

RESUMEN

El siguiente proyecto tiene como objetivo principal conocer aquellos factores que contribuyen a la fidelización de un servicio en este caso al gimnasio ALL FIT de la ciudad de Tarija, principalmente identificar y comprender el nivel de satisfacción en el que se encuentran los usuarios inscritos. Y en un segundo momento comprender cuales son los factores que hacen que los clientes se sientan pertenecientes al establecimiento, además de aquello que los impulsa a renovar su mensualidad.

La metodología es de carácter cualitativo y cuantitativo, el instrumento utilizado fue la encuesta, donde el tamaño de la población es extraído en los meses de enero, febrero y marzo, lanzando como resultado 30 encuestas, para identificar así los aspectos que los usuarios más valoran en el gimnasio entre ellos: El equipamiento, el ambiente, y la atención al cliente.

Posteriormente se utiliza la herramienta denominada cadena de valor para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y posibles amenazas del establecimiento, así poder abarcar un análisis interno más profundo.

Se utiliza también la matriz de perfil competitivo para analizar en qué nivel nos encontramos junto a la competencia y brindar un aporte más acertado al análisis.

El proyecto continua con la investigación de mercado en donde se establece objetivos del mismo, a través del análisis de los resultados obtenidos, se pudo observar; la mayoría de los usuarios coinciden en ciertos puntos, un claro ejemplo de esto fue la ubicación céntrica como una de las principales motivaciones de los clientes al acudir al gimnasio, además que el ambiente les parece atractivo y cómodo, adecuándose a sus necesidades básicas, la satisfacción con el precio de la mensualidad del gimnasio, los encuestados coinciden en que si se aplicarían ciertos descuentos se sentirían más motivados a renovar su mensualidad.

Los medios de comunicación y las redes sociales más utilizadas por All fit a la hora de relacionarse con sus usuarios más jóvenes es Instagram y WhatsApp. Donde la prioridad que busca el gimnasio es lograr en sus redes una respuesta inmediata.

Se propone estrategias de fidelización, que consiste en tomar muy en cuenta las sugerencias de los usuarios inscritos. Además de apoyarse en teorías y aportes importantes de autores. En donde el complemento de ambos y una buena investigación de mercado sea de gran utilidad para All Fit.

Finalmente, se emitió conclusiones y recomendaciones en base a los objetivos de investigación, dando a conocer cuán importante es la implementación de estrategias de fidelización para retener clientes que permanecen en el gimnasio y llegar a los posibles nuevos usuarios.