



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “HONORABLE CONSEJO  
PROVINCIAL DE PICHINCHA “**

**TECNOLOGÍA EN ASISTENTE DE GERENCIA**

**TITULO: PLAN DE MEJORAMIENTO PARA EL GIMNASIO MIA ISABELLA  
GYM FITNESS, UBICADO EN LA CALLE ALONSO DE ANGULO DEL D.M.Q**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR  
POR EL TÍTULO DE**

**TECNÓLOGO EN: ASISTENTE DE GERENCIA**

**AUTOR: SR. PAREDES CORDERO, SANTIAGO DAVID**

**TUTOR: ING.: SAÚL PÉREZ**

**FECHA: QUITO, JULIO 2019**

## **CONSTANCIA Y APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto: Presentado por el Sr. Paredes Cordero, Santiago David, para optar por el Título de Tecnólogo considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Quito, a los 15 días del mes de Julio del 2019

**FIRMA TUTOR**  
**No. C.C 1718073941**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

En tal virtud que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del Autor Santiago David Paredes Cordero.

En la Ciudad de Quito a los 15 días del mes de julio del 2019

**FIRMA TUTOR**  
**No. C.C 1718073941**

## DEDICATORIA

Cuando mi Madre ni mi Padre se hacían presentes, tú eras quien llevaba a cabo las labores que a ella le correspondían. Puedo decir plenamente que eres además de mi Madre Abuela mi segunda Madre mi primer Amor, no tuviste una educación ni un título Universitario pero los Valores, el Amor que me tenías eso para mí era más que suficiente me aportaba y llenaba mi Vida simplemente tenías la educación de la Vida para mi simplemente eso no se compra con dinero para mí eso simplemente no tiene precio, sino tiene un Valor y un Amor verdaderamente Humano.

El Camino ha sido difícil pero no imposible, soy un Guerrero así que comencemos:

Detrás de cada línea de llegada hay una de partida.

Detrás de cada logro, hay otro desafío.

Doy gracias a DIOS por su Fidelidad, Lealtad y por todo el camino recorrido.

Doy gracias a mi Hija MIA ISABELLA por simplemente Existir y venir a esta hermoso Mundo, a darle sentido y Alegría a mi Vida y Enseñarme lo maravilloso que es ser PADRE.

A la vida por todo lo aprendido.

A los que no confiaron en mí que me dijeron que no podía hacerlo, que estaba loco a mis enemigos que me miraron con su cara de yo no fui a todos ellos dedico esto que con todo lo negativo me ayudaron a impulsarme más en mi carrera.

A mi Maravillosa Y Hermosa Madre Emita, por confiar en mí y ser el pilar fundamental de mi superación.

A la memoria de algunos amigos que fallecieron que desde Adolescente inculcaron en mi sentimiento de responsabilidad constante, indicándome que el hombre debe ser un libro abierto de conocimientos.

Para Finalizar A mis maestros que les he sacado canas y a la vez una sonrisa y tutor Saúl Pérez que ha estado apoyándome incondicionalmente con consejos, y motivándome hacer mejor gracias a todos por compartir desinteresadamente sus conocimientos y experiencias para mi vida estoy muy agradecido con todos ustedes.

Muchas Gracias Abuelita Luz Angélica, Madrecita Emita, Mi princesa y mi único amor Hija Mía Isabela, Les Amo con toda mi Alma, Mente y Con todo mi Corazón.

**Santiago,**

## RECONOCIMIENTO

El resultado de este trabajo, está dedicado a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de su culminación. A mi Director de Tesis Ing. Saúl Pérez por apoyarme incondicionalmente brindándome su paciencia, conocimientos, sabiduría y maestros a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento al prestigioso Instituto Superior Tecnológico Honorable Concejo Provincial de Pichincha la cual me abrió sus puertas, preparándome para un futuro competitivo para ser un Líder y un hombre capaz de poner mis conocimientos y lo aprendido en cualquier parte que este sus Valores educativos me han enseñado que debo ser un hombre de Éxito y así fortalecer en el ámbito profesional, muchas gracias.

**Santiago,**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|   |          |
|---|----------|
| CONSTANCIA Y APROBACIÓN DEL TUTOR.....                  | i        |
| DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD .....                   | ii       |
| DEDICATORIA .....                                       | iii      |
| RECONOCIMIENTO.....                                     | v        |
| RESUMEN .....   | xii      |
| ABSTRACT.....   | xiv      |
| <b>CAPÍTULO I .....</b>                                 | <b>1</b> |
| INTRODUCCIÓN .....                                      | 1        |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....                   | 1        |
| 1.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....                   | 1        |
| 1.2. ANÁLISIS CRÍTICO DEL PROBLEMA .....                | 2        |
| 3. JUSTIFICACIÓN .....                                  | 2        |
| 5. OBJETIVOS .....                                      | 4        |
| 5.1. OBJETIVO GENERAL .....                             | 4        |
| 5.1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....                      | 4        |
| 6. JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN ..... | 5        |
| 7. IDEA A DEFENDER .....                                | 5        |
| <b>CAPÍTULO I .....</b>                                 | <b>6</b> |
| 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....                         | 6        |
| 1.1. MARCO TEÓRICO.....                                 | 6        |
| 1.2. MARCO CONCEPTUAL.....                              | 7        |

|  |    |
|--|----|
| 1.3. MARCO LEGAL .....                   | 8  |
| 1.4. MARCO TEMPORAL ESPACIAL .....       | 10 |
| CAPITULO II.....                         | 11 |
| 2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....         | 11 |
| 2.1. ENTORNO EXTERNO .....               | 11 |
| 2.1.1. Clientes .....                    | 11 |
| 2.1.2. Crecimiento de la población ..... | 11 |
| 2.1.3. Tecnología .....                  | 11 |
| 2.1.4. Competencia .....                 | 12 |
| 2.2. ENTORNO INTERNO .....               | 12 |
| 2.2.1. Infraestructura.....              | 12 |
| 2.2.2. Financiamiento .....              | 12 |
| 2.2.3. Productividad.....                | 12 |
| 2.2.4. Localización.....                 | 13 |
| 2.3. FODA.....                           | 14 |
| 2.4. METODOLOGÍA .....                   | 15 |
| 2.4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....   | 15 |
| 2.4.1.1. Exploratorio .....              | 15 |
| 2.4.1.2. Cualitativo.....                | 16 |
| 2.4.1.3. Participantes .....             | 16 |
| 2.4.1.4. Métodos.....                    | 16 |

|   |    |
|---|----|
| 2.4.1.4.1. Método inductivo .....                                       | 16 |
| 2.4.1.4.2. Método estadístico .....                                     | 17 |
| 2.4.1.4.3. Método Hermenéutico .....                                    | 17 |
| 2.4.1.5. Técnicas - Encuesta personal .....                             | 17 |
| 2.4.1.6. Instrumentos de investigación.....                             | 17 |
| 2.4.1.7. Procedimiento .....  | 18 |
| 2.4.1.7.1. Primera fase - Preparatoria.....                             | 18 |
| 2.4.1.7.2. Segunda fase – Trabajo de campo .....                        | 18 |
| 2.4.1.7.3. Tercera fase - Analítica.....                                | 18 |
| 2.5. ANÁLISIS DE RESULTADOS .....                                       | 19 |
| 2.5.1. Interpretación Análisis e interpretación de los resultados ..... | 29 |
| CAPITULO III.....   | 30 |
| 3. PROPUESTA.....   | 30 |
| 3.1. INTRODUCCIÓN .....   | 30 |
| 3.2. ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR EL PLAN DE MEJORAMIENTO .....         | 31 |
| 3.2.1. ATENCIÓN AL CLIENTE.....   | 31 |
| 3.2.1.1. OBJETIVOS .....  | 31 |
| 3.2.1.2. TAREAS .....   | 32 |
| 3.2.1.3. ACCIONES.....  | 32 |
| 3.2.1.3.1. CRONOGRAMA.....  | 33 |
| 3.2.1.3.2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN.....                                | 33 |

|  |    |
|--|----|
| 3.2.1.3.3. PRESUPUESTO .....               | 33 |
| 3.2.2. Descripción de la tarea .....       | 35 |
| 3.2.2.1. Diseño de la encuesta.....        | 36 |
| 3.2.2.2. Mantenimiento de equipos.....     | 36 |
| 3.2.2.3. Acciones.....                     | 37 |
| 3.2.2.4. Presupuesto .....                 | 38 |
| 3.2.2.5. Diseño de la ficha.....           | 39 |
| 3.2.2.6. Mantenimiento baños y duchas..... | 39 |
| 3.2.2.7. Precios Inteligentes: .....       | 40 |
| 3.2.2.8. Acciones.....                     | 40 |
| 3.2.3. EVALUACIÓN DE METAS .....           | 41 |
| 3.2.4. Descripción de la actividad.....    | 43 |
| 4. CONCLUSIONES .....                      | 45 |
| 5. RECOMENDACIONES.....                    | 46 |
| 6. BIBLIOGRAFÍA .....                      | 47 |

**ÍNDICE DE TABLAS**

|          |       |    |
|----------|-------|----|
| TABLA 1  | ----- | 14 |
| TABLA 2  | ----- | 19 |
| TABLA 3  | ----- | 20 |
| TABLA 4  | ----- | 21 |
| TABLA 5  | ----- | 22 |
| TABLA 6  | ----- | 23 |
| TABLA 7  | ----- | 24 |
| TABLA 8  | ----- | 25 |
| TABLA 9  | ----- | 26 |
| TABLA 10 | ----- | 27 |
| TABLA 11 | ----- | 28 |
| TABLA 12 | ----- | 33 |
| TABLA 13 | ----- | 33 |
| TABLA 14 | ----- | 33 |
| TABLA 15 | ----- | 38 |
| TABLA 16 | ----- | 38 |
| TABLA 18 | ----- | 42 |
| TABLA 19 | ----- | 42 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>FIGURA 1</b> ÁRBOL DE PROBLEMAS .....                       | 2  |
| <b>FIGURA 2</b> LOCALIZACIÓN GIMNASIO.....                     | 13 |
| <b>FIGURA 3</b> ASISTENCIA A UN GIMNASIO.....                  | 19 |
| <b>FIGURA 4</b> CARACTERÍSTICAS.....                           | 20 |
| <b>FIGURA 5</b> PRECIO Y UBICACIÓN.....                        | 21 |
| <b>FIGURA 6</b> CUALIDADES .....                               | 22 |
| <b>FIGURA 7</b> IMPORTANCIA INSTALACIONES .....                | 23 |
| <b>FIGURA 8</b> QUÉ OBSERVARÍAS EN UN GIMNASIO MÁS LEJANO..... | 24 |
| <b>FIGURA 9</b> OFERTA .....                                   | 25 |
| <b>FIGURA 10</b> DISCIPLINA.....                               | 26 |
| <b>FIGURA 11</b> HORARIO .....                                 | 27 |
| <b>FIGURA 12</b> ASISTENCIA AL GIMNASIO .....                  | 28 |
| <b>FIGURA 13</b> EJEMPLO DE ENCUESTA .....                     | 34 |
| <b>FIGURA 14</b> DISEÑO DE LA ENCUESTA.....                    | 36 |
| <b>FIGURA 15</b> DISEÑO DE FICHA .....                         | 39 |
| <b>FIGURA 16</b> EJEMPLO FICHA .....                           | 40 |
| <b>FIGURA 17</b> DISEÑO MARKETING .....                        | 41 |

## RESUMEN

La demanda en el Ecuador por el servicio de gimnasio ha presentado un incremento en los últimos años, existe una tendencia creciente muy importante hacia el deporte y un estilo de vida diferente. El objetivo de la empresa es realizar un mejoramiento, por tanto, se presenta este trabajo como un plan de mejoramiento para el gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS.

El gimnasio está ubicado en la calle Alonso de Angulo de la ciudad de Quito, se presenta la necesidad de realizar mejoras con el fin incrementar el número clientes nuevos y a su vez lograr la fidelidad de los actuales, cubrir sus necesidades, crear satisfacción en ellos y lograr mayores ingresos para la empresa es el objetivo principal de este plan.

Mediante la realización de un diagnóstico interno, sobre la situación actual de la empresa se determinó que las áreas de intervención o mejoramiento son: el área administrativa, es necesario realizar una planificación estratégica; Mejorar el área de procesos y producción, ya que estas áreas han sido manejadas por sus propietarios de forma empírica. Además, crear las áreas de recursos humanos, marketing y financiero, según el crecimiento del gimnasio es indispensable para controlar su actividad. Además, se realizó un diagnóstico externo de la empresa que determina la satisfacción de los clientes, y la posibilidad de atraer a potenciales clientes, sin embargo, se comprueba el deseo de los clientes por una ampliación del espacio físico, diversificación de servicios e incremento de máquinas e implementos deportivos necesarios para obtener mejores resultados y obtener la satisfacción del cliente, meta principal.

Conjuntamente se tomará en cuenta la opinión del experto y de actores involucrados que recomiendan el posicionamiento en el mercado y la ampliación hacia nuevos mercados.

De acuerdo a lo estudiado, se establece la posibilidad de incorporar un área de crossfit asegurando que ésta diversificación en MIA ISABELLA GYM FITNESS lo convertirá en el gimnasio más grande del sur de Quito y el primero en disponer de un área exclusiva para este servicio.

## ABSTRACT

The demand in Ecuador for the gym service has shown an increase in recent years, there is a very important growing trend towards sports and a different lifestyle. The objective of the company is to make an improvement, therefore, this work is presented as an improvement plan for the MIA ISABELLA GYM FITNESS gym.

The gym is located on Alonso de Angulo street in the city of Quito, and there is a need to make improvements in order to increase the number of new clients and at the same time achieve the loyalty of the current ones, meet their needs, create satisfaction in them and Achieving greater income for the company is the main objective of this plan.

By carrying out an internal diagnosis, on the current situation of the company it was determined that the areas of intervention or improvement are: the administrative area, it is necessary to carry out a strategic planning; Improve the area of processes and production, since these areas have been managed by their owners empirically. In addition, create the areas of human resources, marketing and financial, according to the growth of the gym is essential to control their activity. In addition, an external diagnosis was made of the company that determines the satisfaction of the clients, and the possibility of attracting potential clients, however, the desire of the clients for an expansion of the physical space, diversification of services and increase of machinery and sports equipment necessary to obtain better results and obtain customer satisfaction, the main goal.

Jointly, the opinion of the expert and the stakeholders involved will be taken into account, recommending positioning in the market and expansion into new markets. According to the study, the possibility of incorporating a crossfit area is established, ensuring that this diversification in MIA ISABELLA GYM FITNESS will make it the largest gym in southern Quito and the first to have an exclusive area for this service.

## **CAPÍTULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

**1. TEMA:** Plan de Mejoramiento al Gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS, ubicado en la calle Alonso de Angulo y Juan Torres del Distrito Metropolitano de Quito.

#### **1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Los habitantes del sector de la Alonso de Angulo y Juan Torres del D.M.Q ubicada al Sur de la ciudad de Quito, carecen de un gimnasio que les ofrezca mejoramiento variedad de servicios, asesoría y monitoreo en su entrenamiento, además de espacios amplios en donde puedan desarrollar sus actividades deportivas de manera cómoda. Los gimnasios presentes en este sector, rústicos y con maquinarias obsoletas únicamente cuentan con lo básico para prestar su servicio, es decir, entrenamiento de fisicoculturismo mediante pesas, dejando de lado otras disciplinas y nuevas tendencias en cuanto al cuidado físico.

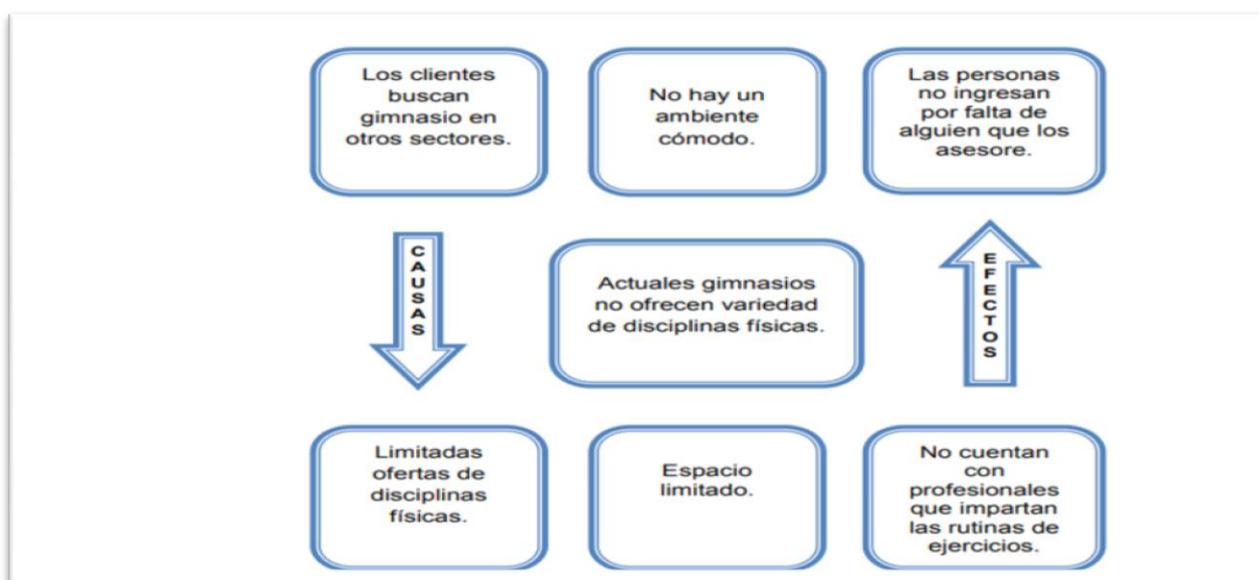
Dicho servicio es muy requerido por el segmento masculino y femenino que en su mayoría son los usuarios más frecuentes de estos negocios. Por su parte el segmento femenino está poco o nada explotado en este sector, ya que, al no contar con disciplinas físicas, personalizadas que se ajusten a sus requerimientos desisten de realizar actividad física dentro de estos gimnasios.

Al no contar con variedad de oferta de disciplinas físicas y carecer de instructores que supervisen su entrenamiento, las personas buscan un gimnasio fuera del sector el cual les brinden las garantías necesarias para lograr sus objetivos propuestos. Es necesario el mejoramiento de la creación del Gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS que ofrezca variedad de disciplinas físicas, y la colaboración de las personas que laboran y quienes

reciben el servicio se recolectara la información básica y necesaria para valorar y evaluar las fortalezas y debilidades que actualmente se presentan, con el objeto de establecer los factores claves para lograr la organización y desarrollo de la misma en el ámbito administrativo, laboral, comercial y financiero, y así alcanzar una mayor participación en el mercado, lo cual daría como resultado un incremento en las utilidades y una mayor satisfacción de los afiliados.

Con mucha actitud, aptitud y la mejor energía que conlleve un trato personalizado y que esté enfocado directamente a nuestros clientes también a todos los segmentos de este sector de la sociedad ya que de este modo se integraría a más personas al desarrollo de actividades físicas y personales que contribuirán a tener un mejor estilo de vida para su vida.

## 1.2. ANÁLISIS CRÍTICO DEL PROBLEMA



**Figura 1** *Árbol de Problemas*  
 Autor: Paredes. S

## 3. JUSTIFICACIÓN

La razón de este estudio se la realiza porque se ha observado una despreocupación en la apariencia física de las personas quienes se sienten desmotivadas en la autoestima y

acuden a este gimnasio en busca de soluciones y mejoramiento a sus problemas relacionado a críticas que la sociedad difunde por los estereotipos equivocados.

El desarrollo de esta investigación pretende fortalecer mejorar y elevar la autoestima de todos los integrantes del gimnasio y de las personas que quieren integrarse al mismo, utilizando como medio de cambio la práctica del entrenamiento real, que además de esculpir el cuerpo produce confianza de sí mismo y nos convierte en seres humanos activos. El proyecto es factible debido a la colaboración que existe por parte de la gente que está dispuesta a cambiar romper los paradigmas y tener un estilo de vida diferente , la ubicación, disponibilidad de estructura e infraestructura mejorada requiere , información y práctica requerida dentro de la entidad, también por la ayuda y conocimientos compartidos entre monitor y participantes como beneficiarios directos de una sociedad que reclama mejoras y transformaciones eficientes e impecables para sí mismos.

Para adelgazar, ganar masa muscular y mantenerse saludable ya no basta con la fuerza de voluntad, el sin número de dietas que en muchos casos son extremas y nada saludables, tampoco con el ejercicio en casa que es poco efectivo por diversos factores que podrían distraer e interrumpir el entrenamiento, la actividad física se ha vuelto parte fundamental en el estilo de vida de la sociedad actual. Realizar actividad física es la mejor manera de lograr mantenerse saludable en un mundo con un modo de vida acelerado y asediado por la comida rápida cargada de grasas saturadas y demás alimentos tratados químicamente que contribuyen al quebranto de la salud de las personas.

Los centros fitness o gimnasios surgen por la necesidad de querer estar bien y conseguir las medidas perfectas. Ya sea por estética o por salud los gimnasios son la mejor

alternativa sin recurrir al bisturí. Incursionar en el mercado del cuidado personal a través de un gimnasio en este sector de la ciudad, será un buen negocio ya que este es un nicho de mercado insatisfecho y poco explotado.

Un gimnasio en este sector de la ciudad supondrá que mayor número de personas se motiven a desarrollar un tipo de actividad física y dejen de lado el sedentarismo. Es por este motivo que será mejorado MIA ISABELLA GYM FITNESS el cual ofrecerá al público en general diversas disciplinas físicas ajustadas a sus requerimientos y con personal indicado para asesorar a los usuarios. Siendo MIA ISABELLA GYM FITNESS un centro de entrenamiento físico completo que ofrecerá calidad y variedad de servicios, es posible que se sumen a sus usuarios, público de sectores cercanos de la Alonso de Angulo y Juan Torres, incrementando así su número de clientes y asegurando su paulatino crecimiento personal y físico.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un Plan de Mejoramiento para el Gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS, gimnasio especializado en entrenamiento físico y personal en la ciudad de Quito, para que dé respuesta, seguridad, confianza a las necesidades permanentes de nuestros clientes.

#### **5.1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Crear una buena e impecable imagen del Gimnasio en la mente de nuestros consumidores.

- Determinar las necesidades de los clientes.
- Realizar estrategias que fortalezcan la misión del Gimnasio.
- Examinar las actividades y procesos diarios realizados con nuestros clientes.

## **6. JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

El proyecto tiene como fin, la investigación para implementar un plan de mejoramiento, ya que existe una necesidad en el mercado, en la actualidad existe un sin número de personas que han dedicado su tiempo libre a realizar ejercicio, y en el mercado se han creado nuevos espacios donde su principal actividad es cuidar la salud de los clientes que acuden diariamente, con este antecedente se pretende mejorar la actividad del gimnasio y así obtener aceptación, confiabilidad y mayor afluencia de clientes para generar una mejor rentabilidad y potenciar la imagen de nuestro gimnasio en la mente de todos nuestros clientes.

Es importante que, mediante nuestro centro implementemos un hábito de cuidado y responsabilidad hacia la salud y así contribuir con la mejora personal de cada uno de nuestros clientes.

## **7. IDEA A DEFENDER**

El área de mejoramiento del gimnasio, consiste en ser un punto principal en la participación en el negocio, favorecerá el proceso del negocio, lo que generará nuevas estrategias que permitan resolver con eficiencia la problemática del servicio que brinda.

## **CAPÍTULO I**

### **1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Es fundamental considerar los aspectos teóricos que otros autores han aportado sobre las variables que se estudian en esta investigación relaciona a la empresa de gimnasio. Estas teorías van a ser el soporte fundamental para el análisis, evaluación, consideraciones y deducciones posteriores que se buscan obtener en esta investigación de tesis.

En lo que respecta a la Propuesta de un plan de mejora de la competitividad es importante conocer los fundamentos principales y las perspectivas de los autores que lo consideran y respaldan para entender sus principales características. Debemos tener en cuenta que para el mejoramiento gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS ya está en marcha, es decir que ya está avanzando aumentando sus unidades de negocios con la finalidad de crecer y ser más rentables. Sin embargo, un crecimiento no planificado ni controlado podría causar el fracaso de esta nueva unidad de negocio, o lo que es peor, la quiebra de toda la empresa.

#### **1.1. MARCO TEÓRICO**

##### **Plan de Mejoramiento**

Un plan de mejora es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento, el rendimiento educativo en nuestro caso. Pueden ser de muchos tipos: organizativas, curriculares, etc.

En concreto, en nuestro caso las medidas del plan deben tener como objetivo la mejora del rendimiento del alumnado y la disminución del fracaso escolar a la par que se mejora

en excelencia. El mejor desarrollo de las competencias escolares deberá ser el eje de cualquier mejora. (¿Qué es un plan de mejora?, s.f.)

## **Proyectos**

El autor (Urbina) al proyecto como “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, claro con tendencia a resolverse, la decisión de un proyecto no debe basarse en un solo punto de vista, es importante tomar decisiones que lleven por buen camino el desarrollo de todo proyecto”.

El diseño del producto, su precio, la forma y color de su empaque, y las tiendas donde se vende comunican algo a los compradores. Así, a pesar de que la mezcla promocional es la principal actividad de comunicación de la empresa, toda la mezcla de marketing (promoción y producto, precio y plaza) se debe coordinar para que la comunicación tenga mayor impacto. (Kotler y Armstrong, 2007:429)

## **1.2. MARCO CONCEPTUAL**

### **Estrategia**

Según el autor manifiesta que una estrategia “Es el conjunto de decisiones fijadas en un determinado contexto o plano, que proceden del proceso organizacional y que integra misión, objetivos y secuencia de acciones administrativas en un todo independiente”

### **Procesos**

Para (Just, 1996) Por lo general las compañías funcionan por departamentos, los cuales normalmente funcionan para maximizar sus propios objetivos y no los de la empresa. En la actualidad en las empresas se forman equipos interdepartamentales que administran los procesos empresariales centrales. (p. 5).

## **Presupuesto**

Es la expresión cuantitativa del plan de marketing y de los programas de acción.

## **F.O.D.A**

Una herramienta propia del análisis estratégico es el F.O.D.A, que consiste en evaluar al macro y micro entorno de la compañía.

## **Capacitación**

Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

## **1.3. MARCO LEGAL**

En la Constitución de la República del Ecuador se establece: La (Asamblea Nacional, 2014) En el Código de mejoramiento que se establece en el Artículo 143.- Actividad para un plan de mejoramiento de titulación

El Marco Legal con las documentaciones que tiene el gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS como empresa de servicio son:

Tiene Licencia de Funcionamiento en la Municipalidad del D.M.Q, por lo que cumple la Ley Orgánica de Municipalidades Ley N° 27972, la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento – Ley N° 28976, y la Ordenanza N° 408-MSB – Reglamento General de Licencia Municipal de Funcionamiento en el D.M.Q

Tiene Permiso de Defensa Civil, por lo que cumple las normas de participación ciudadana

Tiene Autorización expedida por el Instituto Nacional de Deporte

Tiene Plan de seguridad en Defensa Civil.

También nos apoyaremos en la Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte Ley N°28036

Tiene R.U.C de la SUNAT

**El Marco Legal que el gimnasio debe observar como empresa de servicio son:**

1. El lugar destinado para el uso de gimnasia o deportes para las personas, deberá permitir el cómodo desplazamiento de éstas y del personal, contando con ventilación, luz natural, artificial y temperatura adecuada.
2. Contarán con pisos de parquet, plástico o acondicionamiento flexible, deben ser elásticos, resistentes, sólidos, lisos y de limpieza fácil.
3. El piso debe ser antideslizante, especialmente en las áreas de circulación.
4. Los gimnasios deberán poseer servicios sanitarios diferenciados para varones y mujeres, con sus respectivas duchas
5. Queda prohibido el expendio de bebidas alcohólicas.
6. Los gimnasios que realicen la venta y suministros de productos nutricionales de presentación farmacológica, medicamentos y/o fármacos deberán contar con la autorización municipal correspondiente.
7. Contar con vestuarios, duchas y servicios higiénicos.
8. Contar con un botiquín de primeros auxilios.
9. Queda prohibido el funcionamiento de gimnasios en sótanos y en lugares lindantes con hospitales, sanatorios, escuelas y asilos o casa de reposo.
10. Deberá contar con una cobertura de servicios de emergencia médica para los usuarios y personal docente. Asimismo, deberán considerar necesariamente acondicionamiento acústico. La colocación del material aislante contra el ruido se hará en las paredes y

techos del local, sin afectar el sistema de ventilación del mismo. Esto de acuerdo Decreto de Alcaldía de la Ciudad de Quito N° 010-2016 del 21 de julio del 2016 publicado en el diario el peruano en normas legales.

### **Súper Intendencia de Compañías**

- La Doctrina No. 19 de la Superintendencia de Compañías reconoce el aspecto societario del objeto social manifestando que constituye un aspecto de esencia del contrato social -es su causa- y que no puede expresarse en forma ambigua. Efectivamente requiere ser expresado en forma muy concreta.
- El objeto está determinado por la categoría o categorías de actos para cuyo ejercicio se constituyó la sociedad. La actividad, en cambio, es el ejercicio efectivo de actos por la sociedad en funcionamiento.
- En esta actividad, cuando los representantes exceden notoriamente el objeto social, no obligan a la sociedad; y cuando sea ilícita, se incurre en la sanción de los arts. 18, 19 y 20.

### **1.4. MARCO TEMPORAL ESPACIAL**

La presente investigación se realizará durante el primer semestre del año 2019, en la ciudad de Quito.

## **CAPITULO II**

### **2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **2.1. ENTORNO EXTERNO**

##### **2.1.1. Clientes**

Clientes entre hombre y mujeres son fundamentales ya que de ellos depende el éxito del Gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS, es importante tener una buena relación con los clientes para poder interpretar lo que piensan acerca de nuestro gimnasio y a la vez escuchar sugerencias y así poder satisfacer sus necesidades para mejorar en lo que estamos fallando como gimnasio.

##### **2.1.2. Crecimiento de la población**

Al estar el Gimnasio posicionado en la zona y ubicado en la calle donde existe gran afluencia de personas, se puede realizar estrategias de mercado y fuerza de ventas para encaminar hacia la empresa el porcentaje de mujeres y hombres que hacen deporte esto constituye una oportunidad.

##### **2.1.3. Tecnología**

El gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS siempre está atento a los avances tecnológicos ya que contamos con máquinas y equipos importados desde los EE. UU estos equipos están en un excelente estado lo que nos convierte en un gran diferenciador corporativo a la hora de enfrentarnos a la competencia. la tecnología nos ayuda a obtener mayor posibilidad de éxito e incrementación en las ventas, mejorando el servicio y satisfaciendo la necesidad del cliente.

#### **2.1.4. Competencia**

Al tener una barrera de entrada de competidores media alta, en el sector se deben utilizar estrategias para mejorar el mal enfoque en filosofía organizacional, producción y operaciones y sus sistemas de información gerencial esto constituye una amenaza.

### **2.2. ENTORNO INTERNO**

#### **2.2.1. Infraestructura**

Los espacios subutilizados pueden ser de gran ayuda para mejorar la infraestructura del gimnasio, la infraestructura adecuada para brindar el servicio constituye un factor importante, pues de esta dependerá también la capacidad de servicio que se pueda ofertar.

Los espacios adecuados son de gran relevancia, ya que en cada uno de ellos contarán con los materiales deportivos necesarios, para que en ellos se pueda desarrollar sin ninguna dificultad todas las actividades de entrenamiento.

#### **2.2.2. Financiamiento**

Se debe realizar estrategias de mercado para llevar a la empresa una fortaleza y oportunidad de salud financiera media y alta, ya que la rentabilidad actual no es la adecuada aprovechando que el gimnasio tiene una clientela sumamente Fija.

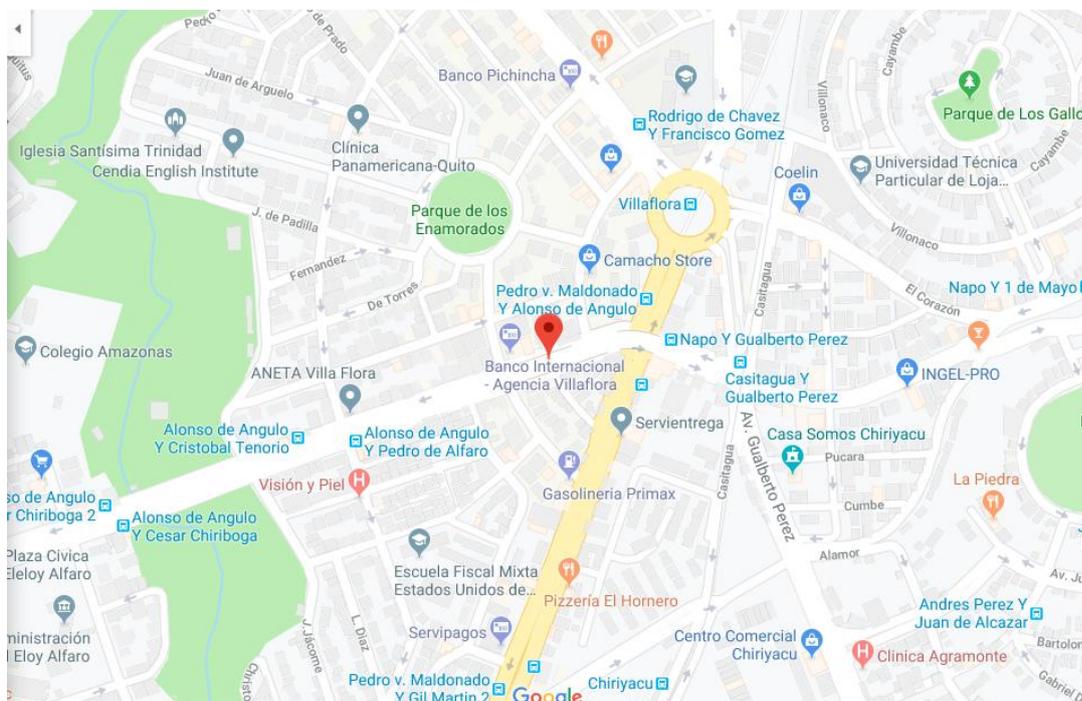
#### **2.2.3. Productividad**

La productividad para el gimnasio es un factor que se liga al rendimiento, la calidad del producto y la reducción del número de errores. La innovación juega un papel importante, pues es la única forma de conseguir una mejora y desarrollo de aspectos tecnológicos máquinas de producción de calidad en los materiales, que permitan producir más y con mayor calidad y eficacia, por medio de la innovación el gimnasio podrá ser más competitivo e

incluso lograr la obtención de nuevos servicios, por ejemplo, la comunicación con el cliente es un elemento esencial e indispensable para que el gimnasio como empresa sea más productivo.

#### 2.2.4. Localización

La localización geográfica del gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS está ubicado en la calle Alonso de Angulo, sur de Quito, Sector Atahualpa.



**Figura 2** Localización Gimnasio  
**Elaborado por:** Paredes S., 2019  
**Fuente:** Google maps

### 2.3. FODA

Tabla 1  
FODA

| FORTALEZAS  | DEBILIDADES  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen servicio al cliente.</li> <li>• Proveer los accesorios básicos para desarrollar el entrenamiento.</li> <li>• Precios competitivos.</li> <li>• Espacios dedicados a la salud y el bienestar.</li> <li>• Esquipo de trabajo capacitado para prestar el servicio.</li> <li>• Horarios flexibles.</li> <li>• Bonos de salud y belleza para motivar el cumplimiento de metas.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca experiencia en el mercado.</li> <li>• Limitada capacidad de expansión.</li> </ul>  |
| OPORTUNIDADES   | AMENAZAS   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto nivel de sedentarismo por falta de tiempo.</li> <li>• Alto potencial de crecimiento del sector.</li> <li>• Necesidad de las personas por verse y sentirse bien.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de imitación</li> <li>• Varios locales dedicados a brindar el mismo servicio.</li> <li>• Falta de procesos que contribuyan al buen manejo del gimnasio.</li> <li>• Promociones</li> </ul> |

Elaborado por: Paredes S., 2019

## **2.4. METODOLOGÍA**

### **Objetivo general**

Recabar información con el fin de generar un plan de mejoramiento para el gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS en el sector ciudadela Atahualpa, mediante la utilización de una encuesta a los actuales y potenciales usuarios del servicio.

### **Contexto**

La presente investigación se realizó en el sector ciudadela Atahualpa del sur de Quito Provincia de Pichincha MIA ISABELLA GYM FITNESS, su matriz está ubicada en las calles Alonso de Angulo Oe1-224 y Av. Atahualpa en la zona sur Parroquia sur Distrito Metropolitano de Quito, en la Provincia de Pichincha. El gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS es una empresa y negocio, de carácter privado; presta servicios a los clientes hace más de 3 años ofreciendo un mejor servicio para nuestros clientes su actual dueño es Santiago David paredes cordero actualmente cuenta con una estabilidad de máquinas para el uso de todos los clientes del sector y su función es normal de domingo a domingo excepto feriados todo esto tiene un sistema de entrenamiento continuo y de mejora en la actualidad contamos con 50 clientes dentro del gimnasio por lo cual el plan de mejoramiento para el gimnasio es que la cantidad de clientes se eleve a unas 200 personas inscritas.

### **2.4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.4.1.1. Exploratorio**

La presente investigación tiene en primera instancia un enfoque hacia nuestros clientes exploratorio ya que pretende generar un impacto, y una visión general del problema establecido como es el tipo de estrategias para venderle a nuestros clientes, ofrecerles un

mejor servicio actualmente estamos utilizando personas que trabajan en el plan de mejoramiento para el gimnasio

#### **2.4.1.2. Cualitativo**

La presente investigación es de carácter cualitativo en tanto que por un lado pretende narrar el acontecimiento objeto de análisis, para ello se vale de encuestas aplicadas a los clientes del sector (cualitativa); por otro lado, realizará el análisis de los datos obtenidos de manera estadística (cuantitativa).

#### **2.4.1.3. Participantes**

Los participantes seleccionados para la presente investigación son todos los clientes del gimnasio de distintos sectores, también se tomó en cuenta a los entrenadores del gimnasio que han trabajado con los clientes durante los últimos años.

#### **2.4.1.4. Métodos**

Los métodos utilizados en la presente investigación fueron los siguientes:

##### **2.4.1.4.1. Método inductivo**

A través de este método se pretendió analizar los hechos particulares de cada cliente en el uso de las estrategias utilizadas, con el propósito de generar mayor satisfacción al cliente que permitan estar estables, y estandarizar las acciones enfocadas a los clientes del gimnasio.

#### **2.4.1.4.2. Método estadístico**

En el siguiente capítulo se pondrá en práctica el método planteado, el cual consiste en la validación de la información obtenida a números que nos permitan realizar un análisis pertinente del tema en investigación, el cual va desde la recolección de información, su posterior tabulación, análisis y definición de conclusiones sólidas.

#### **2.4.1.4.3. Método Hermenéutico**

En el primer capítulo del presente trabajo de investigación se llevó a cabo la recolección, análisis e interpretación de toda la bibliografía disponible para la construcción de un marco teórico, permitiendo el contraste con los conocimientos adquiridos por la experiencia adquirida en el tema.

#### **2.4.1.5. Técnicas - Encuesta personal**

La técnica utilizada en la presente investigación corresponde a la encuesta personal, es decir el planteamiento de varios cuestionamientos en forma directa (cara a cara) con encuestado, el cual ha de poseer características específicas que son de interés para alcanzar los objetivos de la investigación, en este caso serían los clientes del gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS que en su momento fueron clientes del gimnasio.

#### **2.4.1.6. Instrumentos de investigación**

El instrumento de investigación utilizado fue el cuestionario el mismo que constó de preguntas cerradas a fin de evitar cualquier tipo de sesgo en las respuestas, dicho instrumento tubo encuesta distintas escalas de medición a fin de generar una mayor y mejor información al estudio.

#### **2.4.1.7. Procedimiento**

El desarrollo de la presente investigación estuvo estructurado en varias fases, cada una con sus características particulares, así tenemos:

##### **2.4.1.7.1. Primera fase - Preparatoria**

Esta etapa inicial permitió desarrollar claramente varias actividades, la primera la elaboración del marco teórico y contextualización de hechos relacionados; la segunda permitió la creación de objetivos y el diseño metodológico más adecuado y en tercer lugar apporto en el análisis de la información obtenida.

##### **2.4.1.7.2. Segunda fase – Trabajo de campo**

En esta fase se pudo materializar todo el diseño de la investigación que se había planificado, permitió la recolección de información por medio del instrumento diseñado, permitió además un acercamiento al grupo objeto de estudio para las posteriores reflexiones.

##### **2.4.1.7.3. Tercera fase - Analítica**

En esta fase se procedió a la elaboración de estadísticos que faciliten la interpretación de los resultados por medio de la elaboración de tablas, gráficos y su posterior análisis. Además, permitió la obtención y planteamiento de conclusiones y recomendaciones para el mejoramiento del problema en el gimnasio.

## 2.5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

### Pregunta N° 1 ¿Por qué razón vas o irías a un gimnasio?

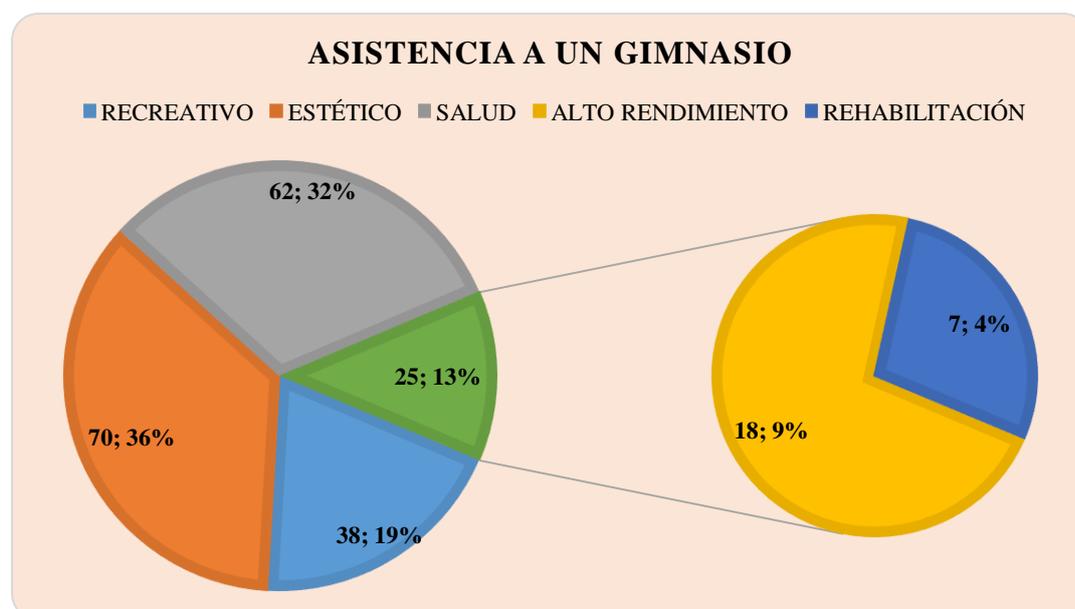
**Tabla 2**

*Asistencia a un gimnasio*

| ALTERNATIVAS     | FRECUENCIA | %           |
|------------------|------------|-------------|
| RECREATIVO       | 38         | 19%         |
| ESTÉTICO         | 70         | 36%         |
| SALUD            | 62         | 32%         |
| ALTO RENDIMIENTO | 18         | 9%          |
| REHABILITACIÓN   | 7          | 4%          |
| <b>TOTAL</b>     | <b>195</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta



**Figura 3** Asistencia a un gimnasio

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

### ANÁLISIS:

De las 195 personas encuestadas, el 36% que corresponde a 70 personas, respondieron por estética, mientras que el 32% equivalente a 62 personas que irían por salud

El 19% equivalente a 38 personas van por re creatividad, el 9% equivalente a 18 personas irían por alto rendimiento y el 4% que son 7 personas irían por rehabilitación.

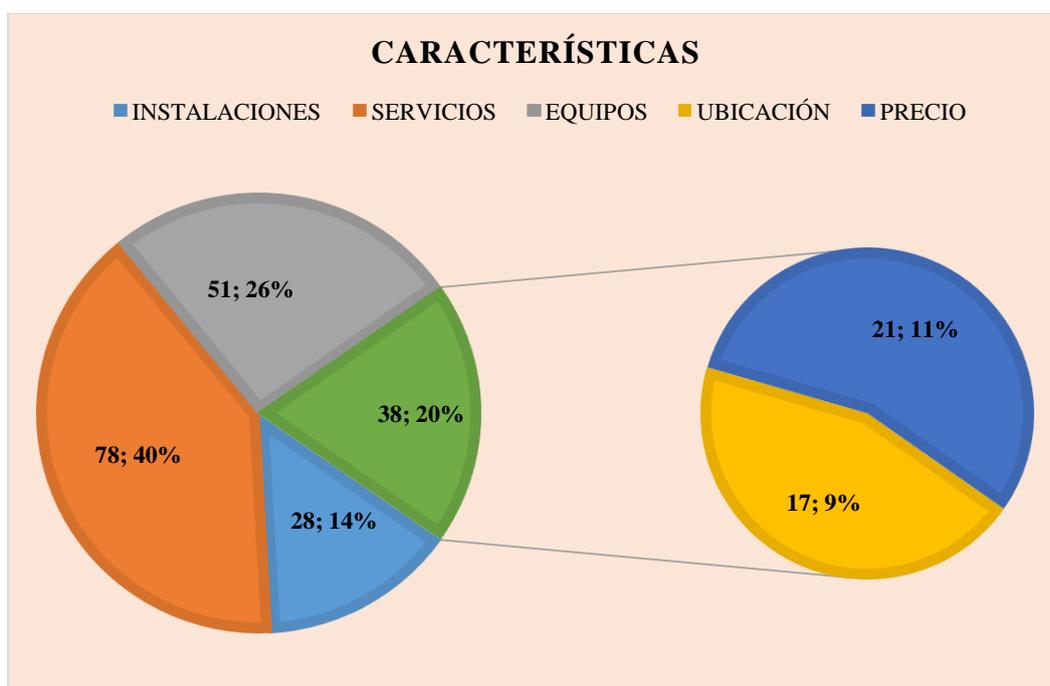
## Pregunta N° 2 ¿Qué característica le importa más de las siguientes?

**Tabla 3**  
*Características*

| ALTERNATIVAS  | FRECUENCIA | %           |
|---------------|------------|-------------|
| INSTALACIONES | 28         | 14%         |
| SERVICIOS     | 78         | 40%         |
| EQUIPOS       | 51         | 26%         |
| UBICACIÓN     | 17         | 9%          |
| PRECIO        | 21         | 11%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>195</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** Paredes S., 2019

**Fuente:** Encuesta



**Figura 4** Características

**Elaborado por:** Paredes S., 2019

**Fuente:** Encuesta

### ANÁLISIS:

Al 40% de las personas encuestadas valoran más el Servicio, en segundo lugar, con un 26% los equipos con los que cuenta.

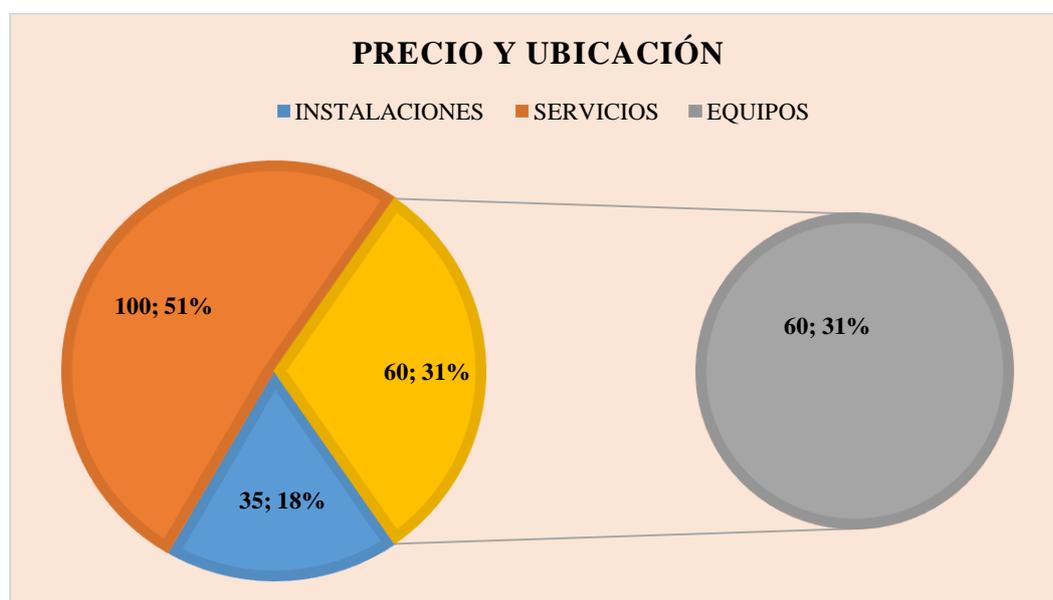
### Pregunta N° 3 ¿Si el precio y la ubicación están a tu alcance que te importaría más?

**Tabla 4**  
*Precio y Ubicación*

| <b>ALTERNATIVAS</b> | <b>FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|---------------------|-------------------|-------------|
| INSTALACIONES       | 35                | 18%         |
| SERVICIOS           | 100               | 51%         |
| EQUIPOS             | 60                | 31%         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>195</b>        | <b>100%</b> |

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta



**Figura 5** Precio y ubicación

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

### ANÁLISIS:

Si el dinero y la ubicación no son problema, los encuestados creen que el servicio es lo más importante con un 51%.

**Pregunta N° 4. En caso de que hubiera buen equipo y servicio, cual te gustaría más de esas cualidades?**

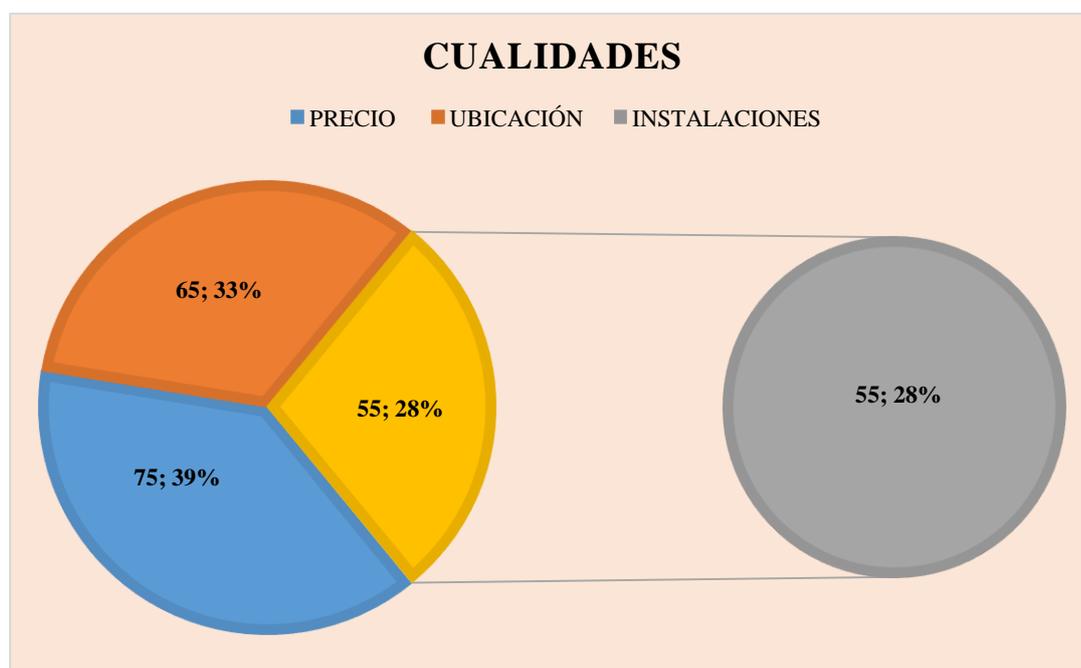
**Tabla 5**  
*Cualidades*

| ALTERNATIVAS  | FRECUENCIA | %           |
|---------------|------------|-------------|
| PRECIO        | 75         | 39%         |
| UBICACIÓN     | 65         | 33%         |
| INSTALACIONES | 55         | 28%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>195</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** Paredes S., 2019

**Fuente:** Encuesta

**Gráfico N° 4**



**Figura 6** *Cualidades*

**Elaborado por:** Paredes S., 2019

**Fuente:** Encuesta

#### **ANALISIS:**

Las personas encuestadas valoran el precio como punto principal con un 39% y con un 33% la ubicación.

**Pregunta N° 5 ¿Suponiendo que las instalaciones son aceptables/ adecuadas, que tanto te importan?**

**Tabla 6**

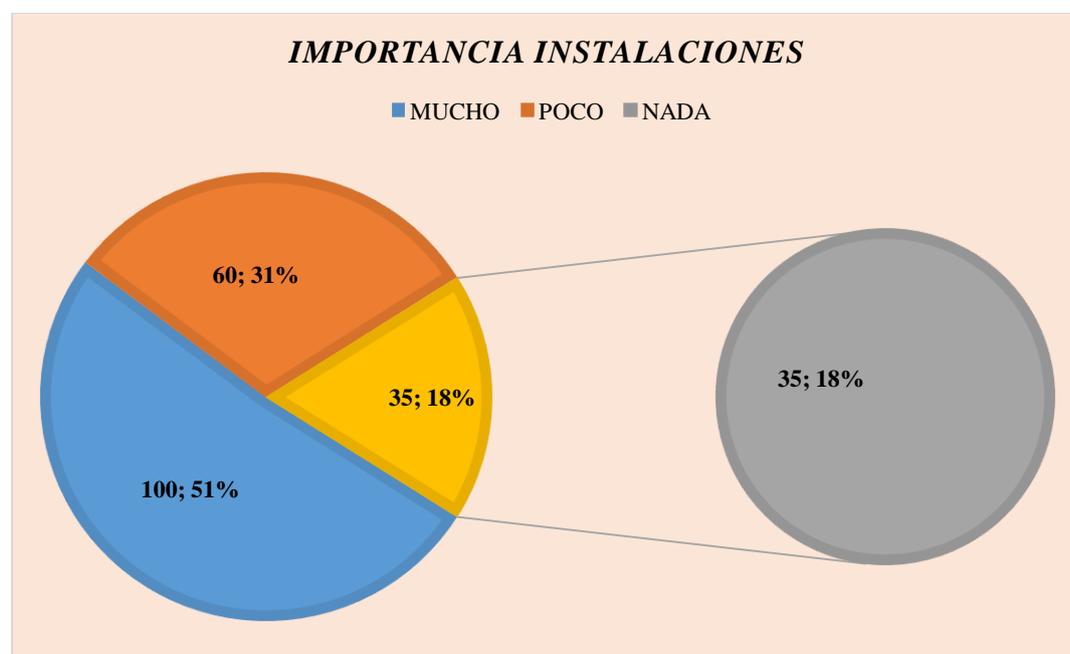
*Importancia instalaciones*

| <b>ALTERNATIVAS</b> | <b>FRECUENCIA</b> | <b>%</b>    |
|---------------------|-------------------|-------------|
| MUCHO               | 100               | 51%         |
| POCO                | 60                | 31%         |
| NADA                | 35                | 18%         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>195</b>        | <b>100%</b> |

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

**Gráfico N° 5**



**Figura 7** Importancia instalaciones

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

### ANALISIS:

Podemos interpretar que las instalaciones adecuadas son importantes. Para un 51% mucho, un 31% con poco y solo un 18% no le importa nada.

**Pregunta N° 6 ¿Qué observarías en un gimnasio más lejano, sobre uno que estuvieras más cerca?**

**Tabla 7**

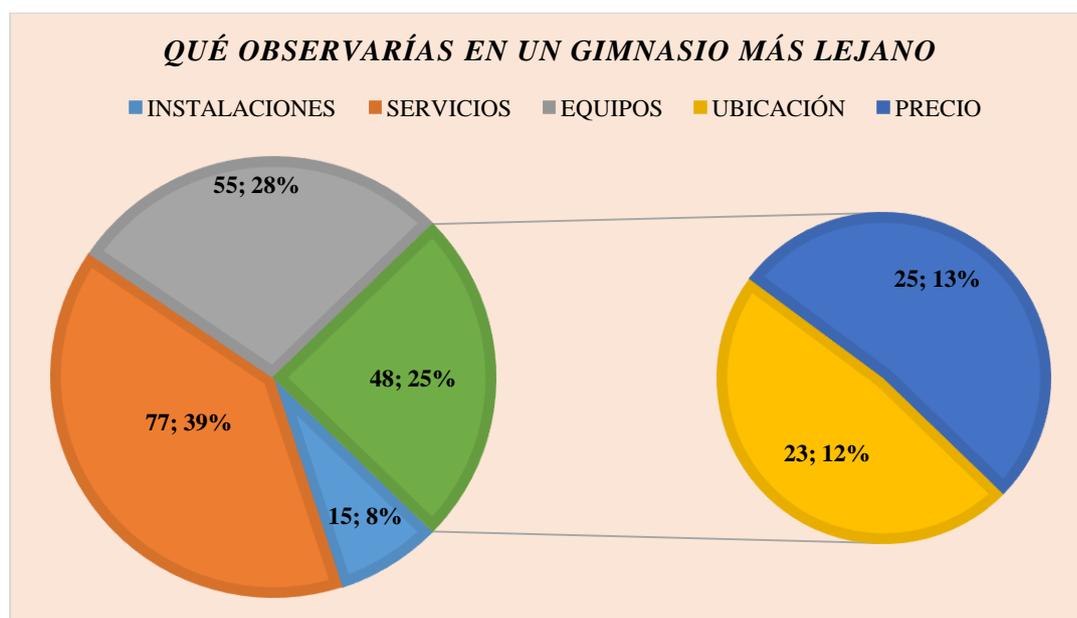
*Qué observarías en un gimnasio más lejano*

| ALTERNATIVAS  | FRECUENCIA | %           |
|---------------|------------|-------------|
| INSTALACIONES | 15         | 8%          |
| SERVICIOS     | 77         | 39%         |
| EQUIPOS       | 55         | 28%         |
| UBICACIÓN     | 23         | 12%         |
| PRECIO        | 25         | 13%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>195</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

**Gráfico N° 6**



**Figura 8** Qué observarías en un gimnasio más lejano

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

**ANÁLISIS:**

De acuerdo a los resultados el motivo por el cual se iría a otro gimnasio sería por los servicios ofrecidos con un 39%.

**Pregunta N° 7 ¿Si ya estás en un gimnasio que haría que te cambiaras a otro que ofrezca una oferta similar?**

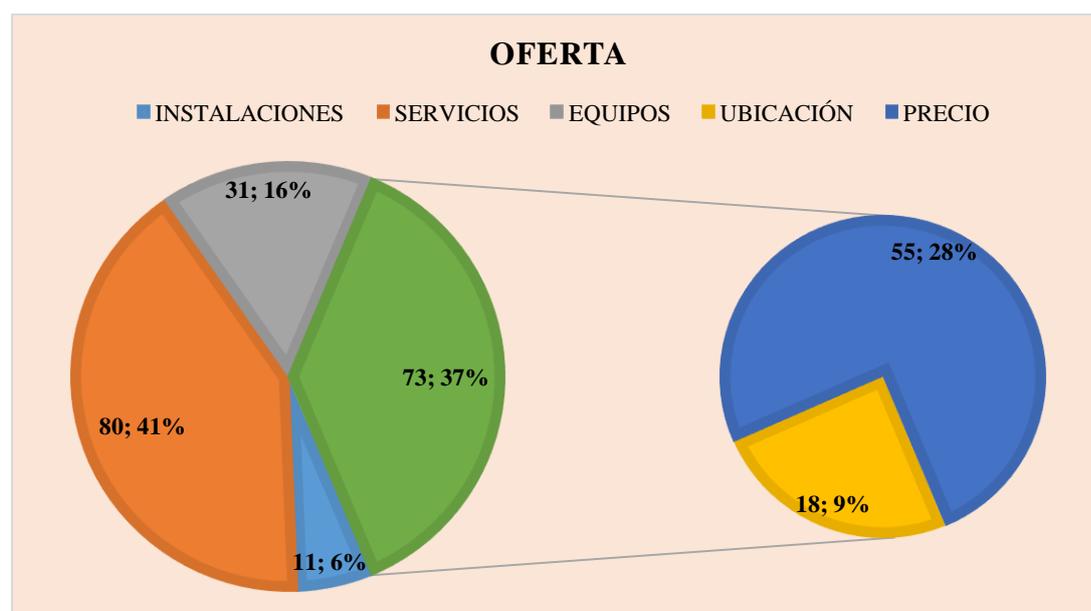
**Tabla 8**  
*Oferta*

| ALTERNATIVAS  | FRECUENCIA | %           |
|---------------|------------|-------------|
| INSTALACIONES | 11         | 6%          |
| SERVICIOS     | 80         | 41%         |
| EQUIPOS       | 31         | 16%         |
| UBICACIÓN     | 18         | 9%          |
| PRECIO        | 55         | 28%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>195</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

**Gráfico N° 7**



**Figura 9** Oferta

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

### ANALISIS:

Un buen servicio es el motivo principal para hacer un cambio con un 41%.

### Pregunta N° 8. ¿Qué disciplinas te gustaría que brindaran en un gimnasio?

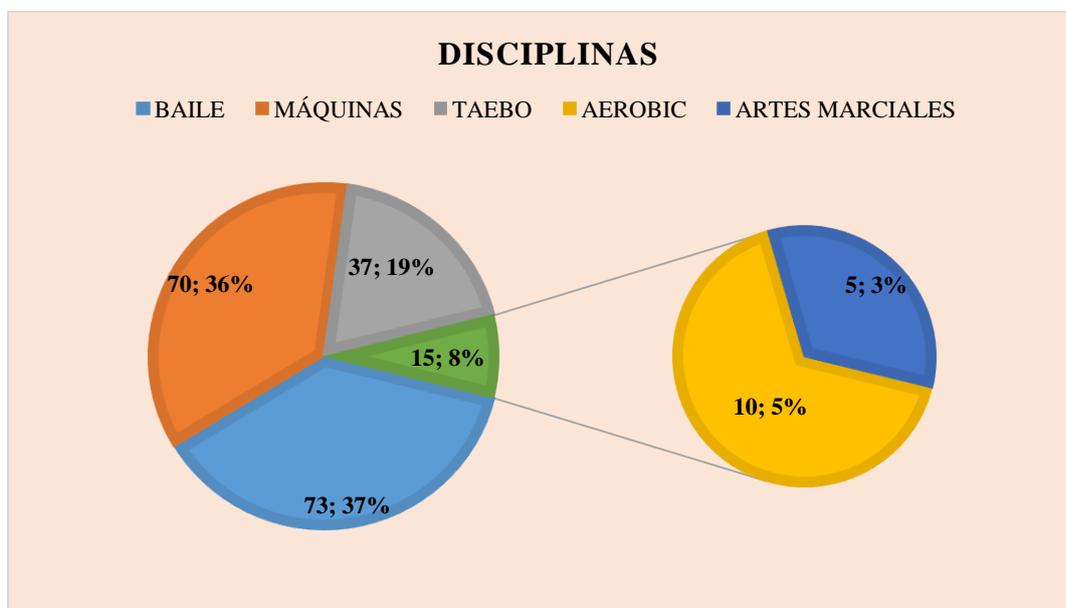
**Tabla 9**  
*Disciplinas*

| ALTERNATIVAS    | FRECUENCIA | %           |
|-----------------|------------|-------------|
| BAILE           | 73         | 37%         |
| MÁQUINAS        | 70         | 36%         |
| TAEBO           | 37         | 19%         |
| AEROBIC         | 10         | 5%          |
| ARTES MARCIALES | 5          | 3%          |
| <b>TOTAL</b>    | <b>195</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

### Gráfico N° 8



*Figura 10* Disciplina

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

### ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados las disciplinas que les gustaría que brindaran en un gimnasio con un 37% adoptarían por baile, 36% por máquinas y taebo en tercer lugar con un 19%.

## 9. ¿En qué rango de Horario irías?

**Tabla 10**

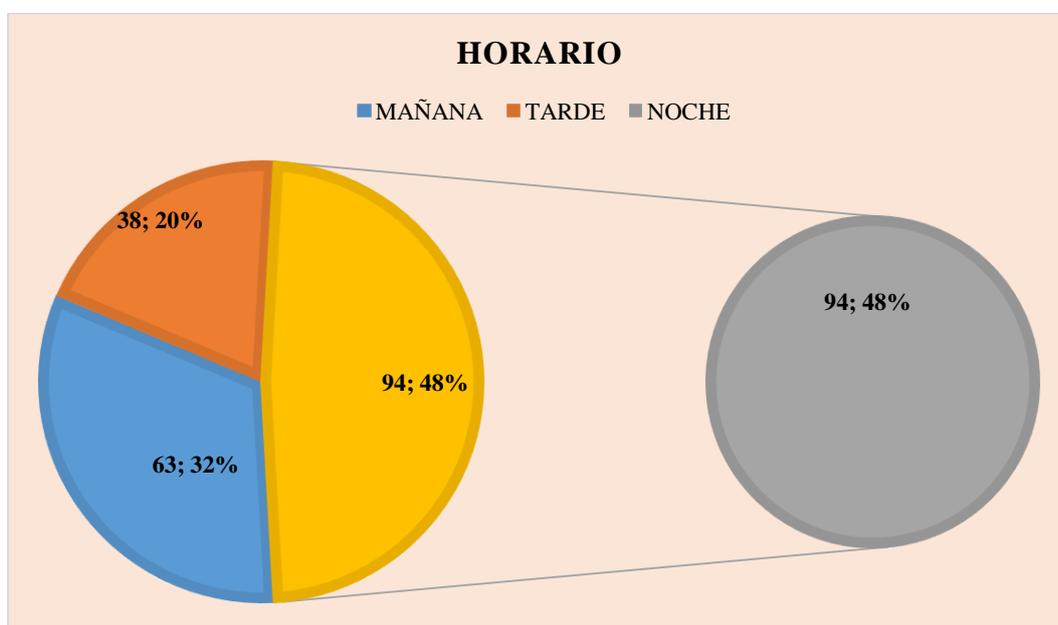
*Horario*

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | %           |
|--------------|------------|-------------|
| MAÑANA       | 63         | 32%         |
| TARDE        | 38         | 20%         |
| NOCHE        | 94         | 48%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>195</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

### Grafico N° 9



*Figura 11* Horario

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

### ANALISIS:

El 48% iría en la noche. Las personas trabajan y tiene más tiempo libre en la noche.

**Pregunta N° 10. ¿Si estuviera abierto de lunes a viernes cuantos días de la semana te gustaría ir?**

**Tabla 11**

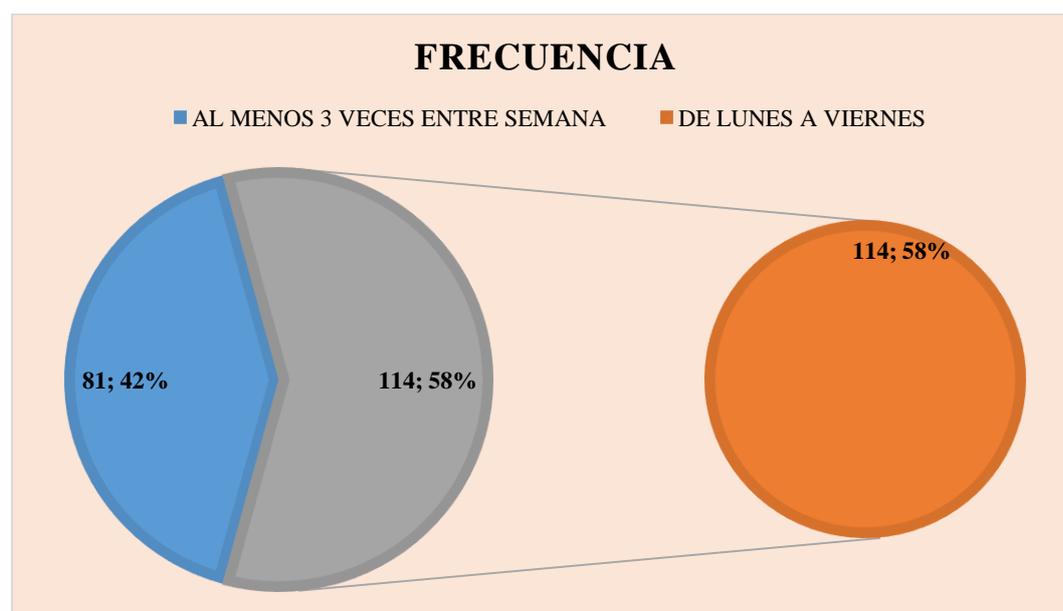
*Asistencia al gimnasio*

| ALTERNATIVAS                  | FRECUENCIA | %           |
|-------------------------------|------------|-------------|
| AL MENOS 3 VECES ENTRE SEMANA | 81         | 42%         |
| DE LUNES A VIERNES            | 114        | 58%         |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>195</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

**Gráfico N° 10**



**Figura 12** Asistencia al gimnasio

Elaborado por: Paredes S., 2019

Fuente: Encuesta

### ANÁLISIS:

El 58% respondió que asistiría de lunes a viernes.

### **2.5.1. Interpretación Análisis e interpretación de los resultados**

- De acuerdo a los resultados, los posibles usuarios optan por la característica que más le importa en un gimnasio es sobre el servicio que brindaría ya que tiene un 40% en el cual es lo que más les llamaría la atención.
- En cuanto al horario un 48% irían en la noche ya que la mayoría de las personas trabajan y tienen más tiempo libre en la noche.
- De acuerdo a los resultados las preferencias en cuanto a las disciplinas que les gustaría que brindara el gimnasio tenemos que sobresale baile con un 37% y Maquinas con un 36% así mismo en tercer lugar tenemos a Taebo con un 19% de aceptación.
- De acuerdo con los resultados arrojados por la encuesta se determina que el proyecto es viable en términos de intención de compra del servicio por parte de los encuestados, con un 77% de respuestas afirmativas.
- En cuanto a disposición de pago se evidencio que la mayoría de los encuestados (67%) se inclinó por un rango de precio menor a 40 Dólares \$.

## CAPITULO III

### 3. PROPUESTA

#### 3.1. INTRODUCCIÓN

El presente Plan de Mejoramiento se desarrolla en base a la falta de publicidad que se ha presentado en este último año en el Gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS ubicado en la Alonso de Angulo y Juan Torres del Distrito Metropolitano de Quito.

A través de los diseños de publicidad que se implementara en el Gimnasio se pretende que los habitantes conozcan la existencia del gimnasio donde puedan encontrar variedad de máquinas de calidad que provienen del extranjero de la empresa Life Fitness con mejoramiento y exclusividad para nuestros clientes , con la implementación de la publicidad y de los conocimientos adquiridos mediante lo estudiado en la carrera de Asistente de Gerencia se busca incrementar el porcentaje de clientes para el gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS por lo que se realizarán distintas actividades de mejoramiento.

También se determinó la situación competitiva en la que se encuentra el gimnasio por los precios accesibles, variedad de máquinas de productos de vitaminas de asesoramiento personal lo que esto permite satisfacer las necesidades del cliente.

Finalmente se establece de acuerdo a todos los estudios realizados se procederá a la propuesta de un Plan de Mejoramiento promocional con el único fin de lograr un mejor posicionamiento de la empresa a base de objetivos estratégicos, objetivos de mejor posicionamiento de la empresa a base de objetivos estratégicos, objetivos específicos para llevar metas, acciones, políticas responsables y un presupuesto para el alcance de cada objetivo que implementará el gimnasio.

## **3.2. ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR EL PLAN DE MEJORAMIENTO**

- Atención al cliente
- Software gestión
- Evaluación de metas

### **3.2.1. ATENCIÓN AL CLIENTE**

#### **3.2.1.1. OBJETIVOS**

- ✓ Brindar un servicio integral el cual se traduce tanto en el cuidado de la salud, la actividad física, la estética, como en la recreación de cada uno de los clientes, buscando de esta manera realizar todos los esfuerzos necesarios para poner en primer lugar a la persona y brindarle la mejor comodidad dentro de la organización.
- ✓ Captar la mayor cantidad de clientes.
- ✓ Generar un sentido de pertenencia hacia la organización.
- ✓ Brindar un espacio a profesionales jóvenes.
- ✓ Motivar e instruir a los empleados.
- ✓ Transmitir las creencias y valores propios del gimnasio.

Transmitir los lineamientos generales del gimnasio, brindando las herramientas necesarias para que los empleados puedan desempeñar sus funciones y tareas de manera eficiente.

Transformamos lo complicado en simple. Pensando en tu comodidad como cliente, contamos con diferentes servicios online como inscripción, transferencia de unidad, etc. Así como entrenamientos pensados para que los realices de forma autónoma, Nuestro objetivo como gimnasio es entregar Fitness de alta calidad, haciéndola accesible para todos los clientes y se sientan como en casa y satisfechos por nuestro trabajo. Es por eso que nuestro gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS cuenta con la tecnología e instalaciones adecuadas para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios.

### **3.2.1.2. TAREAS**

En cuanto al personal e instructores que trabajan en el gimnasio, las tareas que les competen son las de elaboración de nuevos planes de ejercicio y el control y seguimiento de los clientes que están ejercitándose.

Los miembros del área de promoción y ventas, ejecutan actividades de recepción de clientes, toman datos, elaboran planillas para el registro de planes vendidos y por cobrar, mientras que desarrollan la acción de telemarketing. Las promotoras y promotores, entregan folletería en el ingreso del gimnasio invitando al cliente a ingresar al gimnasio. Mientras muestra las instalaciones al cliente, verbalmente va informando acerca de los servicios, planes, actividades y precios.

### **3.2.1.3. ACCIONES**

1. Curso de capacitación para Atención al Cliente en el Gimnasio MIA ISABELLA GYM FITESS
2. Encuesta de satisfacción
3. Presupuesto

### 3.2.1.3.1. CRONOGRAMA

**Tabla 12**  
*Cronograma curso de capacitación*

|                               | SEMANA 1 | SEMANA 2 | SEMANA 3 |
|-------------------------------|----------|----------|----------|
| BUSCAR LUGAR                  |          |          |          |
| INVITAR PARTICIPANTES         |          |          |          |
| CONTRATAR COUCHING            |          |          |          |
| DESARROLLO DEL CURSO          |          |          |          |
| <b>FINALIZACION DEL CURSO</b> |          |          |          |

**Elaborado por:** Paredes S., 2019

### 3.2.1.3.2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

**Tabla 13**  
*Encuesta de satisfacción*

| ACTIVIDADES                 | SEMANA 1 | SEMANA 2 | SEMANA 3 |
|-----------------------------|----------|----------|----------|
| REUNION ( LLUVIA DE IDEAS ) |          |          |          |
| ELABORACION CUESTIONARIO    |          |          |          |
| IMPRIMIR                    |          |          |          |
| <b>APLICAR ENCUESTA</b>     |          |          |          |

**Elaborado por:** Paredes S., 2019

**Fuente:** Encuesta

### 3.2.1.3.3. PRESUPUESTO

**Tabla 14**  
*Presupuesto*

|              | COSTO | COSTO | COSTO TOTAL   |
|--------------|-------|-------|---------------|
| LUGAR        | 1     | 150   | \$ 150        |
| INVITADOS    | 20    | 2     | \$ 40         |
| COUCHING     | 1     | 400   | \$ 400        |
| <b>TOTAL</b> |       |       | <b>\$ 590</b> |

**Elaborado por:** Paredes S., 2019

1. ¿Se siente satisfecho con la atención brindada?
  - a. Si
  - b. No
2. ¿Cumplen sus expectativas los servicios prestados?
  - a. Si
  - b. No
3. ¿Cuántas veces viene al mes?
  - a. 1 semana
  - b. 2 semanas
  - c. 3 semanas
  - d. Todo el mes
4. ¿Las instalaciones del gimnasio son cómodas y favorables?
  - a. Si
  - b. No
5. ¿Le entregan facturas correspondientes al servicio brindado?
  - a. Si
  - b. No
6. ¿la gama de maquinaria y pesas ofrecidas son de su conveniencia?
  - a. Si
  - b. No
7. ¿Usa el servicio de dieta que ofrece el instructor?
  - a. Si
  - b. No
8. ¿Cuándo solicita asesoría en un ejercicio, la atención es oportuna?
  - a. Si
  - b. No
9. ¿Cree usted que hace falta más maquinaria y/o pesas?
  - a. Si
  - b. No
  - c. cuales
10. ¿Se siente satisfecho con las instalaciones del área pesas, spinning y aeróbicos?
  - a. Si
  - b. no

*Figura 13* Ejemplo de encuesta  
Elaborado por: Paredes S., 2019

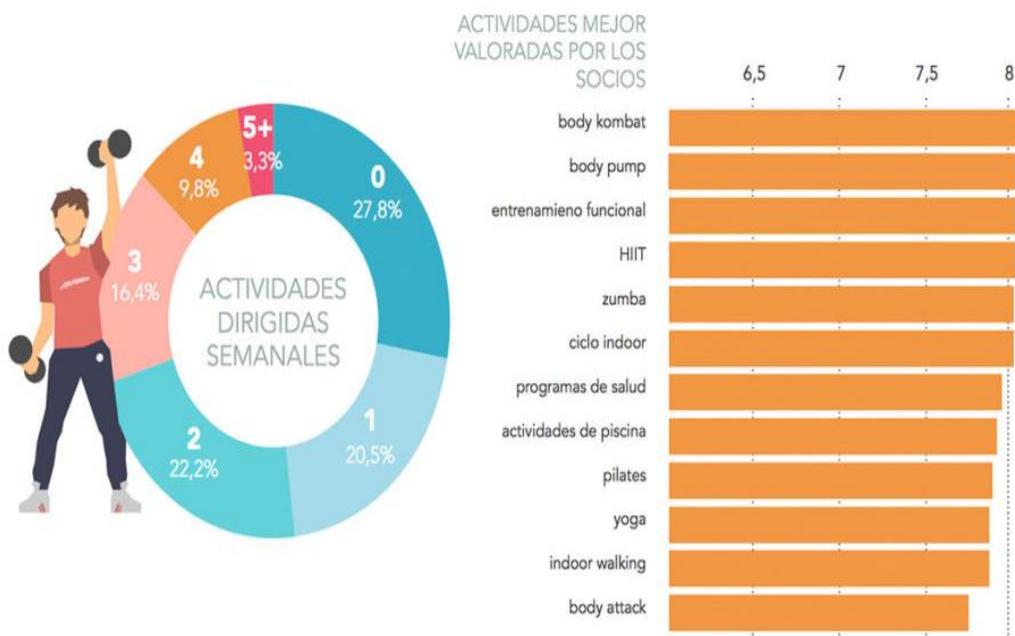
### 3.2.2. Descripción de la tarea

El dueño cumple la función de formular estrategias en la línea política y de negocios. Toma todas las decisiones inherentes a la operación del negocio, los aspectos económicos del gimnasio (inversiones, monto de los sueldos, contrataciones), la modalidad de trabajo del mismo, las incorporaciones de nuevos servicios, y sobre la comunicación con el público interno. Tiene como tarea recorrer diariamente el gimnasio y trabaja conjuntamente con el Gerente en la formulación de estrategias de ventas de nuevos productos y servicios.

El Gerente tiene como función comunicarse con los empleados de las áreas para transmitir las instrucciones de trabajo y gestionar el gimnasio, como así también, tomar decisiones inherentes a la operación diaria del gimnasio, como pagar sueldos, otorgar permisos, controlar a los empleados que realicen su trabajo, impartir órdenes, incentivarlos y comunicarse con el público interno (transmitiendo las decisiones tomadas por el dueño). Las tareas que lleva a cabo son las de: ventas, la cual es fundamental ya que le ocupa 6 horas de su carga horaria, comprar los insumos, realizar tareas bancarias y administrativas, recibir las demandas de los empleados, atender al público, realizar tareas de control, impartir órdenes necesarias para el desempeño de las funciones de los empleados y llevar a cabo la tarea de ventas.

Los integrantes del área de profesionales atienden a los pacientes a través de turnos pedidos y establecidos con anterioridad. Su tarea consiste en brindar un servicio óptimo de salud a los clientes y su continuo seguimiento.

### 3.2.2.1. Diseño de la encuesta



**Figura 14** Diseño de la Encuesta  
Elaborado por: Paredes S., 2019

### 3.2.2.2. Mantenimiento de equipos

#### Objetivo:

El Mantenimiento de los equipos es uno de los puntos que más se deben cuidar. Hay que seguir siempre las instrucciones del fabricante para tener la certeza de que se utilizan los productos de limpieza adecuados y que no dañarán el material. Quitar el polvo y cualquier resto de suciedad de las máquinas al terminar el día es otra cuestión a tener en cuenta, para evitar que se obstruyan las rejillas de ventilación o que se recaliente el motor.

Los entrenadores personales de tu sala de fitness deben conocer cómo funcionan las máquinas de las que serán responsables y a qué tipo de ejercicio están destinadas. Una formación especializada servirá para que cada monitor realice el mantenimiento diario y semanal pertinente de los equipos.

Una apropiada señalización de cada máquina fitness con sencillos esquemas que ilustren a los usuarios sobre qué ejercicios pueden efectuar en ellas, hará que la visión de los clientes sobre tu gimnasio mejore, a la par que ayudará a preservar los equipos. Una breve guía con algunas sencillas normas para su uso, también servirá para que el rendimiento y el mantenimiento de las máquinas de gimnasio mejore.

Las nuevas tecnologías se han ido incorporando poco a poco al sector. Hoy en día todos los equipos incluyen sistemas que miden la velocidad a la que se efectúa una determinada actividad física, la distancia recorrida o las calorías quemadas. No obstante, aunque cada máquina tiene unas características propias en lo que se refiere al cuidado de sus consolas hay tres premisas fundamentales: mantener el software actualizado, limpiar siempre el sudor para que no se estropee y se corroan los circuitos y acudir a un especialista si sucede algún fallo técnico.

Por supuesto, debes tener en cuenta que cada máquina es única y que no es lo mismo el mantenimiento de bicicletas y elípticas que el cuidado de una máquina de musculación.

### **3.2.2.3. Acciones**

Programar y Realizar horarios rotativos con los trabajadores de limpieza y mantenimiento.

**Tabla 15***Acciones*

| Actividades                              | Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 | Semana 5 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| Nombres de los trabajadores de los baños |          |          |          |          |          |
| Nombres de los trabajadores de limpieza  |          |          |          |          |          |
| Hora de llegada hora de finalización     |          |          |          |          |          |

**Elaborado por:** Paredes S., 2019

### 3.2.2.4. Presupuesto

**Tabla 16***Presupuesto*

|                        | Costo | Costo | Costo total |
|------------------------|-------|-------|-------------|
| Materiales de limpieza | 100   | 100   | 200         |
| Accesorios             | 150   | 150   | 200         |
| Total                  |       |       | 400         |

**Elaborado por:** Paredes S., 2019

### 3.2.2.5. Diseño de la ficha

| FICHA INTEGRADA DE MANTENIMIENTO/REVISIÓN DE SEGURIDAD DE EQUIPOS |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |
|---|----------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------|---------------------------|-------|--------------------------|-------|--------------------------|---|----------------------------------|-------|--------------------------|-------|
| Tipo máquina/equipo:  |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          | Código:   |                                  |       |                          |       |
| Responsable de la revisión:                                       |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          | Mes:  |                                  |       |                          |       |
| ASPECTOS A REVISAR  | FRECUENCIA DE REVISIÓN (*) |                             | FRECUENCIA DE REVISIÓN SEMANAL |       |                           |       |                          |       |                          |   | FRECUENCIA DE REVISIÓN QUINCENAL |       |                          |       |
|   | Fecha                      |                             | Fecha                          |       | Fecha                     |       | Fecha                    |       | Fecha                    |   | Fecha                            |       | Fecha                    |       |
|   | Cód.                       | Firma                       | Cód.                           | Firma | Cód.                      | Firma | Cód.                     | Firma | Cód.                     | Firma   | Cód.                             | Firma | Cód.                     | Firma |
| <b>MANTENIMIENTO</b>  |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |
| 1   | <input type="checkbox"/>   | _____                       |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |
| 2   | <input type="checkbox"/>   | _____                       |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |
| 3   | <input type="checkbox"/>   | _____                       |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |
| <b>LIMPIEZA</b>   |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |
| 1   |                            |                             | <input type="checkbox"/>       | _____ | <input type="checkbox"/>  | _____ | <input type="checkbox"/> | _____ | <input type="checkbox"/> | _____   |                                  |       |                          |       |
| 2   |                            |                             | <input type="checkbox"/>       | _____ | <input type="checkbox"/>  | _____ | <input type="checkbox"/> | _____ | <input type="checkbox"/> | _____   |                                  |       |                          |       |
| 3   |                            |                             | <input type="checkbox"/>       | _____ | <input type="checkbox"/>  | _____ | <input type="checkbox"/> | _____ | <input type="checkbox"/> | _____   |                                  |       |                          |       |
| <b>SEGURIDAD</b>  |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |
| 1   |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   | <input type="checkbox"/>         | _____ | <input type="checkbox"/> | _____ |
| 2   |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   | <input type="checkbox"/>         | _____ | <input type="checkbox"/> | _____ |
| 3   |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   | <input type="checkbox"/>         | _____ | <input type="checkbox"/> | _____ |
|   |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          | (*) La frecuencia de revisión del mantenimiento vendrá determinada por las especificaciones del fabricante contenidas en el manual de instrucciones, los resultados obtenidos en revisiones anteriores y, en su caso, por el conocimiento y experiencia en el uso del equipo. En el caso de detectar anomalías en algunos aspectos, se le asignará un código numérico y se cumplimentará el cuadro anterior indicando las anomalías detectadas y las acciones que se han llevado a cabo para subsanarlas. |                                  |       |                          |       |
| <b>COD.</b>   |                            | <b>ANOMALÍAS DETECTADAS</b> |                                |       | <b>ACCIONES ADOPTADAS</b> |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |
| <input type="checkbox"/>  |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |
| <input type="checkbox"/>  |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |
| <input type="checkbox"/>  |                            |                             |                                |       |                           |       |                          |       |                          |   |                                  |       |                          |       |

Figura 15 Diseño de ficha

Elaborado por: Paredes S., 2019

### 3.2.2.6. Mantenimiento baños y duchas

#### Descripción de la tarea

El personal de limpieza de los baños y duchas del gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS mientras realizan las tareas específicas de limpieza de los espacios pre terminados, señalados e indicados, también deben mantener en orden y en condiciones los elementos de ejercicio. A su vez, deben supervisar que las luces y ventiladores y las duchas estén en estabilidad y limpias el mayor tiempo posible porque la higiene para los clientes que van al gimnasio es un hábito común que se puede ofrecer para que se sientan como en casa, también verificar las cosas que no están en uso el agua las luces, estén apagados para contribuir al ahorro energético y vital del gimnasio así tener un mejor estilo de vida y contribuir a la naturaleza ahorrando agua y energía.



| PLAN SMART   | PLAN BLACK   |
|--|--|
| Para quien le gusta entrenar solo  | 5 pases al mes para entrenar con tus amigos  |
| Mensualidades desde S/ 21.90   | Mensualidades desde S/ 29.90   |
| <b>¡INSCRÍBETE YA!</b>   | <b>¡INSCRÍBETE YA!</b>   |
| <b>ACTIVIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Área de musculación y entrenamiento aeróbico</li> <li>▶ Clases Abiertas</li> </ul> <b>BENEFICIOS INCLUIDOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Área de musculación y cardiovascular</li> <li>▶ Sin cargo por cancelación</li> </ul> | <b>ACTIVIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Área de musculación y entrenamiento aeróbico</li> <li>▶ Clases Abiertas</li> </ul> <b>BENEFICIOS INCLUIDOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Acceso a otros gimnasios de la cadena</li> <li>▶ Área de musculación y cardiovascular</li> <li>▶ Sillones de masaje</li> <li>▶ Camiseta exclusiva</li> <li>▶ 5 Pases para Invitados</li> </ul> |

**Figura 17** Diseño Marketing  
**Elaborado por:** Paredes S., 2019

### 3.2.3. EVALUACIÓN DE METAS

#### Objetivo:

Verificar los alcances que tienen los clientes a lo largo de las semanas o meses que se encuentran en la actividad física cumpliendo sus actividades físicas para que así logren sus metas en corto mediano y largo plazo con un enfoque adecuado e identificando un punto de partida para proponer en tiempo el registro de la actividad y rutinas diarias.

#### ACCIONES

1. Hacer un cronograma para el avance de resultados de nuestros clientes desde el día 0 hasta el día 60

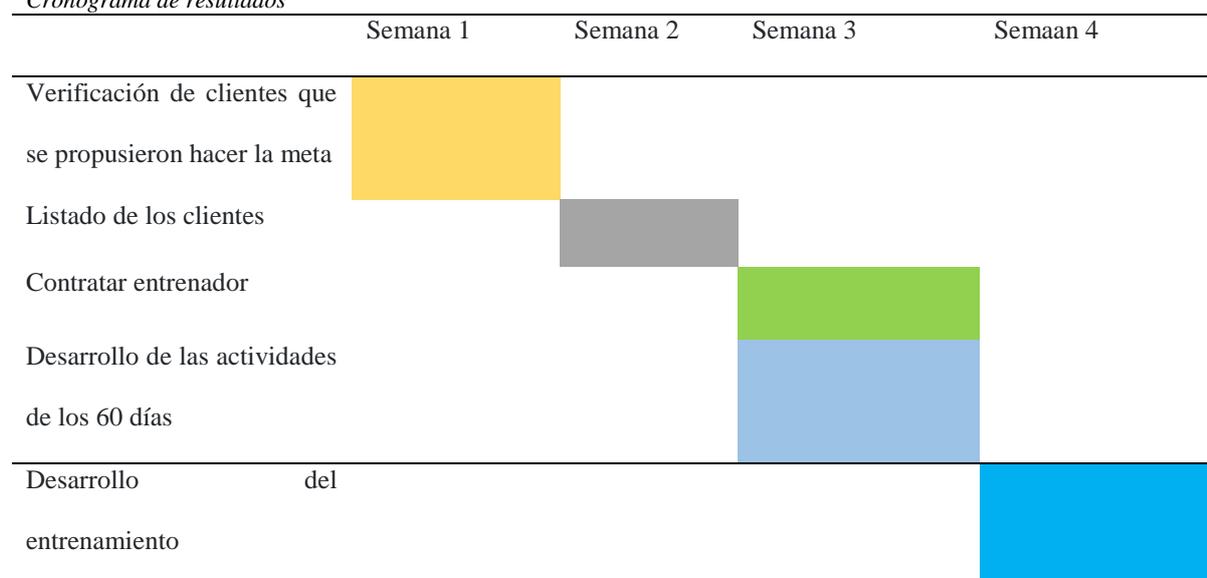
## 2. Encuesta de satisfacción

## 3. Presupuesto

### CRONOGRAMA AVANCE DE RESULTADOS

**Tabla 17**

*Cronograma de resultados*



**Elaborado por:** Paredes S., 2019

### Presupuesto evaluación de metas

**Tabla 18**

*Presupuesto Evaluación de metas*

|              | CANTIDAD | COSTO | COSTO TOTAL   |
|--------------|----------|-------|---------------|
| Lugar        | 1        | 30    | \$ 30         |
| Clientes     | 100      | 2     | \$ 200        |
| Entrenador   | 1        | 300   | \$ 300        |
| <b>Total</b> |          |       | <b>\$ 530</b> |

**Elaborado por:** Paredes S., 2019

### **3.2.4. Descripción de la actividad**

Lo que vamos a implementar para tu objetivo son 5 ejercicios altamente intensos, efectivos para que tus propósitos que vas a tener en tu mente sean cumplidos y llegues a la meta:

#### **Smart MIA Shape**

Es un espacio adentro del gimnasio diseñado para entrenamientos de alta intensidad, basado en intervalos y pensado para distintos niveles de entrenamiento físico.

#### **Smart MIA Box**

Es un espacio diseñado para entrenamientos funcionales, equipado con máquinas y accesorios Smart que constan de 4 estaciones.

#### **Smart MIA HIT**

Es un entrenamiento que se ejecuta en la zona cardiovascular de Smart Fit. Cuenta con una variedad de fichas en las que consta un nivel de intensidad y tiempo de entrenamiento. Se ajustan tanto a nivel de principiantes como a grandes atletas profesionales.

#### **Smart MIA Class**

Salón de clases grupales, ¡la mejor combinación entre diversión y ejercicio

#### **MIA HIIT**

Se puede realizar en un área libre, con una TV instalada, en la cual los participantes pueden acompañar las orientaciones para diferentes entrenamientos. El HIIT eleva el metabolismo, haciendo que el cuerpo continúe quemando calorías por algunas horas después de los ejercicios.

Con estos 5 entrenamientos en 1 mes vas a tener los resultados que como gimnasio prometemos y damos lo mejor para nuestros clientes y estén satisfechos en sus cambios y metas.

#### 4. CONCLUSIONES

- El proyecto realizado ha contribuido de manera muy importante para identificar y resaltar los puntos que hay que cubrir y considerar para llevar a cabo un plan de mejoramiento para el Gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS a fin de alcanzar una implementación exitosa para ellos.
- Al analizar el entorno en el cual se desenvuelve el gimnasio se observó que no cuenta con una cultura organizacional y una atención al cliente adecuado por ser una empresa unipersonal, sino que responde a las necesidades y es eminentemente reactiva, las decisiones se las toma para el momento.
- El mejoramiento continuo permitirá al gimnasio ser más eficiente y competitivo fortalezas que le ayudaran a permanecer en el mercado por décadas.

## 5. RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar el gimnasio con equipos modernos y variedad de rutinas deportivas para motivar a nuevos usuarios y captar la atención del plan de mejoramiento para el gimnasio MIA ISABELLA GYM FITNESS
- Se recomienda realizar un adecuado proceso de selección de personal, contratando a personas orientadas al cumplimiento de los valores del gimnasio establecidos en la misión y visión.
- Se recomienda orientarse hacia el desarrollo de nuevos servicios aprovechando la amplitud de las instalaciones, así como también ampliar la frecuencia diaria de las rutinas deportivas.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- *¿Qué es un plan de mejora?* (s.f.). Obtenido de ¿Qué es un plan de mejora?:  
[https://www.educacion.navarra.es/documents/57308/57761/Que%20es\\_un\\_plan\\_de\\_mejora.pdf/c300e8bc-1606-40c0-8a20-22ce1895bc04](https://www.educacion.navarra.es/documents/57308/57761/Que%20es_un_plan_de_mejora.pdf/c300e8bc-1606-40c0-8a20-22ce1895bc04)
- *Auditoria de mercadotecnia.* (s.f.). Mexico D.F: tRILLAS.
- *Evaluación de Proyectos. Obtenido de Evaluación de Proyectos.* (s.f.). Obtenido de Evaluación de Proyectos. Obtenido de Evaluación de Proyectos.
- Paredes Cordero, S. D. (2019). Arbol de problemas.
- Urbina, G. (s.f.). *Evaluación de Proyectos. Obtenido de Evaluación de Proyectos.* Obtenido de Evaluación de Proyectos. Obtenido de Evaluación de Proyectos.