

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

**Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**

**PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE MAGISTER EN MARKETING CON MENCIÓN EN ESTUDIOS  
DEL CONSUMIDOR**

**ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR  
LA SATISFACCIÓN DEL USO DE LOS SERVICIOS  
DE LAS INSTALACIONES DE LA CADENA DE GIMNASIO  
*PHISIQUE WELLNESS CLUB*, PARA ESTABLECER  
ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN  
DE SUS CLIENTES**

**AUTORA: María Belén Gómez Soria**

**DIRECTOR: Geovany Alfredo Garzón Peñaherrera**

**2017**

**Quito-Ecuador**

## SÍNTESIS

El mercado de lugares de entrenamiento físico carecían de infraestructura adecuada, falta de evaluaciones nutricionales y su servicio dejaba mucho que desear, así se crea Phisique Wellness Club con el propósito de crear un sistema para hacer ejercicio de manera integral.

El nombre de Phisique Wellness Club, está relacionado con tener un lugar que brinde equilibrio saludable entre niveles mentales, físicos y emocionales.

Actualmente Phisique es una marca reconocida por sus socios como una primera opción para realizar ejercicio, considerando su trayectoria en el mercado ha podido expandir sus sucursales en la ciudad de Quito. Sin embargo, existe un alto índice de deserción de sus clientes.

Mediante este proyecto se ha diseñado un Plan de Fidelización al cliente c distintas membresías que están enfocadas a nuevos segmentos de clientes, de esta manera entregar beneficios que sean atractivos para los socios y así incentivarlos para la renovación de las mismas.

Se considera que el seguimiento a los clientes, permite escuchar sus necesidades, evaluar constantemente su satisfacción y brindar un servicio personalizado enfocado en sus necesidades.

Con los resultados obtenidos de este estudio, se podrán establecer estrategias para fidelizar a los socios que posee el gimnasio y, recuperar a los que han dejado de utilizar los gimnasios, contar con herramientas e indicadores para conocer la satisfacción de los productos que ofrece y, poder promover nuevos servicios. Permitiendo que el negocio se pueda expandir a nivel nacional.

## ABSTRACT

The market of training places lacked adequate infrastructure, lack of nutritional assessments and their service left much to be desired, for this reason Phisique Wellness Club was created with the purpose of creating a system for exercising in a comprehensive manner.

The name of Phisique Wellness Club is related to having a place that provides a healthy balance between mental, physical and emotional levels.

Currently Phisique is a brand recognized by its partners as a first option to exercise, considering its trajectory in the market has been able to expand its branches in the city of Quito. However, there is a high dropout rate for its customers.

Through this project a Customer Loyalty Plan has been designed with different memberships have been designed that are focused on new customer segments, thus delivering benefits that are attractive to the members and thus incentivize them for the renewal of the same.

It is considered that the follow up to the clients, allows to listen to their needs, constantly evaluate their satisfaction and provide a personalized service focused on their needs.

With the results obtained from this study, it will be possible to establish strategies for loyalty to the members who own the gym, and to recover those who have stopped using gyms, to have tools and indicators to know the satisfaction of the products offered and, Promote new services. Allowing the business to expand nationwide.