con la atención brindada en Spinning Center Gym?

¿Las modalidades y tipos de clases grupales como (spinning, aeróbicos, kick boxing, rumba, funcional) cumple con sus expectativas?

¿El personal siempre está atento a sus necesidades?

¿El Gimnasio tiene los horarios de servicio de acuerdo a sus necesidades?

Nota. La estructura y preguntas consideradas por variable se presentan en la siguiente tabla.

Fuente. Autoría propia.

Análisis de Datos

Los datos recogidos fueron analizados mediante técnicas de estadística descriptiva para proporcionar una visión general de las expectativas y percepciones de los usuarios en las distintas dimensiones del servicio. Además, se empleó una prueba no paramétrica de chi cuadrada para detectar posibles asociaciones o diferencias significativas entre las distintas variables.

Resultados

Expectativas y Percepciones de los Usuarios de Spinning Center Gym en las Dimensiones de Calidad del Servicio

La calidad del servicio es un elemento crítico que determina la satisfacción del cliente y, en consecuencia, su lealtad hacia un negocio en particular. Un aspecto esencial para evaluar la calidad del servicio es comprender tanto las expectativas como las percepciones de los clientes. En este contexto, este capítulo se centra en describir las expectativas y percepciones de los usuarios del Spinning Center Gym en Neiva en relación con las cinco dimensiones de la calidad del servicio, según la metodología SERVQUAL. Estas dimensiones son: Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía.

Como se mencionó en el capítulo anterior, se aplicaron 157 encuestas a usuarios activos del gimnasio. Cada subsección abordará una dimensión, presentando primero las expectativas de los usuarios y luego sus percepciones.

Tangibles

En cuanto a los elementos tangibles del Spinning Center Gym, se evaluaron las expectativas de los usuarios con respecto a la apariencia de los equipos, la estética de las instalaciones físicas, la distribución de los equipos y la comodidad de las instalaciones. A continuación, se presenta el análisis de los datos recopilados, los cuales se evidencian en la tabla 2.

Tabla 2.*Respuestas a Dimensión Tangible*

Pregunta	No	Si
¿El gimnasio cuenta con equipos de apariencia moderna?	0,04	0,96
¿Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas?	0,02	0,98
¿Considera que los equipos del gimnasio están bien distribuidos?	0,05	0,95
¿Las instalaciones del gimnasio son cómodas y favorables?	0,03	0,97

Nota. Respuestas a dimensión tangible. *Fuente.* Autoría propia.

De acuerdo con la encuesta realizada, el 96% de los usuarios espera que el gimnasio cuente con equipos de apariencia moderna, mientras que solo el 4% no lo considera relevante. El análisis de los resultados también indica que un alto porcentaje de los usuarios (98%) espera que las instalaciones físicas del gimnasio sean visualmente atractivas. Solo el 2% de los usuarios no dio importancia a este aspecto.

En cuanto a la distribución de los equipos, el 95% de los usuarios considera que los equipos del gimnasio deben estar bien distribuidos. En contraste, el 5% de los usuarios no considera importante este aspecto. Finalmente, el 97% de los usuarios espera que las instalaciones del gimnasio sean cómodas y favorables, mientras que solo el 3% no lo considera relevante. Estos resultados sugieren que los usuarios del Spinning Center Gym en Neiva tienen altas expectativas en cuanto a los elementos tangibles del gimnasio.

Fiabilidad

Para evaluar la fiabilidad del Spinning Center Gym, se preguntó a los usuarios sobre sus expectativas respecto al cumplimiento de promesas, la resolución de problemas, la amabilidad

del personal y la correcta prestación de los servicios desde la primera vez. A continuación, se analizan los datos obtenidos a partir de la tabla 3.

Tabla 3.

Respuestas a Dimensión Fiabilidad

Pregunta	No	Si
¿Cuándo el gimnasio promete hacer algo en cierto tiempo lo hace?	0,13	0,87
¿Cuándo se presenta un problema el personal muestra interés en solucionarlo?	0,14	0,86
¿El personal del ingreso, (recepción) se muestra amable para servir y atender sus inquietudes?	0,00	1,00
¿Los distintos servicios que presta el gimnasio son presentados correctamente desde la primera vez?	0,03	0,97

Nota. Respuestas a dimensión fiabilidad. *Fuente.* Autoría propia.

Según los resultados de la encuesta, el 87% de los usuarios espera que, cuando el gimnasio promete hacer algo en un determinado tiempo, lo haga. Por otro lado, el 13% de los usuarios no considera esto relevante. En relación al interés del personal por resolver los problemas que se presentan, el 86% de los usuarios espera que el personal muestre interés en solucionar cualquier inconveniente. Solo el 14% de los usuarios no otorga importancia a este aspecto.

En cuanto a la amabilidad del personal de ingreso, todos los usuarios (100%) consideran importante que se muestren amables para servir y atender sus inquietudes. Este aspecto destaca como uno de los más valorados en términos de fiabilidad del servicio. Por último, el 97% de los

usuarios espera que los distintos servicios que presta el gimnasio se presenten correctamente desde la primera vez. Solo el 3% de los usuarios no considera esto relevante.

Los resultados sugieren que los usuarios del Spinning Center Gym en Neiva tienen altas expectativas en términos de la fiabilidad del servicio. La amabilidad del personal y la correcta prestación de los servicios desde la primera vez se destacan como aspectos particularmente importantes.

Capacidad de Respuesta

Para analizar la capacidad de respuesta del Spinning Center Gym, se preguntó a los usuarios sobre su confianza en el profesionalismo de los empleados, si los servicios prestados cumplen con sus expectativas, si reciben un servicio de calidad durante su permanencia en las instalaciones, y si reciben ayuda para conseguir algún equipo o implemento en especial. Veamos en detalle los resultados obtenidos de acuerdo con la tabla 4.

Tabla 4.

Respuestas a Dimensión Capacidad de Respuesta

Pregunta	No	Si
¿Confías en el profesionalismo con que se desarrolla las actividades por los empleados del gimnasio?	0,11	0,89
¿Los servicios prestados por el gimnasio cumple con sus expectativas?	0,08	0,92
¿Durante el tiempo que permanece en las instalaciones del gimnasio recibe un servicio de calidad?	0,15	0,85
¿Si requiere de alguna maquina o implemento en especial le ayudan a conseguirlo?	0,11	0,25

Nota. Respuestas a dimensión capacidad de respuesta. *Fuente.* Autoría propia.

Según la encuesta, el 89% de los usuarios confía en el profesionalismo con que se desarrollan las actividades por los empleados del gimnasio. Por el contrario, el 11% de los usuarios no considera esto relevante. En relación a si los servicios prestados por el gimnasio cumplen con sus expectativas, un alto porcentaje de los usuarios (92%) considera que esto es importante. Solo el 8% de los usuarios no valora tanto este aspecto.

Respecto a la calidad del servicio durante el tiempo que permanecen en las instalaciones del gimnasio, el 85% de los usuarios considera que esto es crucial. No obstante, un 15% de los usuarios no da tanta importancia a este factor. En cuanto a recibir ayuda para conseguir algún equipo o implemento en especial, este aspecto mostró una división más notoria entre los usuarios: el 25% de los encuestados considera esto relevante, mientras que el 75% no lo hace. Este dato podría sugerir que la mayoría de los usuarios no requiere de equipos o implementos especiales o, alternativamente, que están acostumbrados a buscarlos por sí mismos.

Los resultados indican que los usuarios del Spinning Center Gym en Neiva tienen altas expectativas en términos de la capacidad de respuesta del gimnasio. La capacidad para cumplir con las expectativas de los usuarios y la calidad del servicio durante su estancia son aspectos particularmente valorados. Sin embargo, la ayuda para conseguir equipos o implementos especiales parece ser menos importante para la mayoría de los usuarios.

Seguridad

En cuanto a la seguridad en el Spinning Center Gym, se evaluaron las expectativas de los usuarios con respecto a la disponibilidad de ayuda para los ejercicios, la confianza en el plan de entrenamiento asignado, la seguridad de sus pertenencias en los lockers y la limpieza y aseo de las instalaciones. A continuación, se analizan los datos obtenidos a partir de las tablas 5 y 6.

Tabla 5.*Respuestas a Dimensión Seguridad*

Pregunta	No	Si
¿Cuándo necesita ayuda para el direccionamiento de los ejercicios acude al personal?	0,12	0,88
¿Se siente seguro con el plan de entrenamiento asignado por el entrenador?	0,10	0,90
¿Me siento seguro de dejar mis pertenencias en los locker?	0,16	0,84

Nota. Respuestas a dimensión tangible. *Fuente.* Autoría propia.

Tabla 6.*Respuestas a Dimensión Seguridad*

Pregunta	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho se siente con la limpieza y aseo de las instalaciones?	0,02	0,03	0,31	0,64

Nota. Respuestas a dimensión seguridad. *Fuente.* Autoría propia.

Según los resultados de la encuesta, el 88% de los usuarios espera que, cuando necesiten ayuda para el direccionamiento de los ejercicios, puedan acudir al personal del gimnasio. Por otro lado, el 12% de los usuarios no considera esto relevante. En relación a la confianza en el plan de entrenamiento asignado por el entrenador, el 90% de los usuarios considera que esto es importante. Solo el 10% de los usuarios no otorga importancia a este aspecto.

Con respecto a la seguridad de sus pertenencias en los lockers, el 84% de los usuarios considera importante sentirse seguro al dejar sus pertenencias en los mismos. No obstante, el 16% de los usuarios no da tanta importancia a este factor. Por último, se preguntó a los usuarios

sobre su satisfacción con la limpieza y aseo de las instalaciones. En este caso, el 2% de los usuarios se mostró insatisfecho, el 3% indiferente, el 31% satisfecho y un destacado 64% se declaró muy satisfecho.

Los resultados sugieren que los usuarios del Spinning Center Gym en Neiva tienen altas expectativas en términos de seguridad en el gimnasio. La confianza en el plan de entrenamiento asignado y la seguridad de las pertenencias en los lockers se destacan como aspectos particularmente importantes. Además, la mayoría de los usuarios se muestra muy satisfecha con la limpieza y aseo de las instalaciones.

Empatía

La dimensión de la empatía en el Spinning Center Gym se midió a través de las expectativas de los usuarios en cuanto a la variedad y satisfacción con las clases grupales, la atención del personal a sus necesidades, la adecuación de los horarios de servicio, y su satisfacción general con la atención brindada. Ahora procederemos a analizar los resultados obtenidos, ver tabla 7 y 8.

Tabla 7.

Respuestas a Dimensión Empatía

Pregunta	No	Si
¿Las modalidades y tipos de clases grupales como (spinning, aeróbicos, kick boxing, rumba, funcional) cumple con sus expectativas?	0,06	0,94
¿El personal siempre está atento a sus necesidades?	0,06	0,94
¿El Gimnasio tiene los horarios de servicio de acuerdo a sus necesidades?	0,05	0,95

Nota. Respuestas a dimensión empatía. *Fuente.* Autoría propia.

Tabla 8.

Respuestas a Dimensión Empatía

Pregunta	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Se siente satisfecho con la atención brindada en Spinning Center Gym?	0,04	0,06	0,29	0,60

Nota. Respuestas a dimensión empatía. *Fuente.* Autoría propia.

Los usuarios fueron cuestionados acerca de si las modalidades y tipos de clases grupales (spinning, aeróbicos, kick boxing, rumba, funcional) cumplen con sus expectativas. Según los resultados, un alto porcentaje de usuarios (94%) considera que sí, mientras que solo un 6% de los encuestados cree lo contrario. En cuanto a la percepción de si el personal siempre está atento a sus necesidades, los resultados muestran que el 94% de los usuarios considera que sí, en contraste con un 6% que considera que no.

En relación a si el gimnasio tiene los horarios de servicio de acuerdo a sus necesidades, el 95% de los usuarios considera que sí, mientras que solo un 5% opina lo contrario. Por último, se preguntó a los usuarios sobre su nivel de satisfacción con la atención brindada en el Spinning Center Gym. Aquí, el 60% de los usuarios se declaró muy satisfecho, el 29% satisfecho, el 6% indiferente y solo el 4% insatisfecho.

Los resultados indican que los usuarios del Spinning Center Gym en Neiva tienen altas expectativas en términos de empatía por parte del gimnasio. Las expectativas se cumplen principalmente en relación a la variedad y satisfacción con las clases grupales, la atención del personal y la adecuación de los horarios de servicio. Además, la mayoría de los usuarios se

muestra satisfecha o muy satisfecha con la atención brindada en general.

Brechas Existentes entre las Expectativas y Percepciones de los Usuarios de Spinning

Center Gym

De acuerdo con los resultados anteriores, los cuales se resumen en la tabla 9, es posible identificar que:

En la dimensión de Tangibles, el gimnasio ha cumplido exitosamente con las expectativas de los usuarios. Si bien la fiabilidad en general es alta, hay espacio para mejora, especialmente en la resolución de problemas y en el cumplimiento de tiempos. Existe una brecha significativa en la última métrica, lo cual indica una área crítica para la mejora inmediata. En general, los indicadores de seguridad son buenos, aunque se observa la necesidad de mejoras menores. La dimensión de Empatía muestra un alto nivel de cumplimiento de las expectativas de los usuarios.

Tabla 9.

Resumen Resultados Encuesta SERVQUAL

Dimensión	Percepción / Expectativa	No	Si
Tangible	¿El gimnasio cuenta con equipos de apariencia moderna?	0,04	0,96
	¿Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas?	0,02	0,98
	¿Considera que los equipos del gimnasio están bien distribuidos?	0,05	0,95
	¿Las instalaciones del gimnasio son cómodas y favorables?	0,03	0,97
Fiabilidad	¿Cuándo el gimnasio promete hacer algo en cierto tiempo lo hace?	0,13	0,87
	¿Cuándo se presenta un problema el personal muestra interés en solucionarlo?	0,14	0,86

Dimensión	Percepción / Expectativa	No	Si
	¿El personal del ingreso, (recepción) se muestra amable para servir y atender sus inquietudes?	0,00	1,00
	¿Los distintos servicios que presta el gimnasio son presentados correctamente desde la primera vez?	0,03	0,97
Capacidad de respuesta	¿Confías en el profesionalismo con que se desarrolla las actividades por los empleados del gimnasio?	0,11	0,89
	¿Los servicios prestados por el gimnasio cumple con sus expectativas?	0,08	0,92
	¿Durante el tiempo que permanece en las instalaciones del gimnasio recibe un servicio de calidad?	0,15	0,85
	¿Si requiere de alguna maquina o implemento en especial le ayudan a conseguirlo?	0,11	0,25
Seguridad	¿Cuándo necesita ayuda para el direccionamiento de los ejercicios acude al personal?	0,12	0,88
	¿Se siente seguro con el plan de entrenamiento asignado por el entrenador?	0,10	0,90
	¿Me siento seguro de dejar mis pertenencias en los locker?	0,16	0,84
Empatía	¿Las modalidades y tipos de clases grupales como (spinning, aeróbicos, kick boxing, rumba, funcional) cumple con sus expectativas?	0,06	0,94
	¿El personal siempre está atento a sus necesidades?	0,06	0,94

Dimensión	Percepción / Expectativa	No	Si
	¿El Gimnasio tiene los horarios de servicio de acuerdo a sus necesidades?	0,05	0,95

Nota. Resumen resultados encuesta SERVQUAL. *Fuente.* Autoría propia.

Adicional a lo anterior y como se mencionó en la metodología, se realizó análisis estadístico no paramétrico con chi cuadrada para evidenciar aquellas dimensiones que se asociaran con un servicio no satisfactorio, ver tabla 10.

Tabla 10.

Prueba Estadística de Chic Cuadrada

Dimensión	Pregunta	p
Tangible	¿El gimnasio cuenta con equipos de apariencia moderna?	0,215
	¿Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas?	0,239
	¿Considera que los equipos del gimnasio están bien distribuidos?	0,09
	¿Las instalaciones del gimnasio son cómodas y favorables?	0,09
Fiabilidad	¿Cuándo el gimnasio promete hacer algo en cierto tiempo lo hace?	0,36
	¿Cuándo se presenta un problema el personal muestra interés en solucionarlo?	<0,001
	¿El personal del ingreso, (recepción) se muestra amable para servir y atender sus inquietudes?	-
	¿Los distintos servicios que presta el gimnasio son presentados correctamente desde la primera vez?	0,129
Capacidad de respuesta	¿Confías en el profesionalismo con que se desarrolla las actividades por los empleados del gimnasio?	0,02

Dimensión	Pregunta	<i>p</i>
	¿Los servicios prestados por el gimnasio cumple con sus expectativas?	0,668
	¿Durante el tiempo que permanece en las instalaciones del gimnasio recibe un servicio de calidad?	0,04
	¿Si requiere de alguna maquina o implemento en especial le ayudan a conseguirlo?	0,11
Seguridad	¿Cuándo necesita ayuda para el direccionamiento de los ejercicios acude al personal?	<0,001
	¿Se siente seguro con el plan de entrenamiento asignado por el entrenador?	0,973
	¿Me siento seguro de dejar mis pertenencias en los locker?	0,169
Empatía	¿Las modalidades y tipos de clases grupales como (spinning, aeróbicos, kick boxing, rumba, funcional) cumple con sus expectativas?	0,02
	¿El personal siempre está atento a sus necesidades?	0,689
	¿El Gimnasio tiene los horarios de servicio de acuerdo a sus necesidades?	0,09

Nota. Prueba estadística de chic cuadrada. *Fuente.* Autoría propia.

De esta manera y a pesar de las altas percepciones de calidad en varias dimensiones, algunos aspectos mostraron significancia estadística, lo que sugiere que pueden representar áreas críticas para la mejora continua. Estos aspectos son:

Fiabilidad: Aunque en general la fiabilidad fue alta, se sugiere una variabilidad que

podría llevar a la insatisfacción del cliente.

Capacidad de Respuesta: Aunque la mayoría confía en el profesionalismo, hay una fracción significativa de usuarios que no lo hacen. Así mismo, hay variabilidad en la calidad de servicio en diferentes momentos o en distintas áreas del gimnasio.

Seguridad: Se sugiere que no todos los clientes se sienten igualmente seguros al buscar orientación para sus ejercicios.

Empatía: No se cumple con las expectativas de todos los usuarios en igual medida.

Recomendaciones de Mejora para Elevar la Calidad del Servicio en Spinning Center Gym

A continuación, se presentan las recomendaciones por cada dimensión:

Dimensión de Tangibles

Dado que esta dimensión ya cumple con las expectativas de manera sobresaliente, es crucial mantener este alto nivel de calidad. Es por esto, que es necesario realizar mantenimiento preventivo regular de los equipos e instalaciones para asegurar que se mantengan en condiciones óptimas.

Dimensión de Fiabilidad

Hay oportunidades específicas para mejorar en las áreas de resolución de problemas y cumplimiento de tiempos. Implementar un sistema de seguimiento que permita al personal medir el tiempo de respuesta ante cualquier inquietud o problema del cliente. Entrenar al personal en técnicas de resolución de problemas y atención al cliente para garantizar una experiencia uniforme y satisfactoria.

Dimensión de Capacidad de Respuesta

Se observan brechas significativas que requieren atención. Llevar a cabo una auditoría interna para identificar momentos o áreas donde la calidad del servicio pueda variar. Ofrecer más

programas de formación y certificación para el personal, con el objetivo de incrementar la confianza de los clientes en su profesionalismo.

Dimensión de Seguridad

Aunque los indicadores son generalmente buenos, hay margen para mejorar. Es por esto, que se debe mejorar y actualizar los protocolos de seguridad y ofrecer más orientación personalizada para garantizar que los clientes se sientan seguros durante sus entrenamientos.

Dimensión de Empatía

A pesar del alto grado de satisfacción, hay espacio para mejoras menores. Realizar encuestas más específicas o grupos focales para entender las necesidades y expectativas particulares de diferentes segmentos de usuarios. Ajustar los horarios y tipos de clases para satisfacer una gama más amplia de necesidades y expectativas de los usuarios.

Aunque Spinning Center Gym ya ofrece un alto nivel de calidad en la mayoría de sus dimensiones de servicio, hay varias áreas identificadas donde podrían implementarse mejoras significativas para elevar aún más la satisfacción del cliente.

Discusión

Los hallazgos subrayan la importancia que los usuarios atribuyen a los aspectos tangibles del gimnasio, tales como la modernidad de los equipos y la estética del entorno. Este enfoque en lo tangible es coherente con investigaciones previas en el ámbito del bienestar y la salud, y refuerza la idea de que invertir en infraestructura y equipamiento moderno es esencial para mantener altos niveles de satisfacción del cliente. El Spinning Center Gym ha logrado satisfacer estas expectativas de forma efectiva, lo cual apunta a la necesidad de mantener y posiblemente incrementar estos estándares.

Sin embargo, es crucial entender que la satisfacción del cliente no se basa únicamente en elementos tangibles. El estudio mostró que, aunque la fiabilidad del servicio era generalmente alta, existen áreas en las que se puede mejorar, particularmente en la resolución de problemas y tiempos de espera. Este hallazgo subraya la necesidad de mantener una operación eficiente y confiable como complemento a las instalaciones físicas del gimnasio.

Adicionalmente, aunque los usuarios expresaron una alta confianza en el profesionalismo del personal, nuestras investigaciones indicaron que existen momentos o áreas donde esto no es coherente. Por lo tanto, se recomienda que se realicen auditorías internas y programas de formación continuada para garantizar que los niveles de servicio se mantengan altos en todo momento.

En cuanto a la seguridad, los usuarios tienen altas expectativas, especialmente en lo que respecta al almacenamiento seguro de sus pertenencias y la confiabilidad de los planes de entrenamiento. Aunque el gimnasio ha cumplido en gran medida estas expectativas, nuestros resultados señalan que aún hay margen para mejorar, lo que sugiere que los aspectos de seguridad no deben ser descuidados.

Por último, la alta satisfacción reportada en la dimensión de empatía nos muestra que la administración ha logrado establecer una conexión efectiva con los clientes. Este aspecto se refleja particularmente en la diversidad y calidad de las clases grupales ofrecidas, así como en los horarios de servicio. Sin embargo, nuestros datos también indican que no todos los usuarios sienten que sus expectativas se cumplen completamente, lo que sugiere que siempre hay espacio para hacer ajustes y mejoras.

Para abordar estas áreas críticas, el estudio incluye una serie de recomendaciones puntuales y comprensivas que cubren cada dimensión de la calidad del servicio. Su implementación es fundamental para asegurar no solo la retención de los clientes actuales, sino también la atracción de nuevos miembros.

Conclusiones

Se ha determinado la calidad del servicio ofrecido en el Spinning Center Gym en Neiva aplicando la metodología ServQual. Los resultados demuestran que el gimnasio tiene un rendimiento alto en la dimensión de tangibles, pero presenta áreas de mejora en las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Las expectativas de los usuarios en general son altas en todas las dimensiones evaluadas mediante ServQual. Sin embargo, las percepciones varían, siendo particularmente altas en tangibles pero no tanto en fiabilidad y capacidad de respuesta. Este resultado está alineado con investigaciones previas que enfatizan la importancia de los elementos tangibles en la satisfacción del cliente en entornos deportivos.

Se identificaron brechas significativas en las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad. Los usuarios expresaron la necesidad de mejoras en la eficiencia del servicio y en los protocolos de seguridad, corroborando los hallazgos de estudios anteriores que subrayan la importancia de estos factores en la calidad del servicio.

Basándonos en los hallazgos y en los estándares de la metodología ServQual, se recomienda que Spinning Center Gym invierta en formación del personal para mejorar la fiabilidad y la capacidad de respuesta. También se sugiere revisar y fortalecer las medidas de seguridad y protocolos para satisfacer las expectativas de los usuarios. Además, se propone fomentar una cultura organizacional centrada en la empatía para fortalecer la relación con los clientes, respaldada por investigaciones que destacan la importancia de este factor.

Referencias

- Babakus, E., & Boller, G. W. (1992). An empirical assessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Business Research, 24*(3), 253-268.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of Marketing, 65*(3), 34-49.
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing, 30*(1), 8-32.
- Clemes, M. D., Gan, C., Kao, T. H., & Choong, M. (2008). An empirical analysis of customer satisfaction in international air travel. *Innovative Marketing, 4*(2), 50-62.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing, 56*(3), 55-68.
- Dabholkar, P. A. (1995). A contingency framework for predicting causality between customer satisfaction and service quality. *Advances in Consumer Research, 22*, 101-106.
- Donnelly, M., Wisniewski, M., Dalrymple, J. F., & Curry, A. C. (1995). Measuring service quality in local government: the SERVQUAL approach. *International Journal of Public Sector Management, 8*(7), 15-20.
- Evenson, K. R., Sarmiento, O. L., Ayala, G. X. (2004). Acculturation and physical activity among North Carolina Latina immigrants. *Social Science & Medicine, 59*(12), 2509-2522.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing, 18*(4), 36-44.
- Howat, G., Murray, D., & Crilley, G. (2006). The relationships between service problems and perceptions of service quality, satisfaction, and behavioral intentions of Australian public


- sports and leisure center customers. *Journal of Park and Recreation Administration*, 24(4), 42-64.
- Kouthouris, C., & Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport Tourism*, 10(2), 101-111.
- Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of ServQual research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172-198.
- MacIntosh, E., & Law, B. (2008). Should I stay or should I go? Exploring the decision to join, maintain, or cancel a fitness membership. *Managing Leisure*, 13(2), 131-147.
- Mudie, P., & Pirrie, A. (2006). *Services Marketing Management*. Elsevier.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111.
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.
- Seth, N., Deshmukh, S. G., & Vrat, P. (2005). Service quality models: a review. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9), 913-949.
- Tsitskari, E., Tsiotra, G., & Tsiotras, D. (2006). Measuring service quality in sport services. *Total Quality Management & Business Excellence*, 17(5), 623-631.
- Yin, R. K. (2012). *Case study methods*.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing*

customer perceptions and expectations. Simon and Schuster.

Apéndices

Apéndice A.

Cuestionario en formulario Google



CUESTIONARIO DE SERVICIOS SPINNING CENTER GYM NEIVA

La presente encuesta tiene por objetivo conocer su satisfacción sobre los servicios recibidos por el GIMNASIO SPINNING CENTER GYM a través de la metodología de SERVQUAL. Responda a este cuestionario de manera sincera, evaluando cada pregunta en una escala del 1 al 5. (La información es confidencial y será utilizada únicamente para fines estadísticos)

1 Muy insatisfecho
2 Insatisfecho
3 Indiferente
4 Satisfecho
5 Muy Satisfecho

rinconguio@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

Sin título

Nombre *

Tu respuesta

Rango de edad

14 años a 18 años

18 años a 25 años

26 años a 40 años

41 años a 60 años

mayor de 60 años

Se siente satisfecho con la atención brindada en Spinning Center Gym? *

- 1 Muy insatisfecho
- 2 Insatisfecho
- 3 Indiferente
- 4 Satisfecho
- 5 Muy Satisfecho

Las modalidades y tipos de clases grupales como (spinning, aeróbicos, kick boxing, rumba, funcional) cumple con sus expectativas? si o no *

Tu respuesta _____

El personal siempre está atento a sus necesidades? *

- Si
- No

EL Gimnasio cuenta con los horarios de servicio de acuerdo a sus necesidades? *

- SI
- NO

Cuando necesita ayuda para el direccionamiento de los ejercicios acude al personal? *

- SI
- NO

Se siente seguro con el plan de entrenamiento asignado por el entrenador? *

- SI
- NO

Que tan satisfecho se siente con la limpieza y aseo de las instalaciones? *

- 1 Muy insatisfecho
- 2 Insatisfecho
- 3 Indiferente
- 4 Satisfecho
- 5 Muy satisfecho

Se siente seguro en dejar sus pertenencias en los locker? *

- Si
- No

Confias en el profesionalismo con que se desarrolla las actividades por los empleados del gimnasio? *

- Si
- No

Los servicios prestados por el gimnasio cumple con sus expectativas? *

- Si
- No

Durante el tiempo que permanece en las instalaciones del gimnasio recibe un servicio de calidad? *

Tu respuesta _____

Si requiere de alguna maquina o implemento en especial le ayudan a conseguirlo? *

- Si
- No

Cuando el gimnasio promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple? *

- Si
- No

Cuando se presenta un problema el personal muestra interés en solucionarlo? *

- Si
 No

El personal del ingreso, (recepción) se muestra amable para servir y atender sus inquietudes? *

- Si
 No

Los distintos servicios que presta el gimnasio son presentados correctamente desde la primera vez? *

- Si
 No

El gimnasio cuenta con equipos de apariencia moderna? *

- Si
 No

Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas? *

- Si
 No

Considera que los equipos del gimnasio están bien distribuidos? *

Tu respuesta _____

La aplicación de entrenamiento es fácil de manejar?

- Si
 No

Las instalaciones del gimnasio son cómodas y favorables? *

- SI
 NO

En una escala de 1 a 5 cómo calificaría el servicio general de Spinning center Gym Neiva?

- 1 (Muy malo)
- 2 (Malo)
- 3 (Bueno)
- 4 (Muy bueno)
- 5 (Excelente)

Enviarme una copia de mis respuestas

Enviar

Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.



reCAPTCHA

[Privacidad](#)[Términos y condiciones](#)

El formulario se creó en CORPORACION UNIVERSITARIA DEL HUILA - CORHUILA. [Denunciar abuso](#)

Google Formularios