

# **ANEXOS**

## **ANEXO 1 ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **PERFIL DE INVESTIGACIÓN**

1. ANTECEDENTES
2. JUSTIFICACIÓN
3. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA
  - 3.1 Planteamiento de problema
  - 3.2 Descripción de problema
4. OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN
  - 4.1 Objetivo general
  - 4.2 Objetivos específicos
5. TECNICA Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
  - 5.1 Tipos de investigación
  - 5.2 Métodos, técnicas y procedimientos
6. POBLACIÓN Y MUESTREO
  - 6.1 Población
  - 6.2 Muestreo
7. DELIMITACIÓN
  - 7.1 Delimitación teórica
  - 7.2 Delimitación temporal
  - 7.3 Delimitación espacial

### **MARCO TEÓRICO**

1. ASPECTOS GENERALES DEL MARKETING
  - 1.1 DEFINICIÓN DE MARKETING
  - 1.2 OBJETIVOS DE MARKETING
  - 1.3 PROCESO DE MARKETING
  - 1.4 IMPORTANCIA DEL MARKETING PARA LAS EMPRESAS
2. SERVICIOS
  - 2.1 Definición de servicios
3. CARÁCTERÍSTICAS DEL SERVICIO
  - 3.1 Intangibilidad
  - 3.2 Heterogeneidad o inconsciencia
  - 3.3 Inseparabilidad
  - 3.4 Percibibilidad
  - 3.5 Satisfacción de necesidades
4. TIPOS DE SERVICIO
5. CALIDAD DE SERVICIO
6. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
  - 6.1 Definición de atención del cliente
  - 6.2 Elementos de satisfacción del cliente
  - 6.3 Necesidades de los clientes
  - 6.4 Nivel de satisfacción

- 6.5 Cliente interno
- 7. FIDELIZACIÓN
  - 7.1 Origen del concepto de fidelización
  - 7.2 Definición de fidelización
  - 7.3 Características de fidelización
  - 7.4 Teorías de fidelización
  - 7.5 Origen y concepto de fidelización en gimnasios
- 8. SENTIDO DE PERTENENCIA
  - 8.1 Definición
  - 8.2 Dimensiones

## DIAGNÓSTICO

- 2.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA
- 2.2 ANALISIS INTERNO
- 2.3 INTRODUCCION
- 2.4 CADENA DE VALOR
  - 2.4.1 Definición según Porter
- 2.5 ELEMENTOS DE LA CADENA DE VALOR
  - 2.5.1 Logística interna
  - 2.5.2 Producción
  - 2.5.3 Logística externa
  - 2.5.4 Marketing y ventas
  - 2.5.5 Servicio post venta
  - 2.5.6 Infraestructura de la empresa
  - 2.5.7 Gestión de recursos humanos
  - 2.5.8 Desarrollo tecnológico
  - 2.5.9 Aprovisionamiento

## ANÁLISIS INTERNO

- 3.1 INTRODUCCIÓN
- 3.2 CARACTERISTICAS GENERALES DE LA EMPRESA
  - 3.1.1 Breve reseña histórica
  - 3.1.2 Misión, visión y valores
  - 3.1.3 Logo
- 3.2 SERVICIO
- 3.3 PRECIOS
- 3.4 HORARIOS
- 3.5 REDES SOCIALES

## INVESTIGACION DE MERCADO

- 4. INVESTIGACION DE MERCADO
  - 4.1 INTRODUCCION
  - 4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- 4.2.1 Planteamiento del problema de investigación de mercado
- 4.2.2 Problema de investigación
- 4.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- 4.3.1 Objetivo general
- 4.4 RECOPIACIÓN DE INFORMACION
- 4.5 METODOS DE MEDICION
- 4.6 DETERMINACION DE LA POBLACION
- 4.7 TAMAÑO DE LA MUESTRA
- 4.8 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

## PROPUESTA

- 5. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN
- 5.1 INTRODUCCION
- 5.2 OBJETIVO DE LA PROPUESTA
- 5.3 ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN
- 5.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
- 5.4.1 CONCLUSIONES
- 5.4.2 RECOMENDACIONES