



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:**

**TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**PROPUESTA DE ACCIONES PARA MEJORAR EL SERVICIO QUE  
BRINDA EL GIMNASIO RED GYM 2017**

**Autor: Rubén Norberto Perero Calle**

**Tutora: PhD. Roxana Chiquito Çhilán**

**Guayaquil, Ecuador**

**2017**

## **DEDICATORIA**

La realización de este proyecto de tesis está dedicada principalmente a Dios, mi familia, maestros, amigos del gimnasio y tutora, por su apoyo incondicional durante todo el periodo de mi carrera, para la finalización de una de las etapas más importante en mi vida.

Le doy gracias a Dios por darme la fortaleza, y capacidad necesaria para terminar este proyecto de tesis, ya que, está demostrado que una persona siendo perseverante, dedicado podrá cumplir sus propios objetivos, superar sus expectativas y motivándose a ser mejor.

Rubén Norberto Perero Calle

## **AGRADECIMIENTO**

Primero agradezco a Dios por guiarme siempre por el buen camino, por darme voluntad, fuerza y capacidad. A mis Padres por educarme, apoyarme en cada decisión de mi vida y ser un sustento fundamental para la culminación de mi proyecto.

Quiero agradecer a todos los maestros que me han apoyado y mejorar mi formación académica en cual gran parte de mi conocimiento fue gracias a las enseñanzas de los docentes en las clases sus métodos me han ayudado a crecer como profesional, por demostrar que aparte de ser docente, puede ser un gran amigo o amiga, gracias por brindarme su amistad y confianza.

También quiero agradecer por asignar mi tutora Ing. Roxana Chiquito Chilán por su apoyo, su paciencia y por enseñarme sus conocimientos para la realización de este proyecto.

Y finalmente agradezco a las amistades que he formado dentro del gimnasio en el cual me ha ayudado y aconsejado tanto en mi proyecto de tesis y situaciones personal, a ser una persona de bien con principios y fundamentos. Motivando a ser cada día mejor dar un máximo rendimiento a no darme por vencido.

Rubén Norberto Perero Calle



## **CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DE LA TUTORA**

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: “Propuesta de acciones para mejorar el servicio que brinda el gimnasio RED GYM 2017”, y problema de investigación: ¿Cómo influye el servicio que brinda actualmente el gimnasio RED GYM en la satisfacción de los clientes y a los ingresos obtenidos por el año 2017? presentado por Rubén Norberto Perero Calle como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

### **TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Rubén Norberto Perero Calle

Tutora:

PhD. Roxana Chiquito Chilán

## **CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, Rubén Norberto Perero Calle en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de acciones para mejorar el servicio que brinda el gimnasio RED GYM 2017, de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Rubén Norberto Perero Calle

Nombre y Apellidos del Autor

\_\_\_\_\_

Firma

No. de cedula: 0942586843

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT**

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

---

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

---

Firma



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TESIS VR FINAL RUBEN PERERO.docx (D32684344)  
**Submitted:** 11/21/2017 12:37:00 AM  
**Submitted By:** a\_fi94@hotmail.com  
**Significance:** 12 %

### Sources included in the report:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1286/1/TESIS%20OLIMPO%20GYM.pdf>  
<https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/11/25/TESIS.pdf>  
[https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2015/07/21/TESIS\\_FINAL\\_GEOCONDA\\_SAN\\_LUCAS\\_D7-D8.pdf](https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2015/07/21/TESIS_FINAL_GEOCONDA_SAN_LUCAS_D7-D8.pdf)  
<https://www.aiteco.com/proceso-atencion-al-cliente-fases-comportamientos/>  
[https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/12/06/TESIS\\_JESSICA\\_MEDINA\\_LEON.pdf](https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/12/06/TESIS_JESSICA_MEDINA_LEON.pdf)  
<http://www.eluniversal.com/aniversario/a-cuidarse/120507/de-la-antigua-grecia-al-gimnasio-moderno>  
<https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2015/12/03/tesis-servilimpieaprobada.pdf>

### Instances where selected sources appear:

36



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y  
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“Propuesta de acciones para mejorar el servicio que brinda el gimnasio  
RED GYM 2017”**

**Autor:** Rubén Norberto Perero Calle

**Tutora:** PhD. Roxana Chiquito Çhilán

**Resumen**

Este proyecto tiene como eje mejorar la calidad del servicio y satisfacción en los clientes, lo cual aumentara la captación de los mismos, mejorando los ingresos del gimnasio y a su vez su servicio.

En este proyecto se presenta una propuesta de mejora para crear un correcto funcionamiento del gimnasio, mejorando las instalaciones, seguridad, marketing durante el periodo 2017 en la ciudad de Guayaquil.

En el capítulo 1, se realiza una descripción general del problema cuales son las causas, que se va a resolver, las variables, objetivos y justificación del proyecto.



En el capítulo 2, se en centra la fundamentación teórica, antecedentes, referenciales, tipos de servicios, tipos de clientes, satisfacción del cliente, la fundamentación legal y las variables de la investigación.

En el capítulo 3, se define los tipos de metodología y el tipo de investigación a realizar, se realiza una presentación general del gimnasio, su historia, su infraestructura, se define la población, muestra, la encuesta a efectuar y el diagrama causa y efecto.

En el capítulo 4, se presenta los análisis de los resultados, se realiza objetivo del plan de mejora y el plan de acción estratégica a realizarse.

Finalmente se presentan las conclusiones del proyecto y sus recomendaciones.





**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y  
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“Propuesta de acciones para mejorar el servicio que brinda el gimnasio  
RED GYM 2017”**

**Autor:** Rubén Norberto Perero Calle

**Tutora:** PhD. Roxana Chiquito Çhilán

## Abstract

This project has as axis improve the quality of the service and satisfaction in the clients, which was increasing the capture of the same ones, improving the income of the gymnasium and in turn his service.

In this project one presents an offer of improvement to create a correct functioning of the gymnasium, improving the facilities, safety, marketing during the period 2017 in the city of Guayaquil.

In the chapter 1, a general description of the problem is realized which are the reasons, which are going to be solved, the variables, aims and justification of the project.

In the chapter 2, in it center's the theoretical foundation, precedents, referential, types of services, types of clients, satisfaction of the client, the legal foundation and the variables of the investigation.

In the chapter 3, there is defined the types of methodology and the type of investigation to realizing, there is realized a general presentation of the gymnasium, his history, his infrastructure, there is defined the population, sample, the survey to effecting and the graph causes and effect.

In the chapter 4, one presents the analyses of the results, there is realized aim of the plan of improvement and the plan of strategic action to realize.

Finally, they present the conclusions of the project and his recommendations.



# INDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Paginas:</b>
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la aceptación de la tutora.....	iv
Resumen.....	viii
Abstract.....	x
Indice General.....	xii

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA

1. Planteamiento del problema.....	1
1.1 Ubicación del problema en un contexto.....	1
1.2 Situación conflicto.....	3
1.3 Delimitación del problema.....	4
1.4 Formulación del problema.....	4
1.5 Variables de investigación.....	4
1.6 Objetivos.....	4
1.6.1 Objetivos generales.....	4
1.6.2Objetivos específicos.....	5
1.7 Justificación e importancia.....	5

## CAPITULO II

### MARCO TEORICO

2. Fundamentación teórica.....	7
2.1 Antecedentes históricos.....	7
2.2 Antecedentes referencial.....	12
2.3 Fundamentación legal.....	15
2.4 Variables de la investigación.....	17

2.4.1 Variable independiente.....	17
2.4.2 Variable dependiente.....	18
2.5 Glosario.....	19

### **CAPITULO III**

#### **METODOLOGIA**

3. Presentación de la Empresa.....	23
3.1 Misión.....	23
3.2 Visión.....	24
3.3 Organigrama.....	24
3.4 Tipos de investigación.....	32
3.4.1 Metodología.....	32
3.4.2 Descriptiva.....	32
3.4.3 Explicativa.....	32
3.4.4 Correlacional.....	33
3.5 Técnica.....	33
3.5.1 Observación.....	33
3.5.2 Causa/ Efecto.....	33
3.5.3 Encuesta.....	36
3.6 Población.....	36
3.7 Muestra.....	36
3.8 Resultado de Aplicación en la encuesta.....	36

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4. Análisis de los resultados.....	43
5. Plan de mejora.....	44
6. Objetivo general del plan de mejora.....	44
7. Conclusiones .....	48
8. Recomendaciones.....	49
<b>Bibliografía</b> .....	50
<b>Anexos</b> .....	52

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO**

El servicio al cliente es un conjunto de acciones llevando a cabo y diseñados por parte de la empresa vendedora, cuyo fin es obtener la satisfacción del cliente. Es necesario que el vendedor tenga conocimiento del producto a vender (precio, calidad) dándole una seguridad total al cliente de tal manera que quiera consumir o adquirir el producto o servicio brindado y darle asesoramiento necesario para dicho producto. Además, debe tener un trato adecuado (educación, trato correcto, obtención de un producto a tiempo, calidad en el mismo, etc.) que permitan obtener los resultados deseados. Gómez, (2009).

En la actualidad las empresas no solo se enfocan en el producto o servicio al cliente, sino en un servicio que mantenga la fidelidad con el cliente con la finalidad de obtener más ingresos a la empresa. Hoy en día las empresas capacitan su personal para mejorar el servicio y aceptación del cliente. Las empresas que dispongan de salas de esperas para los clientes deben ser confortables que disponga de folletos, revistas, video corporativos, hilo musical) para que estén en un ambiente agradable a la hora de la espera.

Los problemas se dan a partir de una mala atención hacia el cliente, hace que afecten los ingresos de la empresa una decaída de las ventas o servicio que se ofrezca. Por eso toda empresa se enfoca en la atención que se le da al cliente y fidelidad para obtener mayores beneficios a la empresa.

Las empresas relacionadas a la actividad deportiva (gimnasio) tratan de fidelizar a los clientes para aumentar sus ingresos con el aumento en número de clientes, haciendo que el cliente recomiende el servicio

recibido en dicho establecimiento, muchas de estas empresas han optado por instalar sistemas que permitan grabar una ficha individualizada el rendimiento del usuario, a base de recordarle sus progresos, se le anima que continúe yendo al gimnasio.

En el gym el entrenador debe dar una buena impresión y motivar a los clientes constantemente a no desistir en conseguir su objetivo en dedicación y esfuerzo, ya que un cliente motivado querrá entrenar constantemente.

Algunos gimnasios amplían su catálogo de servicios, implementando varios tipos de rutinas como: zumba, box, karate, defensa personal, pole dance, etc. Para obtener mayor ingreso a través de la captación y buen trato al cliente, buscando ser diferente a los demás gimnasios.

Las características que debe tener un gimnasio, para ofrecer un servicio de calidad:

- Horarios flexibles: la posibilidad de tomar la clase en cualquiera de los horarios establecidos.
- Clases ilimitadas: que el alumno pueda tomar el número de clases que quiera durante el mes, habiendo pagado su mensualidad.
- Rotación de instructores para evitar la monotonía y aumentar el entusiasmo de los clientes.
- Establecer un plan semanal de rutina. Trabajar diferentes partes del cuerpo con accesorios y equipos diferentes durante toda la semana, esto hace más efectivas las clases.
- Equipo y espacio suficiente, permitiendo que los alumnos desarrollen de manera adecuada su disciplina.
- Instalaciones adecuadas (pisos de duela o superficie plana, espejos, ventilación).



- Puntualidad: para evitar lesiones por falta de calentamiento o pérdida de tiempo del usuario.
- Instructores calificados: profesores con certificado de estudio y con experiencia en impartir clases.
- Atención personalizada, de manera que el instructor atienda a las necesidades específicas del cliente, al mismo tiempo que supervise que los ejercicios se hagan bien.
- Higiene y limpieza.

## **1.2 SITUACIÓN CONFLICTO**

RED GYM, gimnasio ubicado en el Sur de Guayaquil, Dr. Gabriel García Moreno, tiene problemas como falta de recurso monetario, limitación del personal, diversos tipos de clientes, gran número de clientes inactivo además es necesario algunos arreglos en la infraestructura como cambio de piso, pintura del establecimiento y existe falencias de implementos de aseo en los baños.

Los clientes dejan de asistir al gimnasio por diversas razones como falta de tiempo, escasa motivación, no evidencian progresos en sus entrenamientos, algunos clientes consideran muy exigente el tipo de entrenamiento que se asigna, clientes no cumplen con los pagos mensuales por cuestiones laborales, familiares o falta de dinero, entre otros.

El costo para diario para los hombres es de \$1.50 y para las mujeres \$ 1.25 la mensualidad es de \$25.00. Se le da diferentes tipos de rutina de ejercicios para personas con problemas de salud, también sobre un costo adicional de clases de anaeróbicos, bailo terapia.

Hay una gran cantidad de competencia en el sector en el cual algunos no son tan factibles para aumentar el crecimiento muscular, pero tiene mayor

espacio para realizar ejercicios y cantidad de máquinas para los clientes.  
Falta de reglamentos en el gimnasio para los clientes.

### **1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Campo: Administración de empresa

Área: Servicio al cliente

Aspecto: Ingresos

Periodo: 2016

### **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo influye el proceso de servicio al cliente que brinda actualmente el gimnasio RED GYM en la satisfacción de los clientes y en los ingresos obtenidos en el año 2016?

### **1.5 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN**

#### **VARIABLE INDEPENDIENTE:**

Proceso actual del servicio al cliente

#### **VARIABLE DEPENDIENTE:**

Satisfacción al cliente

Ingresos

### **1.6 OBJETIVOS**

#### **1.6.1 OBJETIVO GENERAL**

Proponer un plan de acciones para mejorar el servicio al cliente que brinda la empresa RED GYM en Guayaquil, sur, Dr. Gabriel García Moreno, durante el periodo 2017.

## **1.6.2 OBJETIVO ESPECIFICO**

- Fundamentar los aspectos teóricos sobre el servicio actual y satisfacción del cliente en el gimnasio RED GYM.
- Diagnosticar el proceso actual del servicio que brinda la empresa RED GYM evaluando la incidencia de este sobre la satisfacción del cliente en el periodo 2017.
- Proponer las acciones de mejora que contribuyan para el proceso de servicio que constituyen a incrementar la satisfacción en los clientes.

## **1.7 JUSTIFICACIÓN**

El trabajo es justifica ya que permitirá incrementar la satisfacción de los clientes en el RED GYM, además permitirá proponer mejora en las actividades del gimnasio esto incide en la captación de nuevos clientes y por ende el incremento de los ingresos.

Con la mejora del servicio los principales beneficiados serán los clientes, esto ayudara a fidelizarlos, para que lo puedan recomendar los servicios del gimnasio a sus allegados, amigos, familiares, etc.

Los entrenadores también se beneficiarán con la captación de clientes, ya que, al tener mayores ingresos, su situación económica mejorara notablemente, por eso es necesario que este brinde un buen servicio.

Mejorando su calidad de funcionamiento, renovando las máquinas, aumento de pesas olímpicas, mancuernas, barras. Ya que, en algunos gimnasios del sector, las pesas no son lo suficientemente bueno para ayudar a tonificar el cuerpo y aumento de volumen, también la poca atención que se le da al cliente. La mayoría de los clientes socializa y no entrena, por ese motivo el gimnasio trata de mantener al cliente activo, motivado, ocupado en el entrenamiento sin distracciones y con música que los motive a dar un mejor rendimiento.

El presente trabajo tiene una implicación práctica que aportara a la solución del servicio actual que brinda el gimnasio para lograr mayor satisfacción de los clientes, en las que trata de resolver problemas actuales que está teniendo este en el uso correcto funcionamiento de las máquinas y uso correcto de las pesas, técnicas, control de las dietas, nivel de seguridad, renovación del establecimiento. Además, podrá ser un referente para estudios similares.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

##### **2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

Según Zeithami, Bitner, & Gremler, (2009) definen: “Los servicios como actos, procesos y desempeños proporcionados o coproducidos por una entidad o persona para otra entidad o persona.

La satisfacción es un juicio de que una característica del producto o servicio, o el producto o servicio en sí, proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo.” (p. 4)

El servicio al cliente es el servicio proporcionado en apoyo de los productos centrales de una compañía. La satisfacción se puede decir que es la evaluación del cliente de un producto o servicio en función de si ese producto o servicio ha cumplido las expectativas y necesidades del cliente de una manera satisfactoria.

Los servicios como productos representan una amplia gama de ofertas de productos intangibles que los clientes valoran y por las que pagan en el mercado.

Según Ildelfonso Grande Esteban (2005) la calidad desde el punto de vista del usuario reconoce que los consumidores tienen diferentes necesidades y deseos, Pero algunos de los consumidores no están de acuerdo con la calidad que ofrecen las empresas, es necesario saber distinguir algunas perspectivas de calidad.

La calidad física depende de los productos físicos, aparatos y demás elementos tangibles, como ordenadores, decoración, ambiente, mobiliario, etc. Adquiere una dimensión mensurable del entorno donde se prestan los servicios.

La calidad técnica se refiere, estrictamente, al servicio que recibe el cliente.

La calidad funcional, consiste en cómo obtener el servicio del consumidor. Como es recibido el cliente, como se le pide información, en qué medida se trata de atender sus necesidades.

En la actualidad los centros deportivos (gimnasio), tiene una alta competitividad en el servicio, ya que el cliente cada vez es más exigente a dicho servicio con tal de recibir los beneficios por el servicio adquirido. Todos los GYM'S pueden decidir unos precios bajos, para captación de clientes, pero solo aquella que sea líder en costes los podrá mantener en el tiempo sin poner en peligro la existencia misma de la empresa.

Algunos costes bajos pueden contribuir a un mejor aprovechamiento como:

Los recursos materiales

Los recursos humanos

Los suministros energéticos

## **SERVICIO DE GYM**

Según Mata, (2012) En la prehistoria, el entrenamiento no existía como se entiende actualmente. El hombre se ejercitaba sin proponérselo al caminar por largas jornadas o en sus actividades diarias de supervivencia.

Para ganar fama, prestigio y posición en la sociedad, la competencia trajo consigo el valor del triunfo y con el triunfo el honor, con los Juegos Olímpicos como plataforma fundamental. Estos eventos, que se realizaban cada cuatro años en Olimpia, convocaban a lo más granado.

En Roma también se convierte en un método adecuado para mejorar el aspecto del cuerpo y la salud. Para conseguir el cuerpo ideal, musculoso y fibroso, el deporte era casi la única opción. Lo mismo ocurría con los

gladiadores o los soldados que formaban parte de los gigantescos ejércitos. Poco a poco la relación ejercicio salud se hizo indisoluble.

En los tiempos modernos, los alemanes fueron los precursores y primeros tratadistas sobre la educación física y los deportes. En Estados Unidos el boom de los gimnasios tuvo su origen en las instituciones educativas y católicas, de donde surgiría el Young Men's Christian Association (YMCA, Boston, en 1851). Pero antes, la Universidad de Harvard, en 1820, inauguró una instalación para entrenarse con aparatos y máquinas.

A partir del siglo XX el concepto de servicios prestados por gimnasio fue evolucionando hasta llegar a lo que actualmente conocemos, instalaciones con máquinas, accesorios y rutinas guiadas cada vez más innovadoras, que apuntan al entrenamiento cardiovascular, de fuerza y resistencia, balance corporal, armonía y elasticidad.

Hoy en la actualidad los gimnasios cuentan con diferentes tipos de máquinas que ayudan el mejoramiento físico de la persona y trata al cliente de motivar en su proceso de mejoramiento físico con un nuevo sistema en el cual el cliente puede ser su progreso físico en el gimnasio, también en muchos gimnasios trata de fidelizar y ayudar a personas con problemas de salud que no se sientan inferiores a los demás por su problema de salud o discapacidad. En el presente muchos actores de televisión, películas asisten a diferentes gimnasios para mantener en forma su estado físico.

### **Tipos de ejercicios**

Ejercicios aeróbicos: son aquellos que se trabajan sin insuficiencia de oxígeno, los ejercicios aeróbicos se convierten en anaeróbicos debido a la intensidad del ejercicio de acuerdo al tiempo del ejercicio y repeticiones.

Ejercicios anaeróbicos: son aquellos que se trabajan con insuficiencia de oxígeno.

## **Tipos de rutinas para definir y aumentar la masa muscular**

### **Rutina de definición**

El objetivo de la rutina de definición es perder grasa y mantener músculo. Una rutina de definición no debe contemplarse sin complementarlo con una buena dieta para este fin. Ésta consistiría en comer varias veces al día y elegir alimentos de alto valor nutricional.

La mayoría de los clientes piensan que una rutina de definición consiste en realizar muchas series con bajo peso y muchas repeticiones, pero no es del todo así. Realizar un entrenamiento adecuado teniendo en cuenta el número de repeticiones, las series de tiempo que realiza, el peso escogido y los tiempos de descanso del entrenamiento.

El principio es hacer un entrenamiento activo basado en series de alta intensidad y reducir el tiempo de descanso entre una y otra. Además, para que sea más efectivo, debe complementarse con un entrenamiento aeróbico en sesiones de 30 ó 40 minutos al menos tres días por semana.

### **Rutina para aumentar volumen**

El objetivo de la rutina de entrenamiento de volumen es aumentar el tamaño de los músculos y ganar fuerza. Los resultados se obtienen si trabajamos la hipertrofia muscular, pero no lo conseguiremos si no lo acompañamos de la dieta adecuada. En este caso, debemos seguir una dieta alta en carbohidratos y proteínas.

A la hora de seguir una rutina para ganar volumen, es importante tener un descanso adecuado entre las series. Un entrenamiento basado en demasiadas series o que carezca del descanso adecuado puede llevarnos al punto opuesto: la pérdida de masa muscular.



## **Aspectos a entrenar en las rutinas de entrenamiento**

### **Resistencia**

Para ganar mayor resistencia muscular debemos realizar en torno a unas 3-4 series con peso ligero, entre 0,5 y 0,7 RM (RM es el peso máximo a levantar en cada ejercicio), una media de repeticiones de entre 12 y 20 y dejar descansos entre cada serie de unos 30 segundos.

### **Hipertrofia**

La hipertrofia muscular cuando llevemos a cabo 3 o 4 series en donde soportemos una carga de entre 0,7 y 0,8 RM y realicemos de 8 a 12 repeticiones, dejando de descanso periodos de entre 30 y 90 segundos entre cada serie. Para lograr ésta, también es necesario cuidar muy bien el descanso y la alimentación si no queremos que el sobre entrenamiento nos pueda provocar problemas de catabolismo o anabolismo muscular.

### **Fuerza máxima**

La fuerza máxima se da Cuando debemos seguir unas rutinas que incluyan una carga pesada de en torno a unos 0,8 a 1 RM a través de la repetición de entre 1 y 6 series y con tiempos de descanso entre cada una de ellas de unos 2 minutos a 4 minutos. Benítez Andrade, (2013)

Estos tres tipos de entrenamiento tienen unas claras diferencias y nos permitirán, al entrenar cada uno de ellos, ejercitar distintas fibras musculares.

Si entrenamos la resistencia estaremos haciendo trabajar nuestras fibras musculares de contracción lenta o de tipo I (rojas u oxidativas) que son aquellas que poseen un alto contenido en hemoglobina, muy habituales en los músculos encargados de realizar actividades de fondo, con baja tensión, pero mucha continuidad.

En cambio, si queremos ejercitar la fuerza o la hipertrofia, estaremos haciendo trabajar a nuestras fibras musculares de contracción rápida de

tipo II (blancas o glucolíticas), que son aquellas necesarias para desarrollar grandes fuerzas, ya que son potentes, aunque de rápida fatiga, por lo que son las más idóneas para los deportistas que necesitan realizar actividades de gran velocidad, pero de corta duración.

Si tiene una alimentación equilibrada, mantener un completo descanso y seguir estas rutinas, conseguirá aumentar la hipertrofia, fuerza o resistencia en función del objetivo de entrenamiento.

## **2.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES**

Según López, (2014) el servicio al cliente ha evolucionado a lo largo de estas últimas décadas ya que esta evolución depende de los avances tecnológicos que nos facilitan o cambian la manera de comunicarnos.

Según Galdos LLorente, (2015) “Plan de mejora para el servicio de atención al cliente a través del American Call Center” Tesis de grado realizada en el año 2015 cuyo trabajo define los servicios como actividades que ofrecemos a la venta o renta, siendo intangible y nos dan como resultado propiedad de algo.

Según Abad Acosta, (2014) “Análisis de calidad servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil” Tesis de grado realizada en el año 2014 cuyo objetivo señala que servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o del servicio básico como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.

Según Villegas de la Cuadra, (2015) “Propuesta de mejoras del servicio al cliente de la empresa SERVILIMPIE S.A” Tesis de grado realizada en el año 2015 el servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente, incluyendo una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan para el estado o para empresas particulares.

Existen diversas clasificaciones de servicios en la presente investigación se adjunta la siguiente:

### **Tipos de Servicio**

Servicios individuales / colectivos: se refiere a aquellos servicios que se prestan en forma individual (una sola persona o cosa), el servicio colectivo que son prestado de forma grupal (varias personas o entidades).

### **Servicios estandarizados / personalizados:**

Los servicios estándares son prestados de la misma forma a todos los consumidores, permitiendo poca o ninguna variación en las especificaciones del servicio. Los servicios personalizados son prestados de acuerdo a los requerimientos específicos del cliente, siendo por lo tanto mucho más flexibles que los estandarizados.

### **Servicio de mano de obra intensiva / de capital intensivo:**

Se refieren a la proporción en la utilización de mano de obra respecto a la necesidad de capital.

**Servicios profesionales:** Al ser prestaciones de bajo volumen por lo general con alta interacción proveedor- cliente y requiere alta performance, las ganancias pueden provenir de establecer precios más altos.

### **Cliente**

Según Kloter, (2003) El cliente sea considerado como algo muy básico por la gran mayoría de mercadólogos y empresarios. Sin embargo, si tenemos en cuenta que el cliente es "aquel" por quién se planifican, implementan y controlan todas las actividades de las empresas u organizaciones. (P. 8)

El cliente es el comprador potencial o real de los productos o servicios.

## **Tipos de Clientes**

**Cliente Interno:** Son aquellos que forman parte de la organización a través del cambio laboral.

**Cliente Externo:** Son las personas que acuden a la empresa por su servicio o producto con el fin de obtener un servicio de calidad y satisfacción.

## **Satisfacción del cliente**

Según Atupaña Malan, (2016)“Propuesta de un plan de acción para la formación del personal en el "Minimarket DF" en el comportamiento de las ventas y de la satisfacción de los clientes en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2016” Tesis de grado realizada en el año 2016 define la satisfacción es una técnica usada con frecuencia y de suma importancia para toda organización “se considera que la satisfacción es utilizada en el marketing con mucha frecuencia, la satisfacción al cliente es superar las expectativas del mismo. En esta teoría se toma en cuenta a la hora de elegir un servicio y que satisfaga sus necesidades.

Según Geoconda Vanessa, (2014)” Mejora en la satisfaccion de los pacientes en el servicio de consulta externa del hospital cantonal daule “Dr.Vicente Pino Moran” Perdiado 2014” Tesis de grado realizada en el año 2014 deterimina que la satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y servicio ofrecido por la empresa, desarrollando formas para medir la satisfacción del cliente y fomentando acciones que den respuesta inmediata a las insatisfacciones.

Según Cevallos Ortega, (2011)” Tesis de grado realizada en el año 2011 la satisfacción del cliente en el gimnasio, en proporcionar un servicio confiable al contar con un personal especializado en el acondicionamiento físico, la percepción de calidad y excelencia en la prestación de los distintos servicios, aceptar sus sugerencias para ajustar los servicios y requerimientos.

La satisfacción del cliente se da según el desempeño del servicio de la empresa que está ofreciendo al cliente, en el cual el cliente percibe la atención que se le está dando al momento de adquirir un servicio o producto y cumple con sus expectativas.

**Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio no alcanza las expectativas del cliente.

**Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción al cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa.

## **2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### **LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

Según la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor define en su artículo 4.- señalando que los Derechos del Consumidor son los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar.
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios,

especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;

6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

En su artículo. 5 establecen obligaciones del Consumidor en los cuales: “Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios, Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido, Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y, Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse”.

En su artículo 17.- determinan” Obligaciones del Proveedor. - Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable”.

En su artículo. 18.indica la Entrega del Bien o Prestación del Servicio” Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento”.

En su artículo. 92 establecen Regulación de actividades deportivas. Entre las actividades que el Estado Ecuatoriano se compone están:

- a) Planificar y promover la igualdad de oportunidades a toda la población sin distinción de edad, género, capacidades diferentes, condición socio económica o intercultural a la práctica cotidiana y regular de actividades recreativas y deportivas;
- b) Impulsar programas para actividades recreativas deportivas para un sano esparcimiento, convivencia familiar, integración social, así como para recuperar valores culturales deportivos, ancestrales, interculturales y tradicionales;
- c) Fomentar programas con actividades de deporte, educación física y recreación desde edades tempranas hasta el adulto mayor y grupos vulnerables en general para fortalecer el nivel de salud, mejorar y elevar su rendimiento físico y sensorial;
- d) Garantizar, promover y fomentar en la Administración Pública, la práctica de actividades deportivas, físicas y recreativas; y,
- e) Garantizar y promover el uso de parques, plazas y demás espacios públicos para la práctica de las actividades deportivas, físicas y recreativas.

## **2.4 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.4.1 VARIABLE INDEPENDIENTE: Proceso actual del servicio al cliente**

El proceso actual de atención al cliente se define como el conjunto de actividades relacionadas entre si que permitan responder satisfactoriamente a las necesidades del cliente. (Interactive, 2016)

El proceso del servicio se da de la siguiente manera:

Iniciar contacto con el cliente al momento de ofrecer el servicio en la instalación del gimnasio.

Se le brinda la información necesaria al cliente, horarios de atención, tipos de ejercicios, manteniendo un orden y limpieza en las áreas.

Dar un tipo de rutina que cumpla con sus expectativas, motivándolo al entrenar para que el cliente se sienta de modo satisfactorio al terminar de ejercitarse, recomendarle tipos de rutinas, nutrición y proteínas que ayudan a obtener masa muscular y definición durante su proceso de cambio físico.

Y finalmente ver el resultado del entrenamiento para que el cliente se sienta orgulloso de estar en nuestras instalaciones, recomendando a sus amigos o familiares en adquirir el servicio que brindamos, para mejorar su aspecto físico.

#### **2.4.2 VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción del cliente, ingresos.**

La satisfacción al cliente es esencial para las empresas, no importa el rubro al que pertenezca. Tomando en cuenta el cliente plenamente satisfecho no solo compra una vez, no solo compra dos veces, compra toda la vida.

La satisfacción del cliente se da respecto al servicio que le brinda o producto que se oferta, cumpliendo con sus expectativas, comodidad o uso- el servicio que se brinda dentro del gimnasio ayudan al cliente que mejore su estado de salud, físico, emocional, haga nuevas amistades socializar no solo se enfoca en entrenar, tratando siempre de innovar nuevos tipos de rutinas, áreas como aeróbicos, kick boxing, pole dance, baile terapia, levantamiento de pesas.

Los ingresos como la satisfacción del cliente influyen demasiado dentro del gimnasio, la satisfacción del cliente se da cuando ve mejoría en su cambio físico, se encarga de difundir con su familia y amigos las grandes ventajas que tiene el gimnasio, entre mayor captación de clientes mayor ingresos en el cual puede renovar su infraestructura y mejora su calidad de servicio que brinde.



## **2.5 GLOSARIO**

**ACTIVIDAD FISICA:** Cualquier movimiento que contribuye al gasto energético total del ser humano. Cualquier movimiento que eleva el metabolismo por encima del de reposo. Este concepto incluye la recreación y la educación física. **DEPORTE DE ALTO RENDIMIENTO:** Es aquel que implica una práctica sistemática y de alta exigencia en la respectiva especialidad deportiva, comprendida desde la especialización deportiva hasta alcanzar el alto rendimiento, mediante procesos y programas sistematizados de entrenamiento.

**DEPORTE ADAPTADO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD:** Es toda actividad físico-deportiva, que es susceptible de aceptar modificaciones para posibilitar la participación de las personas con discapacidades físicas, mentales, visuales y auditivas.

**DEPORTE:** El Deporte es toda actividad física y mental caracterizada por una actitud lúcida y de afán competitivo de comprobación o desafío, dentro de disciplinas y normas preestablecidas constantes en los reglamentos de las organizaciones nacionales y/o internacionales correspondientes, orientadas a generar valores morales, cívicos y sociales y desarrollar fortalezas y habilidades susceptibles de potenciación.

**DEPORTISTA:** Mujer u hombre dotado de talento o de condiciones necesarias en los aspectos de habilidades técnicas, capacidades físicas, constitución física y cualidades psicológicas en una disciplina deportiva específica desde su etapa de iniciación con el objetivo de alcanzar los mejores resultados a nivel internacional.

**EDUCACION FISICA:** Es una disciplina que basa su accionar en la enseñanza y perfeccionamiento de movimientos corporales. Busca formar de una manera integral y armónica al ser humano, estimulando positivamente sus capacidades físicas.

GYM: Abreviatura usada como jerga para hablar de establecimientos de formación corporal.

CROSSFIT: Es un tipo de entrenamiento de ejercicios funcionales, constantemente variados, ejecutados a alta intensidad. El también denominado cross-fitness es un programa de fuerza y acondicionamiento físico total, que se basa en el incremento de las diez capacidades físicas más reconocidas por los especialistas en el entrenamiento deportivo con pesas.

GIMNASIA: es un deporte en el que se ejecutan secuencias de ejercicios físicos que requieren fuerza, flexibilidad y agilidad.

GIMNASIO: es un lugar que permite practicar deportes o hacer ejercicio en un recinto cerrado. Se puede comenzar a practicar deportes a cualquier edad, ya que ayudan a la motricidad y movilidad de todo el cuerpo.

POLIDEPORTIVO: es un lugar que cuenta con varias instalaciones deportivas que permite realizar una gran variedad de deportes y ejercicios. Aunque no todos están dotados de las mismas instalaciones, es común que cuenten con:

- Pistas polideportivas exteriores y pabellones cubiertos para practicar:
- Baloncesto.
- Voleibol.
- Fútbol sala.
- Balonmano.
- Gimnasia.
- Piscina cubierta.
- Piscina descubierta.
- Pistas de atletismo.
- Pistas de pádel.

- Pistas de squash.
- Pistas de tenis.
- Salas de musculación (gimnasio).
- Salas de tonificación muscular.
- Salas de artes marciales y de defensa personal.
- Saunas.

**DIETA:** es la pauta que une el consumo habitual de alimentos. Etimológicamente la palabra «dieta» proviene del griego dayta, que significa „régimen de vida“. Se acepta como sinónimo de régimen alimenticio, que alude al „conjunto y cantidades de los alimentos o mezclas de alimentos que se consumen habitualmente“. También puede hacer referencia al régimen que, en determinadas circunstancias, realizan personas sanas, enfermas o convalecientes en el comer, beber y dormir. Popularmente, y en el caso de los humanos, la dieta se asocia erróneamente a la práctica de restringir la ingesta de comida para obtener sólo los nutrientes y la energía necesaria, y así conseguir o mantener cierto peso corporal.

**NUTRICIÓN:** es principalmente el aprovechamiento de los nutrientes, manteniendo el equilibrio homeostático del organismo a nivel molecular y macro-sistémico, y por tanto garantizando que todos los eventos fisiológicos se efectúen de manera correcta, logrando una salud adecuada y previniendo enfermedades. Los procesos macro sistémicos están relacionados a la absorción, digestión, metabolismo y eliminación. Los procesos moleculares o micro-sistémicos están relacionados al equilibrio de elementos como enzimas, vitaminas, minerales, aminoácidos, glucosa, transportadores químicos, mediadores bioquímicos, hormonas etc.

La nutrición también es la ciencia que estudia la relación que existe entre los alimentos y la salud, especialmente en la determinación de una dieta.

**OBESIDAD:** es una enfermedad crónica que puede ser causada por una multiplicidad de factores y que se caracteriza especialmente por la

acumulación excesiva de grasa o hipertrofia general del tejido adiposo en el cuerpo humano.

**COACHING PERSONAL:** trata de la clarificación de valores y visiones, así como del establecimiento de objetivos y nuevas acciones para que el individuo pueda llevar una vida más satisfactoria. El coach puede trabajar con una persona para desarrollar y mejorar todos los aspectos de su vida individual. En definitiva, se puede hacer Coaching de bienestar, de relaciones, de trabajo, de transición por cambio de trabajo, país o pareja, de calidad de vida para saber conciliar, Coaching espiritual para encontrar sentido.

**COACHING EJECUTIVO:** centra su trabajo en el desarrollo de habilidades que faciliten la obtención de resultados en el ámbito corporativo. En este caso, el enfoque apunta a entrenar la capacidad de liderazgo, comunicación, gestión del tiempo y los elementos personales que influyen directamente en los resultados económicos de la empresa. Es una metodología muy utilizada en los altos mandos a nivel internacional.

**COACHING ONTOLÓGICO:** se centra en el uso del lenguaje y cómo éste determina nuestros comportamientos y emociones. El coach ontológico, trabajará fundamentalmente centrado en la elaboración de significado verbal y mental del cliente.

**COACHING SISTÉMICO:** promueve en el cliente el desarrollo del talento individual, de sus competencias organizacionales y de ambientes de alto desempeño. Se hace énfasis a través de un enfoque de procesos, abriendo posibilidades para hacer distinciones entre lo que “mueve” a la persona: ideas, creencias, valores, prejuicios; identifica los entornos sociales en los que participa y los roles con los que se comunica.

**COMPETENCIA:** saber hacer en situaciones concretas que requieren la aplicación creativa, flexible y responsable de conocimientos, habilidades y actitudes.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA**

RED GYM, lleva presente en el mercado a partir del año 2000, se enfoca en el entrenamiento con pesas, en la disciplina de fisiculturismo, máquinas para cardio y aeróbicos. Es por este motivo que frecuentan hombres y mujeres que van desde los adolescentes hasta personas de tercera edad, este gimnasio no realiza promoción alguna desde hace 6 años el dueño del local manifiesta que no ha sido necesario, por ser pioneros en la zona mantiene un top de preferencia en el sector y la fidelidad con los clientes.

Empezó con dos personas, Alfredo Aldaz, María Guzmán Antonella, con pocas maquinas su horario de atención era de a partir de las 06:00 am-13:00pm y en la tarde 16:00pm-21:00pm antes el cobro del gimnasio era de \$2.00 hombres y \$1.50 mueres, con un propietario a medida que fue creciendo hubo otro accionista.

Implemento e hizo nuevos cambios en el gimnasio en el cual hubo mucha acogida, laboro hasta el año 2010, luego fue vendido totalmente al nuevo propietario en el cual incorporo nuevas máquinas, implemento una nueva estructuración, tuvo 3 trabajadores más Kevin Ramírez, Andrés Landinez, Juan Carlos Sabando, hasta la fecha de hoy.

##### **3.1 MISIÓN**

Mejorar la calidad de vida Motivar, educar e inspirar a nuestros asociados a vivir un estilo de vida saludable mediante programas personalizados de entrenamiento, relajación, nutrición y actividad física que mejore su salud a través de su filosofía del ejercicio, programas y productos y de inculcar en la vida de las personas de todo el puerto el valor de la salud y el ejercicio.

### 3.2 VISIÓN

Ser una empresa innovadora e integradora dentro del sector, formada por un equipo de profesionales cualificados y altamente motivados, que prestan un servicio orientado a las necesidades y expectativas de los abonados, contamos con modernas instalaciones, que contribuyen al desarrollo de hábitos deportivos saludables.

### 3.3 ORGANIGRAMA

El gimnasio RED GYM cuenta con poco personal en el cual los empleados emplean diferentes funciones, está compuesto por diferentes secciones de ejercicios para practicar las diferentes funciones del musculo (pierna, espalda, brazos, cardio, cintura, abdomen, pantorrilla), el área del gimnasio cuenta con una capacidad de 25 personas en máquinas y alrededor de 14 personas en la parte de aeróbicos con la respectiva asesoría del entrenador, además de los baños tiene una capacidad de 2 personas. En total tiene una capacidad de albergar a 41 usuarios realizando actividad al mismo tiempo.

### SERVICIO Y HORARIO DE ATENCIÓN

Cuenta con horarios flexibles para que sus usuarios puedan dedicarle tiempo a la actividad física antes o después de sus actividades diarias. Los horarios serán los siguientes:

DIAS	INICIA	TERMINA
Lunes a viernes por la mañana	07h00	12h00
Lunes a viernes por la tarde	15h00	22h00
Sábados	8h00	20h00
Días festivos	8h00	22h00

El horario de atención al público será desde las 07h00 – 12h00 por la mañana y en las tardes 15h00-22h00. Los clientes podrán establecer qué tipo de rutinas desean:

### **Aeróbicos en piso o en step**

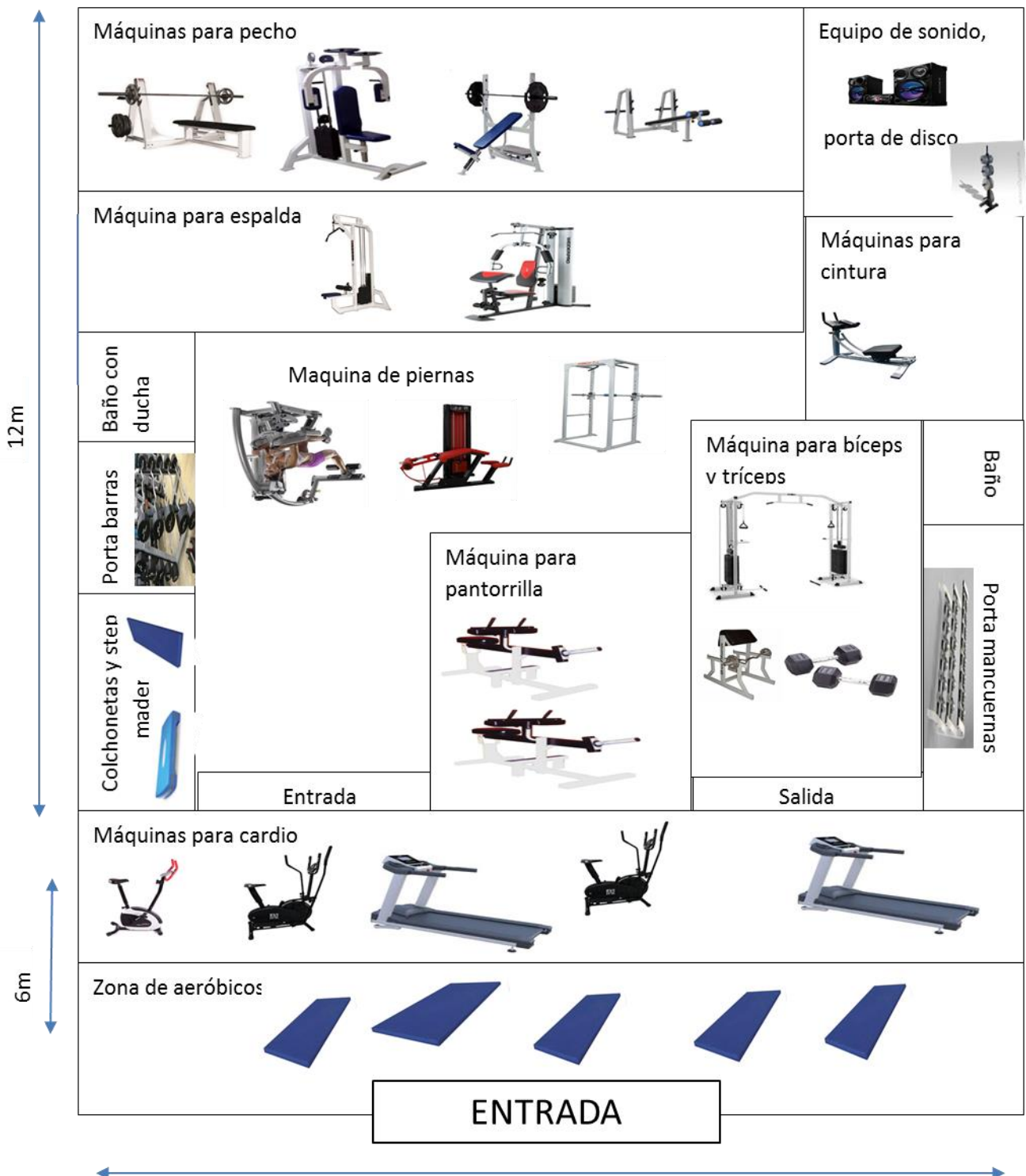
Clases de una hora de duración. El principal objetivo de esta rutina es la realización de ejercicios cardiovasculares.

### **Bailo-terapia**

Será impartida durante una hora. Consiste en la práctica que combina gimnasia aeróbica y pasos de salsa, merengue, mambo, bachata y electro-dance.

DISCIPLINA	DIAS	HORARIO
Aeróbicos	Lunes a viernes	07h00 – 08h30
		15h00 – 16h30
Bailo-terapia	Lunes a viernes	09h00 – 10h00
		11h00 – 12h00
Pesas y cardio	Lunes a viernes	07h00 – 12h00
		15h00 – 22h00

## Distribución del Gym















Elaborado: Rubén Perero

















## REQUERIMIENTO DE EQUIPOS

### EQUIPOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UTILIDAD
 Colchoneta	15	Sirve para realizar rutina de aeróbicos en piso.
 Step de madera	15	Permite flexionar las piernas al realizar aeróbicos.
 Extensión 200lbs	1	Maquina utilizada para fortaleces los músculos.
 Femoral acostado 150lbs	1	Se utiliza para fortalecer los glúteos
 Porta barras	1	Mantiene las barras en un lugar de forma organizada.
 Prensa atlética	2	Maquina utilizada para fortalecer los músculos de las piernas.

<p><b>Jaula de sentadillas</b></p> 	<p><b>1</b></p>	<p>Para realizar sentadillas fortaleciendo así las piernas y glúteos.</p>
<p><b>Pantorrillera sentada</b></p> 	<p><b>1</b></p>	<p>Permite ejercitar las pantorrillas estando sentado.</p>
<p><b>Polea alta 200lbs</b></p> 	<p><b>1</b></p>	<p>Para ejercitar los músculos de la espalda.</p>
<p><b>Banco de pecho plano</b></p> 	<p><b>2</b></p>	<p>Para ejercitar los pectorales estando acostado.</p>
<p><b>Banco de pecho inclinado</b></p> 	<p><b>1</b></p>	<p>Para ejercitar los músculos pectorales de manera inclinada.</p>
<p><b>Banco de pecho bajo</b></p> 	<p><b>1</b></p>	<p>Para ejercitar los pectorales de manera que quede brotado el pecho estando abajo.</p>

 <p><b>Predicador</b></p>	2	Para ejercitar los bíceps.
 <p><b>Portador de discos</b></p>	2	Para mantener de manera organizada los discos.
 <p><b>Portador de mancuernas</b></p>	2	Para organizar las mancuernas.
 <p><b>Barra olímpica 2.20 500lbs</b></p>	6	Junto con los discos son parte esencial para realizar rutina de ejercicios.
 <p><b>Barra olímpica romana</b></p>	2	Se utiliza para ejercitar los musculo tríceps y bíceps.
 <p><b>Barra olímpica Z</b></p>	3	Se utiliza para ejercitar los tríceps y bíceps.
 <p><b>650 libras en mancuernas</b></p>	550	Se utilizan para ejercitar varios músculos del cuerpo.
<p><b>2000 libras en discos</b></p>	1500	Indispensables para poder realizar el

		<p>entrenamiento de pesas.</p>
<p>Bicicleta spinning</p> 	<p>4</p>	<p>Indispensables para realizar entrenamiento cardiovascular.</p>
<p>Bicicleta elíptica</p> 	<p>4</p>	<p>Para realizar cardio de manera más intensa.</p>
<p>Caminadora body strong</p> 	<p>2</p>	<p>Para realizar entrenamiento cardio según los requerimientos del usuario.</p>
<p>Hombro sentado 170lbs</p> 	<p>1</p>	<p>Para ejercitar los músculos del hombro.</p>
<p>Glúteo vertical</p> 	<p>1</p>	<p>Para ejercitar los glúteos.</p>
<p>Polea gemela móvil 400lbs</p> 	<p>1</p>	<p>Maquina multiusos sirve para ejercitar tríceps, bíceps y espalda.</p>

<p>Peck deck + deltoides</p> 	1	Sirve para trabajar los músculos pectorales.
<p>Hammer de abdominales</p> 	1	Para trabajar la zona de los abdominales.
<p>Prensa hack</p> 	1	Para trabajar músculos de las piernas y glúteos de manera inclinada.
<p>Espejo</p> 	6	Están ubicados en las paredes del gimnasio.
<p>Piso antideslizante acústico 6 planchas</p> 	6	Protege el piso y evita el ruido al momento de soltar las pesas.
<p>Equipo de sonido</p> 	1	Para amenizar el ambiente deportivo.
<p>televisor</p> 	1	Para amenizar el ambiente deportivo y entretenimientos

### **3.4 TIPOS DE INVESTIGACION**

#### **3.4.1 METODOLOGIA**

La investigación del tema está basada específicamente a los tipos de investigación:

#### **3.4.2 DESCRIPTIVA**

Según Sampieri, (2014) “consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan.” (p. 92) tiene como objetivo medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

Este método detallará el servicio que brinda el gimnasio “RED GYM” para poder recopilar la información necesaria y exponer una propuesta real acorde al funcionamiento de este establecimiento con el fin de aumentar y mejorar el servicio para todos los clientes del gimnasio.

#### **3.4.3 EXPLICATIVA**

Según Sampieri, (2014) “van más allá descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables”. (p.83)

Tiene como objetivo responder las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. Se encuentra más estructurado que los demás alcances (de hecho, implica los propósitos de éstos); además de que proporciona un sentido de entendimiento del fenómeno a que hace referencia.

Esto aplicado en el gimnasio RED GYM tratara de buscar las falencias que tiene en dicho establecimiento, con la finalidad de mejorar la calidad del servicio y estructura del mismo.

#### **3.4.4 CORRELACIONAL**

Según Sampieri, (2014) "Es la asociación entre dos o más variables, en los estudios correlacionales primero se miden cada una de éstas, y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba". (p.97)

Tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular.

Este método se aplica mediante la encuesta establecida respecto al servicio que brinda RED GYM, midiendo la satisfacción del cliente en dicho establecimiento.

#### **3.5 TÉCNICA**

##### **3.5.1 Observación:**

En esta técnica será aplicada específicamente al funcionamiento del gimnasio. Su objetivo será conocer las debilidades y fortalezas del gimnasio.

##### **3.5.2 Causa/Efecto:**

El diagrama de causa y efecto representa la relación entre un efecto (problema) y todas las posibles causas que lo ocasionan. Es denominado diagrama de Ishikawa o diagrama de espina de pescado por ser parecido con el esqueleto de un pescado. Se utiliza para clarificar las causas de un problema.

A todos los clientes se les informa sobre el costo diario y la mensualidad del gimnasio. El costo para diario para los hombres es de \$1.50 y para las mujeres \$1.25 la mensualidad del gimnasio es de \$25.00 para ambos. Se

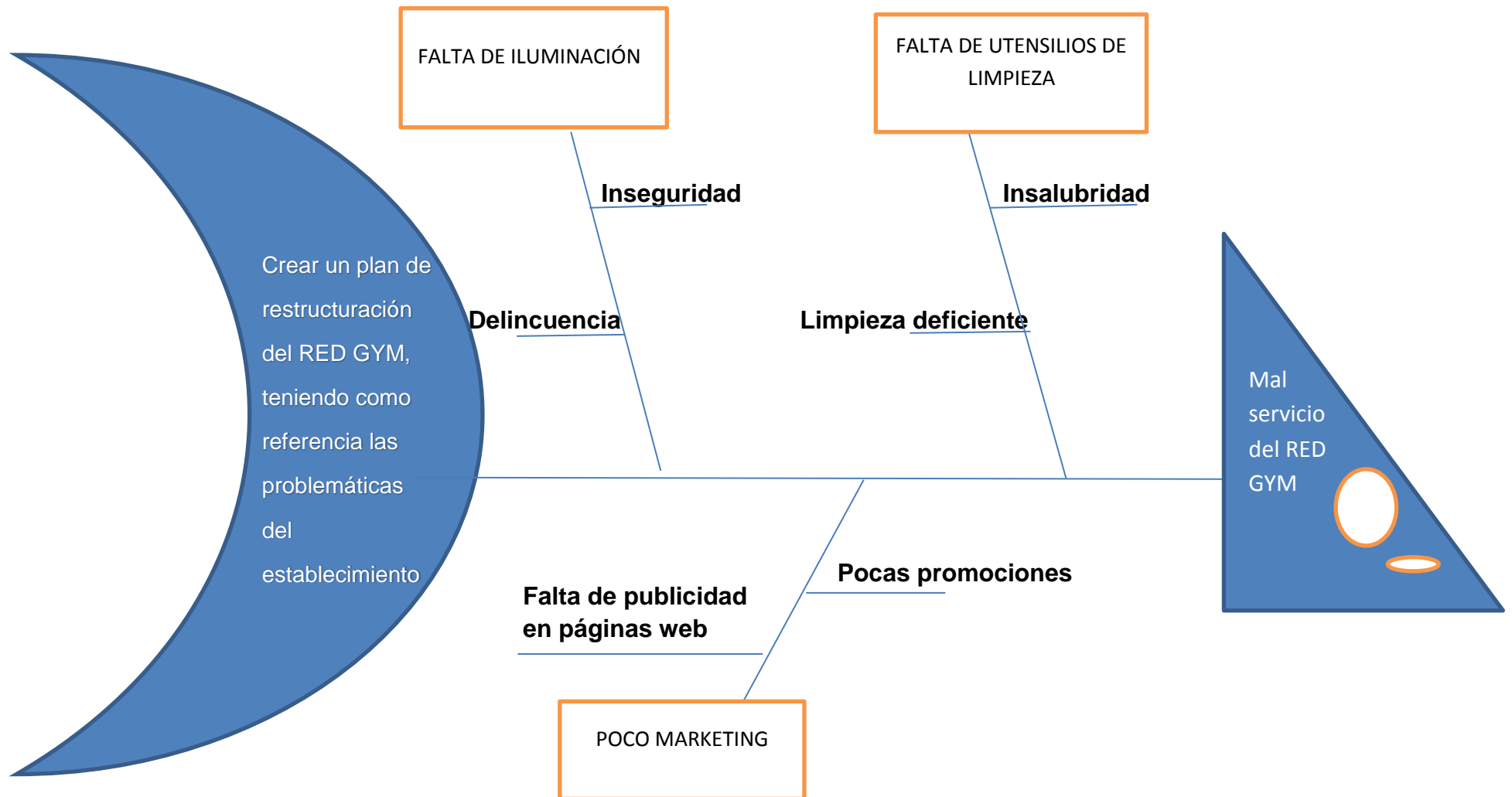
le da diferentes tipos de rutina de ejercicios para personas con problemas de salud, también sobre costo adicional de clases de anaeróbicos, baile y terapia. Algunos de los clientes no cumplen con los pagos mensuales y otros al cumplir la mensualidad dejan de ir algunos por cuestiones laborales, familiares o falta de dinero.

Algunos de los factores externos son: la mala presencia de personas (fumadores, vagabundo, drogadictos), falta de iluminación al sector, falta de fumigación, seguridad. Problemas con la iglesia por volumen alto del gimnasio. Algún inconveniente con un transeúnte se le da aviso a la policía que merodee el sector. No se da a conocer el gimnasio, falta de publicidad del local en redes sociales, poca captación de clientes. En el cual se está planteando diferentes formas de captar clientes y promocionando el gimnasio.

Hay una gran cantidad de competencia en el sector en el cual algunos no son tan factibles para aumentar el crecimiento muscular, pero tiene mayor espacio para realizar ejercicios y cantidad de máquinas para los clientes. Falta de reglamentos en el gimnasio para los clientes.



## DIAGRAMA CAUSA -EFECTO



### 3.5.3 Encuesta:

Se utilizará el método de la investigación descriptiva, por lo que se aplicara encuestas (Anexo 1) a las personas que conforman el RED GYM para de esta manera obtener información básica para la realización de este proyecto.

Dicha encuesta se diseñó con preguntas relacionadas al servicio que brinda el gimnasio RED GYM para conocer las falencias que tiene el gimnasio para mejorar su calidad de servicio.

### 3.6 POBLACION

La población está determinada por un total de 25 clientes del RED GYM.

### 3.7 MUESTRA

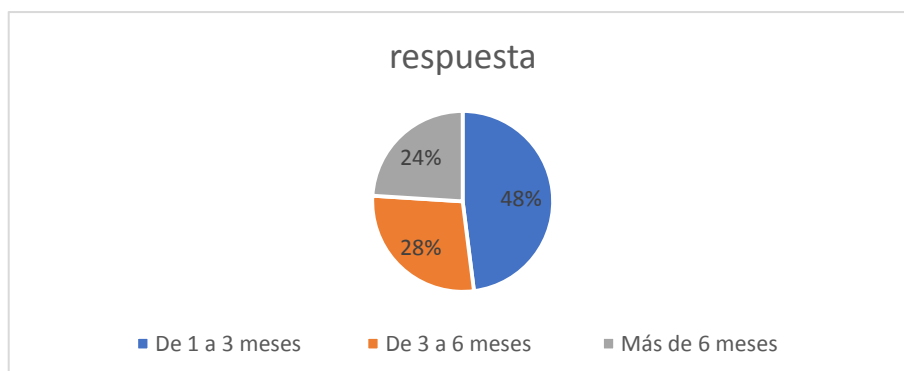
Se utiliza el muestreo intencional ya que al momento de seleccionar a los clientes para la investigación tomara en cuenta los clientes que asisten constantemente en el horario diurno:

Clientes horario diurno: 15

### 3.8 RESULTADOS DE LA PLICACION DE LAS ENCUESTAS

#### Pregunta #1

#### ¿Cuánto mes asiste al GYM?



La encuesta dicta que el 48% de los clientes del RED GYM asiste al GYM de 1 a 3 meses.

## Pregunta #2

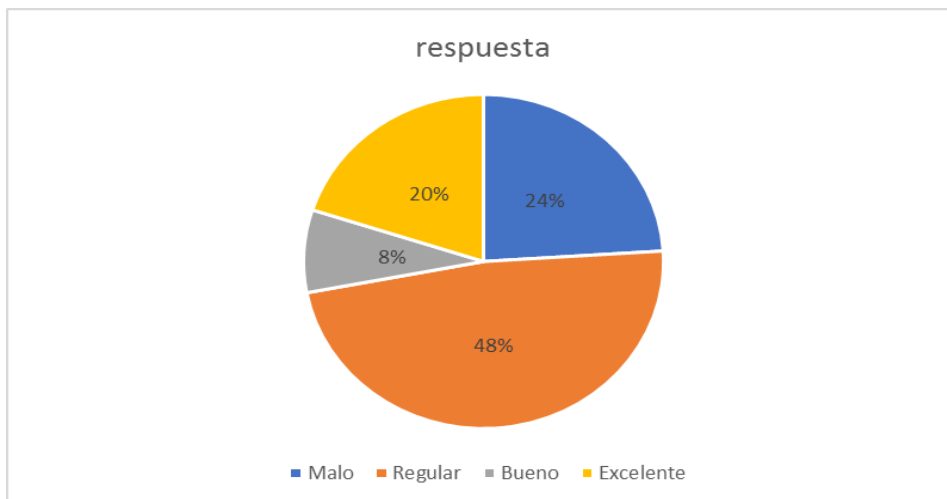
¿Como se enteró la existencia del lugar?



La encuesta dicta que el 40 % de los clientes se enteró del lugar porque vive en el sector.

## Pregunta #3

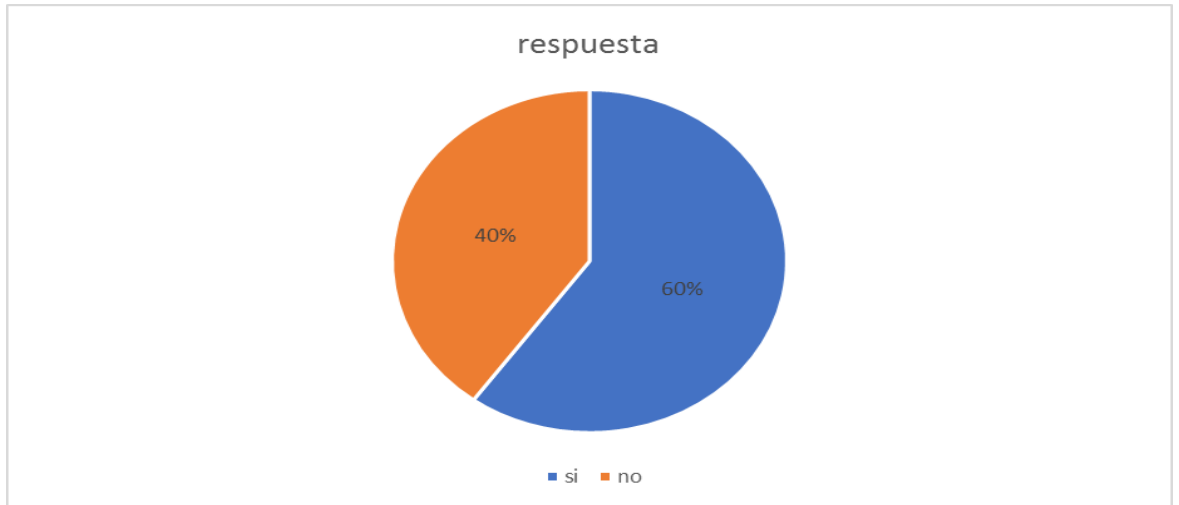
Usted considera que el servicio que brinda RED GYM es:



La encuesta dicta que el 48% de los clientes considera el servicio que brinda RED GYM es regular.

## Pregunta #4

### ¿El gimnasio cumple con las normas de correcto funcionamiento?



La encuesta dicta que el 60% de los clientes del RED GYM el gimnasio si cumple con las normas de correcto funcionamiento. El 40% justifica por la inseguridad e insalubridad en el baño de mujeres.

### Pregunta #5

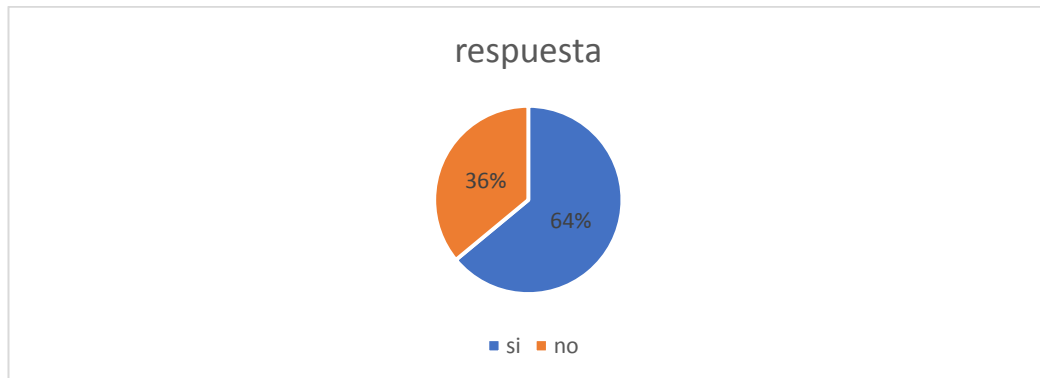
### ¿El gimnasio cumple con las normas de seguridad para el buen funcionamiento de las maquinas?



La encuesta dicta que el 100% de los clientes del RED GYM el gimnasio cumple con las normas de seguridad para el buen funcionamiento de las máquinas.

### Pregunta #6

### ¿Considera usted que el sector es inseguro?

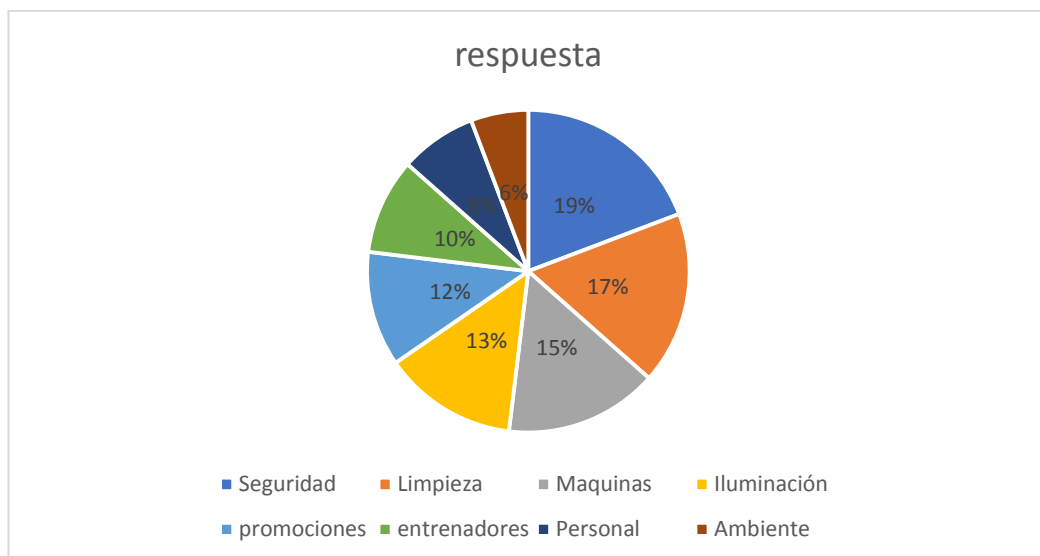


La encuesta dicta que el 64% de los clientes del RED GYM considera inseguro el sector, por falta de presencia policial.

### Pregunta #7

#### ¿Qué aspectos usted considera que debe mejorar en Gym?

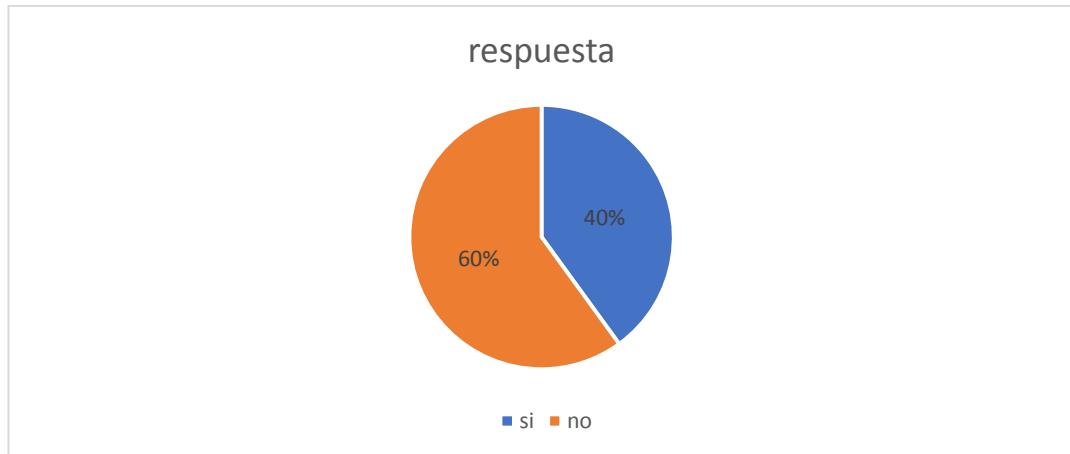
Marque del 1 al 10, siendo el 1 el más importante



La encuesta dicta que el 19% de los clientes del RED GYM consideran el aspecto más importante que debe mejorar es la seguridad.

### Pregunta #8

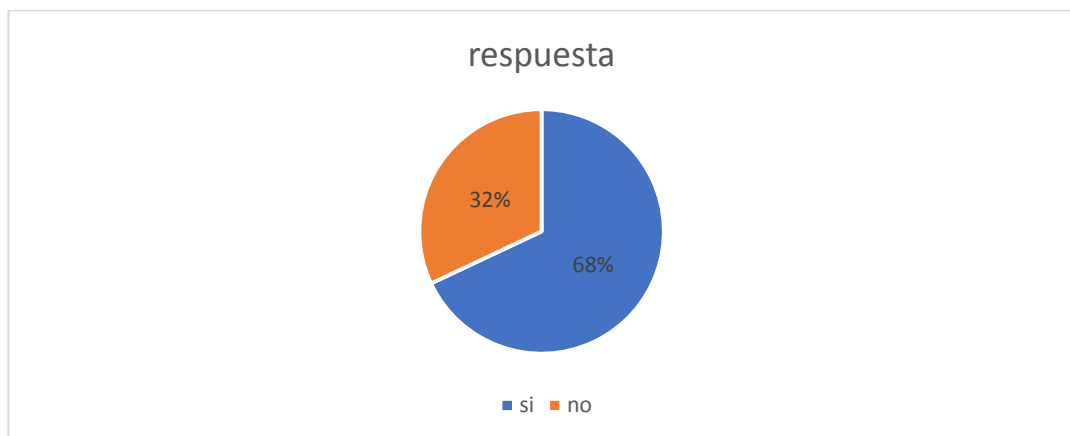
**¿Cree usted que el gimnasio cumple con las normas de higiene con el correcto funcionamiento?**



La encuesta dicta que el 60% de los clientes del RED GYM indican que el gimnasio no cumple con las normas de higiene, justificando la falta de utensilios en los baños y mal estado en el baño de las mujeres.

### Pregunta #9

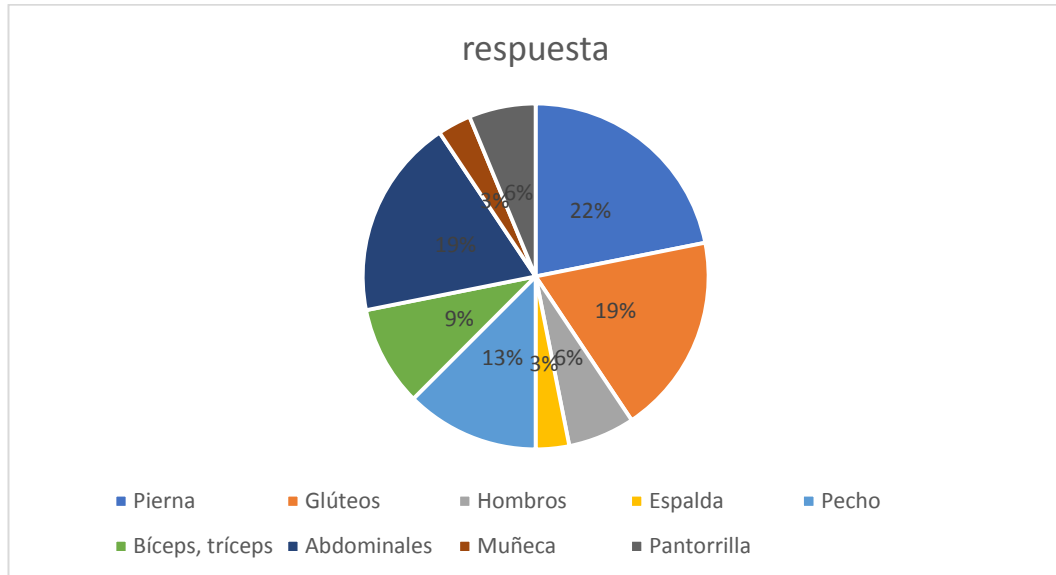
**¿Considera usted necesario modernizar las maquinas?**



La encuesta dicta que el 68% de los clientes del RED GYM indican que es necesario modernizar las maquinas, justificando que unas máquinas están obsoletas y necesita renovación completa.

### Pregunta #10

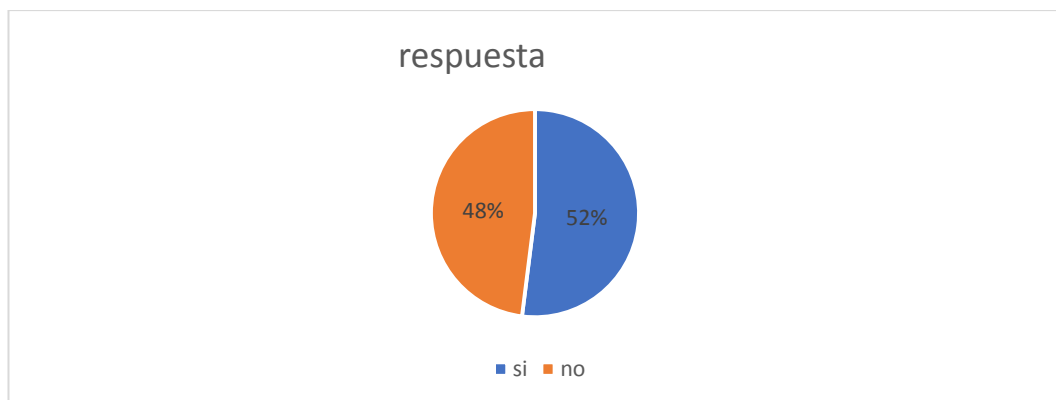
Desea algún nuevo tipo de máquina para:



La encuesta dicta que el 22% de los clientes del RED GYM desean un nuevo tipo de máquina para pierna.

### Pregunta #11

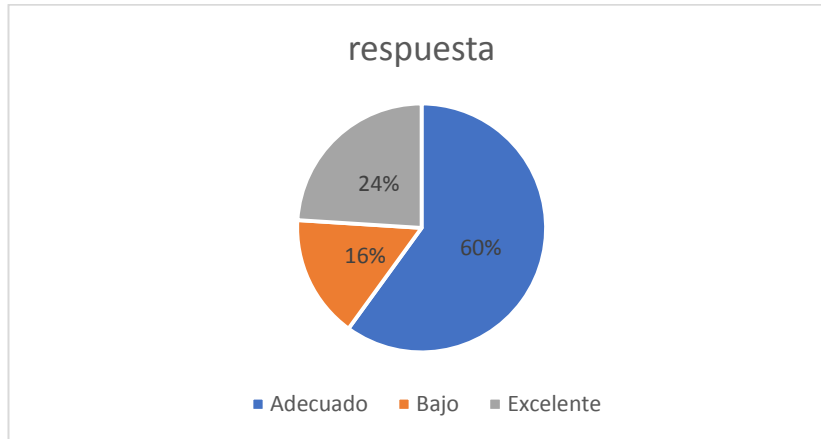
¿Considera usted necesario establecer promociones frecuentes en el gimnasio?



La encuesta dicta que el 52% de los clientes del RED GYM consideran necesario establecer promociones frecuentes en el gimnasio.

## Pregunta #12

¿Como considera el pago mensual en el gimnasio?



La encuesta dicta que el 60% de los clientes del RED GYM consideran el pago mensual adecuado.



## **CAPITULO IV**

### **ANALISIS DE LOS RESULTADOS**

Luego de analizar los resultados de la encuesta, las preguntas 1 y 2 determinan que la cantidad de clientes el 48% asiste al gimnasio en un promedio de 1 a 3 meses y el 40% se han enterado del lugar debido a que la mayoría vive por el sector.

En la pregunta 3,4,5 y 6. El 48% considera que el servicio que brinda RED GYM es regular, el 60% está de acuerdo que RED GYM cumple con las normas correcta del funcionamiento y el 100% está de acuerdo que el gimnasio cumple con el correcto funcionamiento de las maquinas, también el 64% considera que el sector es inseguro por falta de presencia policial.

En la pregunta 7,8,9,10. El 19% de los clientes indican que el aspecto más importante que debe de mejorar RED GYM es la seguridad, el 60% indican que el gimnasio no cumple con los requisitos de higiene, justificando la falta de utensilios de limpieza y baño en mal estado. También el 68% está de acuerdo que es necesario modernizar las máquinas, justificando que algunas máquinas están completamente obsoletas, el 22% de los clientes desean nuevo tipo de máquina para pierna.

En la pregunta 11 y 12. El 52% de los clientes consideran que es necesario establecer promociones frecuentes en el gimnasio, y el 60% considera que el pago mensual es adecuado.

Para mejorar el servicio que brinda RED GYM deben desarrollar indicadores que les permitan evaluar las falencias del gimnasio, mejorando así su servicio e infraestructura dándoles a los clientes mayor seguridad y comodidad al momento de entrenar.

Luego del análisis de la información se considera elaborar un plan que permita mejorar los siguientes ejes estratégicos para desarrollar las actividades de mejor manera.

- 4 Mantener limpia las instalaciones
- 5 mantenimiento a las máquinas y baños
- 6 Promocionar el gimnasio
- 7 Brindar mayor seguridad en el sector

## **PLAN DE MEJORA**

Es un conjunto de acciones planeadas, organizadas, integradas y sistematizadas que implementa la organización para producir cambios en los resultados de su gestión, mediante la mejora de sus procedimientos y estándares de servicios.

Para esto se tomará como modelo el Plan de Mejora (Continua)

### **OBEJTIVO GENERAL DEL PLAN DE MEJORAS**

Mejorar la calidad del servicio implementando nuevas rutinas para que el cliente este motivado a entrenar todos los días diferentes, mejora la infraestructura cambiando de posiciones las máquinas para mayor actividad física, tener un control de registro de los clientes y proceso para su rendimiento.

Renovar las maquinas, para mayor comodidad de los usuarios, brindar mayor seguridad instalando cámaras de vigilancia, botón de pánico y mayor presencia policial (patrullaje en el sector).

Mantener limpias las áreas de bailo terapia, maquina, aeróbicos y parqueadero, promocionar el gimnasio, mostrando los diferentes tipos de rutinas que se implementan dentro del gimnasio en redes sociales aumentando el número de seguidores y clientes, también promover las ventas de diferentes tipos de proteínas, quemadores de grasa, para la obtención de su cuerpo ideal.

**Plan de Mejoras**

<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Acción o Actividad</b>	<b>Responsable</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Observaciones</b>
Mejorar la atención al cliente	Capacitar a los entrenadores en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivación, liderazgo y coaching.</li> <li>• Aspectos básicos de nutrición</li> <li>• Perfeccionamiento de rutinas</li> </ul>	Gerente propietario	Anual	El cliente es el principal referente y agente publicitario, brindar una experiencias de calidad permitirá fidelizar y atraer a más clientes
	Brindar un ambiente acorde al lugar <ul style="list-style-type: none"> <li>• Música en el volumen adecuado</li> <li>• Instalaciones en buen estado</li> <li>• Parqueo bien delimitado para uso exclusivo de clientes</li> </ul>		Diario	
Mantener limpias las instalaciones	Limpiar continuamente las áreas de usos múltiples (bailo terapia y otras )	Personal de limpieza e instructor.	Diario	Las áreas de bailo terapia, spinning deben limpiarse antes y después de cada sesión.

Mantener limpias las instalaciones	Determinar un lugar específico para pesas y otros insumos			Organizar las pesas de menor a mayor peso.
	Establecer un horario de limpieza de baños diarios			Limpiar los baños Cada 2 horas y en cualquier eventualidad en los horarios de alta demanda.
	Limpiar y dar mantenimiento a las jardineras y áreas exteriores. Limpiar constantemente los espejos			Brindar buen aspecto desde el ingreso al local
Mantenimiento a las máquinas	Tapizar los asientos de las máquinas para pierna	Gerente propietario, entrenador, personal de limpieza	Anual	Renovar y Mantener limpio los asientos de pierna.
	Pintar las máquinas periódicamente			Pintar todas las maquinas, pesas, barras
	Reparar o renovar máquinas con mayor antigüedad en el gym			Mejorar las partes dañadas de las maquinas.

Promocionar el gimnasio	Entregar volantes del gimnasio a los moradores del sector	Gerente propietario y entrenadores	Anual y en días festivos	Promociones: paguen la mitad llevando un acompañante.
	Publicar en redes sociales la localidad, los beneficios y servicios que brinda el gym.			Aumentar el número de cliente y de seguidores en Instagram, crear una página en fb donde publiquen sus promociones y tipos de rutinas.
Brindar seguridad en el área del gym	Implementar cámaras de vigilancia en el exterior del gym	Gerente propietario, entrenadores	Semanal, mensual, anual	Mejorar la seguridad dentro y fuera del gimnasio.
	Capacitar a los entrenadores en caso de alguna emergencia.			Capacitar al personal en curso de primeros auxilios, gestión de riesgo, en caso de una emergencia dentro del gimnasio
	Establecer contacto y solicitar mayor presencia policial en el área			Contactar a los policías para mayor patrullaje al sector, activar botón de pánico.

## **CONCLUSIONES**

Una vez terminada la investigación de la tesis se tiene información necesaria y suficiente que permita llegar a las siguientes conclusiones:

- 4 En base a conceptos realizados y tomando como referencias tesis de acuerdo con el servicio que brinda el gimnasio RED GYM se ha encontrado algunas falencias dentro del gimnasio.
- 5 El proceso actual del servicio de acuerdo con el diagnóstico realizado en el RED GYM sobre la satisfacción del cliente en el periodo 2017, ha concluido con poca satisfacción de acuerdo con el servicio que brinda, mucha inseguridad, falta de renovación en su infraestructura e insalubridad en los baños.
- 6 Como resultado al diagnóstico de la actualidad del servicio se propone un plan de mejora para incrementar el número de clientes, satisfacción en los clientes brindando una buena calidad de servicio con mayor seguridad e implementando nuevos tipos de ejercicios para mayor actividad y a su vez promocionar el gimnasio en redes sociales.

## RECOMENDACIONES

- Implementar el plan de mejoras en el local para el año 2018.
- Aplicar un control de limpieza en las áreas de bailo terapia, pesas, mantener ordenadas las pesas, colchonetas, barras y mancuernas.
- Renovar las maquinas viejas, pintándolas, tapizando los asientos para pierna, glúteos.
- Aumentar la seguridad poniendo cámaras de vigilancia, aumentar la presencia policial, activar botón de pánico.
- Promocionar el servicio que brinda el gimnasio en redes sociales, mostrando los tipos de rutinas y máquinas que hay dentro del gimnasio.
- Motivar a los clientes, mejorando el ambiente del local, cambiar las posiciones de las máquinas para que noten los nuevos cambios y espacio que hay dentro del gimnasio.

# BIBLIOGRAFIA

## Bibliografía

Abad Acosta, M. G. (13 de noviembre de 2014). *Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana:  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7451/1/UPS-GT000777.pdf>

Atupaña Malan, L. C. (14 de enero de 2016). *Propuesta de un plan de acción para la formación del personal en el minimarket de en el comportamiento de las ventas y de la satisfacción de los clientes en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2016*. Obtenido de Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de tecnología:  
<https://sga.itb.edu.ec/#>

Benitez Andrade, J. A. (22 de mayo de 2013). *rutinas de entrenamiento según objetivos*. Obtenido de jabefitness.com: <http://www.jabefitness.com/rutinas-de-entrenamiento-segun-objetivos/>

Cevallos Ortega, H. G. (21 de diciembre de 2011). *Plan de negocios para la creación y promoción de Olimpo Gym en la Cda. La Florida de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Universidad de Guayaquil:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1286/1/TESIS%20OLIMPO%20GYM.pdf>

Couso, R. P. (2007). *ATENCIÓN AL CLIENTE*. ESPAÑA: Ideaspropias Editorial.

Esteban, I. G. (2005). *marketing de los servicios*. En I. G. Esteban, *marketing de los servicios* (cuarta ed., pág. 105). Madrid, Madrid, España: ESIC Editorial.

Esteban, I. G. (Ed.). (2005). *MARKETING DE LOS SERVICIOS*. MADRID: ESIC EDITORIAL.

Galdos Llorente, G. A. (5 de marzo de 2015). *Plan de mejora para el servicio de atención al cliente a través del "American Call Center"*. Obtenido de Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de tecnología :  
<https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/11/25/TESIS.pdf>

Geoconda Vanessa, S. R. (13 de marzo de 2014). *Mejora en la satisfacción de los pacientes en el servicio de consulta externa del hospital cantonal daule "Dr. Vicente Pino Moran" Periodo 2014*. Obtenido de Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de tecnología:  
[https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2015/07/21/TESIS\\_FINAL\\_GEOCONDA\\_SAN\\_LUCAS\\_D7-D8.pdf](https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2015/07/21/TESIS_FINAL_GEOCONDA_SAN_LUCAS_D7-D8.pdf)

Gómez, R. M. (2009). *Manual práctico de administración*. Madrid, PARACUELLOS DE JARAMA, España: RA-MA.



- Interactive, H. M. (2016). *El Proceso de atención al cliente: fases y comportamientos*.  
Obtenido de Aiteco: <https://www.aiteco.com/proceso-atencion-al-cliente-fases-comportamientos/>
- Kloter, P. (2003). *los 80 conceptos Esenciales de Marketing de la A a la Z*. MADRID:  
PEARSON EDUCATION S.A.
- Leon, J. M. (24 de enero de 2015). *plan de mejora para el servicio de atención al cliente en la "Peluquería D'Jessy SPA!* Obtenido de Instituto tecnológico bolivariano:  
[https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/12/06/TESIS\\_JESSICA\\_MEDINA\\_LEON.pdf](https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/12/06/TESIS_JESSICA_MEDINA_LEON.pdf)
- Lopez, M. (9 de octubre de 2014). *unipymes*. Recuperado el 9 de octubre de 2014, de unipymed: <http://www.unipymes.com>
- Mata, M. T. (7 de Mayo de 2012). *De la Antigua Grecia al Gimnasio Moderno*. Obtenido de Clasificados El Universal.com: <http://www.eluniversal.com/aniversario/acuidarse/120507/de-la-antigua-grecia-al-gimnasio-moderno>
- Mata, M. T. (7 de mayo de 2012). *El Universal*. Recuperado el 7 de mayo de 2012, de El Universal: <http://www.eluniversal.com>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología a la Investigación* (sexta ed.). México D.F, México D.F, México: Mc GRAW-HILL.
- Villegas de la Cuadra, C. A. (14 de Marzo de 2015). *Propuesta de mejora del servicio al cliente de la empresa SERVILIMPIE S.A*. Obtenido de Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología:  
<https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2015/12/03/tesis-servilimpieaprobada.pdf>
- Zeithami, V. A., Gremler, D. D., & Bitner, M. J. (2009). *Marketing de Servicios* (Quinta ed.). (j. M. Chacón, R. M. Fandiño, E. C. Zuñiga, Edits., J. A. Velázquez, & E. T. Rosales, Trads.) México, Bogotá, Buenos Aires, Caracas, Guatemala, Madrid, Nueva York, San Juan, Santiago, México, D.F., México: The McGraw-Hill Companies, Inc.

# ANEXO

## Anexo 1. ENCUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES DEL RED GYM

**Objetivo:** Este estudio nos ayudará a conocer el estado actual del gimnasio, con la información recabada con este censo se usará para analizar y proponer mejoras para el funcionamiento del gimnasio.

Te agradecemos que nos concedas unos minutos de tu tiempo para responder las siguientes preguntas:

**1. ¿Cuánto mes asiste al Gym?**

Menos de 1 mes \_\_\_\_\_

De 1 a 3 meses \_\_\_\_\_

De 3 a 6 meses \_\_\_\_\_

Más de 6 meses \_\_\_\_\_

**2. ¿Como se enteró la existencia del lugar?**

Se enteró por un amigo	
Publicidad	
Vive en el sector	

**3. Usted considera que el servicio que brinda RED GYM es:**

Malo

Regular

Bueno

Excelente

**4. ¿El gimnasio cumple con las normas de correcto funcionamiento?**

Si

No

¿Si su respuesta es no indique por qué?

\_\_\_\_\_

**5. ¿El gimnasio cumple con las normas de seguridad para el buen funcionamiento de las maquinas?**

Si            No

¿Si su respuesta es no indique por qué?

\_\_\_\_\_

**6. ¿Considera usted que el sector es inseguro?**

Si            No

Si su respuesta es sí considere las razones;

Asaltos	
Mal vivientes	
Falta de iluminación	
Falta de presencia policial	

**7. ¿Qué aspectos usted considera que debe mejorar en Gym?**

Marque del 1 al 10, siendo el 1 el más importante

Seguridad	
Limpieza	
Maquinas	
Iluminación	
promociones	
entrenadores	
Personal	
Ambiente	

**8. Cree usted que el gimnasio cumple con las normas de higiene con el correcto funcionamiento**

**Si            No**

¿Si su respuesta es no indique por qué?

\_\_\_\_\_

**9. ¿Considera usted necesario modernizar las maquinas?**

**Si                      No**

¿Si su respuesta es Si indique por qué?

\_\_\_\_\_

**10. Desea algún nuevo tipo de máquina para:**

<b>Pierna</b>		<b>Glúteos</b>		<b>Hombros</b>		<b>Espalda</b>	
<b>Pecho</b>		<b>Bíceps,</b>		<b>Abdominales</b>		<b>trícep</b>	

**11. ¿Considera usted necesario establecer promociones frecuentes en el gimnasio?**

**Si                      No**

**12. Como considera el pago mensual en el gimnasio:**

Adecuado	
Bajo	
Excelente	

## ANEXO 2

### ENCUESTA COLABORADORES

**OBJETIVO:** Este estudio nos ayudará a conocer el estado actual del gimnasio, con la información recabada con este censo se usará para analizar y proponer mejoras para el funcionamiento del gimnasio.

Te agradecemos que nos concedas unos minutos de tu tiempo para responder las siguientes preguntas:

1. ¿Cuántos años tiene trabajando en el gym?

3 meses \_\_\_\_\_

Menos de 1 año \_\_\_\_\_

1 a 5 años \_\_\_\_\_

Más de 5 años \_\_\_\_\_

2. ¿Qué labores realiza?

cobrar	
Reparar	
Limpieza	
Asesorar	

3. ¿Cuántos clientes asesora?

15 \_\_\_\_\_

Más de 15 \_\_\_\_\_

Menos de 15 \_\_\_\_\_

4. ¿Utiliza adecuadamente los recursos del gym?

Audio	
Video	
maquinas	

5. ¿Está satisfecho con su salario?

Si            No

6. ¿Que considera usted que debe mejorar el gym para obtener más ingresos?

<b>Estructura</b>	
<b>Seguridad</b>	
<b>Salubridad</b>	
<b>Administración</b>	

7. ¿Considera necesario realizar publicidad?

Si            No

## CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: “Propuesta de acciones para mejorar el servicio que brinda el gimnasio RED GYM 2017”, y problema de investigación: ¿Cómo influye el servicio que brinda actualmente el gimnasio RED GYM en la satisfacción de los clientes y a los ingresos obtenidos por el año 2017? presentado por Rubén Norberto Perero Calle como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

### TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Rubén Norberto Perero Calle

Tutora:

PhD. Roxana Chiquito Chilán



Factura: 001-001-000016522



20170901079D02944

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901079D02944**

Ante mí, NOTARIO(A) KARLA MYRIAM PARRA VILLACIS de la NOTARÍA SEPTUAGESIMA NOVENA , comparece(n) RUBEN NORBERTO PERERO CALLE portador(a) de CÉDULA 0942586843 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 24 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (14:47).

*Rubén*

RUBEN NORBERTO PERERO CALLE  
CÉDULA: 0942586843

*Karla Parra Villacis*

NOTARIO(A) KARLA MYRIAM PARRA VILLACIS  
NOTARÍA SEPTUAGESIMA NOVENA DEL CANTÓN GUAYAQUIL





## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Rubén Norberto Perero Calle en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de acciones para mejorar el servicio que brinda el gimnasio RED GYM 2017 de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Rubén Norberto Perero Calle

Nombre y Apellidos del Autor

Rubén

Firma

No. de cedula: 0942586843



*Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más*

## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

**Número único de identificación:** 0942586843

**Nombres del ciudadano:** PÉRERO CALLE RUBEN NORBERTO

**Condición del cedulao:** CIUDADANO

**Lugar de nacimiento:** ECUADOR/CAÑAR/AZOGUES/AZOGUES

**Fecha de nacimiento:** 2 DE MARZO DE 1995

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Sexo:** HOMBRE

**Instrucción:** BACHILLERATO

**Profesión:** BACHILLER

**Estado Civil:** SOLTERO

**Cónyuge:** No Registra

**Fecha de Matrimonio:** No Registra

**Nombres del padre:** PERERO URETA DOMINGO RUBEN

**Nombres de la madre:** CALLE JARA MARGARITA DE LA NUBE

**Fecha de expedición:** 8 DE SEPTIEMBRE DE 2017

Información certificada a la fecha: 24 DE NOVIEMBRE DE 2017

Emisor: MADELINE MARIA BARREIRO CRISTINA - GUAYAS, GUAYAQUIL-NT 79 - GUAYAS - GUAYAQUIL



Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



de certificado: 178-072-49221



178-072-49221



**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,  
 IDENTIFICACIÓN Y CREDENCIACIÓN

CEDULA DE  
**CIUDADANÍA**  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
**FERRERO CALLE  
 RUBEN NORBERTO**  
 LUGAR DE NACIMIENTO  
**CANAR**  
 AZOGUES  
 FECHA DE NACIMIENTO **1965-03-02**  
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**  
 SEXO **HOMBRE**  
 ESTADO CIVIL **SOLTERO**

Nº **094258684-3**



INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **BACHILLER**

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **FERRERO URETA DOMINGO RUBEN**





APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **CALLE JARA MARGARITA DE LA NUBE**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN **GUAYAQUIL 2017-09-08**

FECHA DE EXPIRACIÓN **2027-09-08**

V24834442

0019100410

**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
**CERTIFICADO DE VOTACIÓN, DUPLICADO,  
 EXENCIÓN O PAGO DE MULTA**

Elecciones Generales 2017 Segunda Vuelta  
 094258684-3 009-0161

**FERRERO CALLE RUBEN NORBERTO**  
**GUAYAQUIL**  
**LA GUANGUALA**

BOLETA PROVINCIAL DE GUAYAS - 4018  
 5501372 24/11/2017 12:26:56

**1372**

*Roberto Ferrero Calle*

AB. Roberto Ferrero Calle  
 11010708  
 CANTÓN GUAYAS, PROVINCIA DE GUAYAS  
 C.R. 0019100410



## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

*Nelson David Arce*

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

*[Firma]*

Firma

