



**UNIVERSIDAD DE TALCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**MEMORIA**

**“Determinación del Nivel de Satisfacción de los  
Usuarios de los Gimnasios de Talca”**

**ALUMNOS**

Héctor Mauricio Corvalán Gómez

Manuel E. Sepúlveda Burgos

**PROFESOR GUÍA**

Fredy Valenzuela A.

**2002**

**Memoria para Optar al Título de Ingeniero Comercial  
Mención Administración**

*Agradezco a ...*

*A mi familia, en especial a mis padres Haydeé y Héctor (nino) quienes han sido la piedra angular de mi vida, por estar siempre cuando los necesite, por acompañarme en momentos difíciles, por su preocupación y esfuerzo que han realizado durante estos años para brindarme una buena educación y de esta forma darme la oportunidad de lograr mis metas personales.*

*A mi hermana Ginny por su cariño e incondicionalidad.*

*A mi polola Carolina por todo el apoyo y amor que me ha entregado.*

*A mis grandes amigos por su apoyo.*

*A mi amigo y compañero de memoria Manuel que juntos llevamos a cabo esta investigación, y por los buenos momentos que vivimos juntos.*

*Finalmente dedico esta memoria a mis Padres.*

*Mauricio Corvalán Gómez.*

*Agradezco a...*

*Mis padres Edith y Manuel que con paciencia, dedicación y cariño han hecho de mí la persona que soy en este momento.*

*A mi Mamá por el amor y apoyo que siempre me ha brindado, sirviéndome de ejemplo de bondad y generosidad.*

*A mi Papá por inculcarme siempre los valores necesarios para enfrentar esta vida con templanza y carácter, enseñándome la difícil tarea de no dejarme avasallar por las pequeñeces que a veces nos rodean.*

*A mi hermana Ana Paula por su amistad y por ser un ejemplo de responsabilidad y organización.*

*A mi hermano Claudio por ser mi amigo y entenderme.*

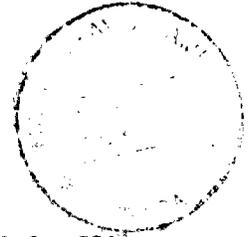
*A mi amigo Milenko quien siempre me apoyó e insistió que estudiara cuando no quería, quien me brindó la confianza y seguridad necesaria para seguir adelante en los momentos cuando estudiar en la universidad era sólo un sueño. Compadre, gracias por tu apoyo y amistad.*

*A mi amigo y compañero de tesis Mauricio, que fue pieza clave en el desarrollo y éxito de este proyecto, Mauricio gracias por tu ayuda.*

*En especial dedico este trabajo a mis Padres.*

*Manuel E. Sepúlveda Burgos*

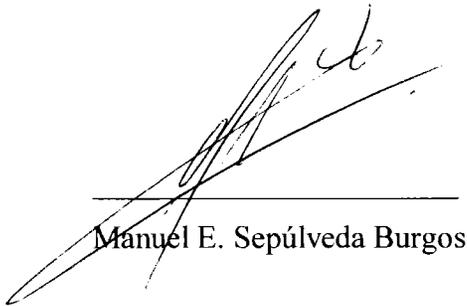
## DECLARACIÓN JURADA



Por medio del presente, Manuel Ernesto Sepúlveda Burgos C.I N° 8.521.663-5 y Héctor Mauricio Corvalán Gómez C.I. N° 13.344.528-5, declaran bajo fe de juramento, haciéndose responsables de la veracidad de lo expuesto, que:

Toda información contenida en el texto de Memoria de Grado denominada: "*Determinación del Nivel de Satisfacción de los Usuarios de los Gimnasios de Talca*", es original y no referida a otras fuentes, salvo en aquellos casos en que se admite expresamente, que se ha utilizado información proveniente de estudios efectuados por terceras personas o instituciones, las cuales fueron debidamente citadas.

Para constancia firman en la ciudad de Talca con fecha 22 de julio de 2002

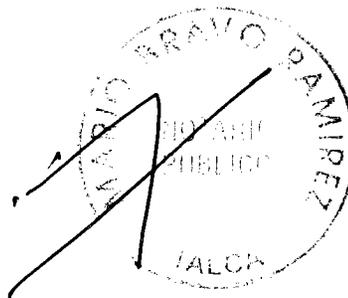


Manuel E. Sepúlveda Burgos



Héctor M. Corvalán Gómez

Firmó ante mi: Manuel Ernesto Sepúlveda Burgos C.N.I.8.521.663-5 y firmó Héctor Mauricio Corvalán Gómez C.N.I.13.344.528-5.- Talca, 22 de Julio de 2002.-



**Universidad de Talca**  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Departamento Administración

Talca, 1 de Julio de 2002

**Sr.**

**Medardo Aguirre González**  
Secretario Facultad de Ciencias Empresariales

REF: Evaluación Informe Final Memoria de Grado.

En mi calidad de profesor guía, adjunto comentarios y evaluación Memoria de Grado:  
**“DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LOS GIMNASIOS DE TALCA”** de los alumnos Mauricio Corvalán y Manuel Sepúlveda.

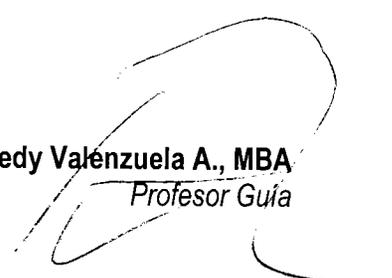
Evaluación:

1. **Presentación**: El informe está adecuadamente presentado, ajustándose a lo establecido en el reglamento de memoria de grado.
2. **Pertinencia de la Investigación**: Considerando que se realizó tanto un análisis para la industria en general como para cada gimnasio en particular, las recomendaciones generadas son un gran aporte a la toma de decisiones de los mismos.
3. **Claridad de los Objetivos Planteados**: Tanto el Objetivo General como los Específicos están escritos en forma clara y concisa.
4. **Rigurosidad de la Fundamentación Teórica y Metodológica**: Considerando las características del sujeto bajo estudio, y la dificultad de entrevistarlos en su domicilio particular, se utilizó un muestreo por conveniencia, el cual resultó en la aplicación del cuestionario en el mismo gimnasio, lo cual provoca ciertos sesgos en las respuestas, así como implicó el diseño de un cuestionario no muy extenso, lo cual a su vez conllevó a que ciertos aspectos no fueron considerados en el estudio.
5. **Discusión Bibliográfica**: La revisión bibliográfica cubre los conceptos centrales de la investigación por lo que es considerada adecuada.
6. **Pertinencia de las Conclusiones y Comentarios Finales**: Las conclusiones finales dan respuesta tanto al objetivo general como a los específicos.

**Evaluación Final:** Memoria aprobada.

Sin otro particular, le saluda atentamente a Usted,

**Fredy Valenzuela A., MBA**  
*Profesor Guía*



Señor Medardo Aguirre  
Secretario de Facultad  
Facultad de Ciencias Empresariales  
UNIVERSIDAD DE TALCA  
PRESENTE

15.07.2002.

Estimado señor Aguirre:

Acuso recibo de su carta del 02.07.2002 en la cual me solicita evaluar la memoria titulada: "DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LOS GIMNASIOS DE TALCA", preparada por los alumnos MANUEL SEPÚLVEDA BURGOS y HECTOR CORVALAN GOMEZ. Al respecto puedo informar lo siguiente:

1. PRESENTACIÓN. Es eficiente y eficaz y cumple bien los requisitos oficiales de la Facultad.
2. PERTINENCIA DE LA INVESTIGACIÓN. Este estudio es muy pertinente a la Carrera de Ingeniería Comercial y al área de Marketing. Consiste en la aplicación de la medición de calidad de servicios percibida por los clientes a un sector de actividad muy dinámico. El temas en sí es muy relevante y el enfoque muy actual.
3. CLARIDAD DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. En general los objetivos son muy claros y coherentes. En conjunto aportan un diagnóstico de la situación y proponen prioridades de acción empresarial.
4. RIGUROSIDAD DE LA FUNDAMENTACION TEORICA. Contiene versiones modernas de los conceptos más atinentes. En Fundamentos de Muestreo los conceptos son tratados en forma comprensiva y bien documentada. Los resultados de una adaptación de SERVQUAL son tratados atinadamente con la matriz de importancia y presencia.
5. DISCUSIÓN BIBLIOGRAFICA. Generalmente es muy pertinente y correctamente citada, salvo un caso (de un artículo de periódico) e incluir un estudio de los gimnasios en Santiago, publicado en Publimark.
6. PERTINENCIA DE LAS CONCLUSIONES Y COMENTARIOS FINALES. Las conclusiones aunque disgregadas, son pertinentes y corresponden sólo a los resultados. Proponen atinadamente prioridades para la gestión global y para cada empresa analizada.

Es una muy buena investigación y un libro de un buen estándar. Por lo tanto evalúo a esta memoria como APROBADA.

Cordialmente saluda a Ud.



Jorge Zamora González  
Profesor evaluador

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	2
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	3
CAPITULO II: ¿CÓMO FUNCIONA EL MERCADO DE LOS GIMNASIOS EN TALCA?	4
CAPITULO III: MARCO TEÓRICO	5
3.1 Conceptos claves en el contexto de los gimnasios	5
3.1.1 Deporte	5
3.1.1.1 Deporte Recreativo	5
3.1.2 Salud	5
3.1.3 Gimnasio	5
3.1.4 Actividades desarrolladas en un gimnasio	5
3.1.4.1 Aeróbica	5
3.1.4.2 Aerobox	6
3.1.4.3 Relajación	6
3.1.4.4 Artes Marciales	6
3.1.4.5 Danza	7
3.1.4.6 Musculación	7
3.1.5 Maquinaria utilizada en un gimnasio	8
3.1.5.1 Máquinas Cardiovasculares	8
3.1.5.2 Trotadores y Escaladores	8
3.1.5.3 Bicicletas	8
3.1.5.4 Pesos Libres	8
3.1.5.5 Multiestaciones	8
3.1.5.6 Resistencia Variable	9
3.1.5.7 Piso Flotante	9
3.2 Calidad	9
3.2.1 Concepto de Calidad	9
3.3 Definición de Servicio	10
3.4 Percepción	10
3.5 Satisfacción	11
3.6 Tipos de Investigación	11
3.6.1 Investigación Exploratoria	11
3.6.2 Investigación Concluyente	11
3.6.3 Investigación Descriptiva	12
3.6.3.1 Diseño de Sección Transversal	12
3.7 Fuentes de Información	12
3.7.1 Datos Secundarios	12
3.7.2 Datos Primarios	12

3.8	Confiabilidad y Validez	13
3.8.1	Métodos para la medición de confiabilidad	13
3.8.1.1	Método para la medición de confiabilidad "Alfa de Cronbach"	14
3.8.2	Métodos para la medición de validez	14
3.8.2.1	Método para la medición de validez "Validez de Contenido"	14
3.8.3	Escalamiento Tipo Likert	15
3.9	Muestreo	15
3.9.1	Fundamentos de Muestreo	15
3.9.2	Marco Muestral	16
3.9.3	Muestreo no probabilístico	16
3.9.3.1	Muestreo por Cuotas	16
CAPITULO IV OBJETIVOS		18
4.1	Objetivo General	18
4.2	Objetivos Específicos	18
CAPITULO V METODOLOGÍA		19
5.1	Estudio Exploratorio	19
5.2	Estudio Descriptivo, Concluyente de Corte Transversal	22
5.3	Fuente de Datos	23
5.3.1	Encuesta	23
5.3.1.1	Composición del Cuestionario	23
5.3.2	Observación Directa	24
5.4	Muestreo	25
5.4.1	Marco Muestral	25
5.4.1.1	Selección de la muestra, criterios a aplicar, tamaño de la muestra y plan de ejecución de muestreo respecto a los usuarios	25
5.4.1.2	Selección de la muestra, criterios a aplicar, tamaño de la muestra y plan de ejecución de muestreo respecto a los gimnasios	29
5.4.2	Recopilación de la información en terreno	29
CAPITULO VI PROCESAMIENTO DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS		30
6.1	Confiabilidad y Validez	30
6.1.1	Confiabilidad	30
6.1.2	Validez	31
6.2	Matriz de Evaluación & Importancia	31
6.2.1	Criterios a utilizar en la Matriz de Evaluación & Importancia	32
6.2.2	Definición de los Cuadrantes	32
6.3	Criterios para la medición de la satisfacción global de los entrevistados en el estudio	34
6.4	Análisis de datos y resultado global de los gimnasios de Talca	35
6.4.1	Caracterización de la muestra	36
6.4.2	Matriz Evaluación & Importancia Global	38

6.4.2.1 Dimensión 1: Actividades Global	38
6.4.2.2 Dimensión 2: Servicios Global	40
6.4.2.3 Dimensión 3: Maquinaria Global	42
6.4.2.4 Dimensión 4: Infraestructura Global	44
6.5 Conclusiones Generales	47
6.5.1 Conclusiones generales respecto a la Dimensión Actividades	47
6.5.2 Conclusiones generales respecto a la Dimensión Servicios	47
6.5.3 Conclusiones generales respecto a la Dimensión Maquinaria	48
6.5.4 Conclusiones generales respecto a la Dimensión Infraestructura	48
6.6 Medición de la satisfacción global de los entrevistados en el estudio	49
CAPITULO VII ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS	
INDIVIDUALIZADOS POR GIMNASIO	50
7.1 Gimnasio 1: Sian-Kaal	52
7.1.1 Descripción del gimnasio	52
7.1.2 Matriz Evaluación & Importancia gimnasio Sian-Kaal	54
7.1.2.1 Descripción Actividades (D1) gimnasio Sian-Kaal en la matriz	54
7.1.2.2 Descripción Servicio (D2) gimnasio Sian-Kaal en la matriz	55
7.1.2.3 Descripción Maquinaria (D3) gimnasio Sian-Kaal en la matriz	57
7.1.2.4 Descripción Infraestructura (D4) gimnasio Sian-Kaal en la matriz	58
7.1.3 Análisis y Recomendaciones para Gimnasio Sian-Kaal	59
7.1.3.1 Respecto a Actividades	59
7.1.3.2 Respecto a Servicios	60
7.1.3.3 Respecto a Maquinaria	60
7.1.3.4 Respecto a Infraestructura	61
CAPITULO VIII LIMITACIONES DEL ESTUDIO, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
8.1 Limitaciones del estudio	62
8.2 Conclusiones Generales según objetivos planteados	63
8.3 Recomendaciones	66
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	
I Instrumento de Medición (Cuestionario)	
II Análisis de datos y resultados individualizados por gimnasio	
III Datos demográficos de los entrevistados	
Parte 1: Datos demográficos de los entrevistados a nivel global	
Parte 2: Datos demográficos de los entrevistados individualizado por gimnasio	
IV Evaluación e Importancia media de los atributos por parte de los entrevistados	
V Cálculo de la satisfacción global de los entrevistados	

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	5.1	Esquematación de las celdas resultantes en una muestra por cuota de gimnasio	26
Cuadro	5.1.1	Ejemplificación de las celdas resultantes en una muestra por cuota de gimnasio (en porcentaje)	28
Cuadro	5.1.2	Ejemplificación de las celdas resultantes en una muestra por cuota de gimnasio ajustada a la cantidad de entrevistados a seleccionar por cada gimnasio	28
Cuadro	6.1	Clasificación de la muestra según sexo	36
Cuadro	6.2	Clasificación de la muestra según mensualidad y plus (en porcentaje)	37
Cuadro	6.3	Evaluación & Importancia D1 Global	38
Cuadro	6.4	Evaluación Global en actividades de los gimnasios	39
Cuadro	6.5	Evaluación & Importancia D2 Global	40
Cuadro	6.6	Evaluación Global en servicios de los gimnasios	41
Cuadro	6.7	Evaluación & Importancia D3 Global	42
Cuadro	6.8	Evaluación Global en maquinaria de los gimnasios	44
Cuadro	6.9	Evaluación & Importancia D4 Global	44
Cuadro	6.10	Evaluación Global en infraestructura de los gimnasios	46
Cuadro	7.1	Gasto mensualidad entrevistados gimnasio Sian-Kaal (en porcentaje)	53
Cuadro	7.2	Plus en mensualidad entrevistados gimnasio Sian-Kaal (en porcentaje)	53
Cuadro	7.3	Evaluación & Importancia D1 gimnasio Sian-Kaal	54
Cuadro	7.4	Evaluación & Importancia D2 gimnasio Sian-Kaal	55
Cuadro	7.5	Evaluación & Importancia D3 gimnasio Sian-Kaal	57
Cuadro	7.6	Evaluación & Importancia D4 gimnasio Sian-Kaal	58

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	6.1	Matriz evaluación & Importancia	31
Gráfico	6.2	Matriz evaluación & Importancia D1 Global	38
Gráfico	6.3	Matriz evaluación & Importancia D2 Global	40
Gráfico	6.4	Matriz evaluación & Importancia D3 Global	43
Gráfico	6.5	Matriz evaluación & Importancia D4 Global	45
Gráfico	7.1	Matriz evaluación & Importancia D1 gimnasio Sian-Kaal	54
Gráfico	7.2	Matriz evaluación & Importancia D2 gimnasio Sian-Kaal	55
Gráfico	7.3	Matriz evaluación & Importancia D3 gimnasio Sian-Kaal	57
Gráfico	7.4	Matriz evaluación & Importancia D4 gimnasio Sian-Kaal	58

## RESUMEN EJECUTIVO

Los objetivos de la presente memoria apuntan a la determinación del grado de satisfacción de los usuarios de gimnasios de Talca.

La metodología utilizada establece la determinación de las variables más relevantes que pudieran estar presentes en un gimnasio, definiéndose así 39 atributos que debían ser tomados en cuenta en el estudio, los cuales fueron clasificados en cuatro dimensiones, actividades “D1”, servicio “D2”, maquinaria “D3” e infraestructura “D4”. Dichas dimensiones posibilitaron la confección de un cuestionario compuesto de cuatro secciones, el cual fue aplicado a una muestra de 240 usuarios, procedentes de 8 gimnasios en total.

Sobre la base de las preguntas de la sección I y II del cuestionario, se confeccionaron las llamadas matrices de evaluación e importancia, que permiten contrastar el nivel de evaluación con el nivel de importancia otorgado por los entrevistados a la distinta gama de atributos, haciendo posible descubrir si se han cumplido o no las expectativas del usuario. La información entregada por las matrices, en conjunto con la caracterización de cada gimnasio, permitió extraer conclusiones para el mercado de gimnasios en Talca y para cada gimnasio en forma separada, permitiendo realizar recomendaciones válidas para cada gimnasio bajo estudio.

Algunas de las conclusiones generales arrojadas por el presente estudio fueron las siguientes:

- *En cuanto a la dimensión 1 “Actividades”, de los 8 gimnasios totales, el 75% de estos se encuentran bien evaluados por parte de los entrevistados y el 25% restante se encuentran muy bien evaluados, destacándose el gimnasio Soledad Jorquera como el mejor evaluado en esta dimensión.*
- *En cuanto a la dimensión 2 “Servicios”, el 88% de los gimnasios se encuentran bien evaluados y el 12% restante (Gimnasio Total) muy bien evaluado.*
- *Con respecto a la dimensión 3 “maquinaria”, el 38% de los gimnasios se encuentran regularmente evaluados; un 50% bien evaluados y un 12% correspondiente al gimnasio Body Fitness se encuentra muy bien evaluado.*
- *Respecto a la dimensión 4 “infraestructura”, el 38% de los gimnasios se encuentran regularmente evaluados; el 62% restante se encuentran bien evaluados. Destacándose el gimnasio Body Fitness en esta dimensión*
- *Sobre la base de los puntos anteriormente expuestos, definimos la satisfacción de los usuarios de gimnasios que contestaron el cuestionario como “satisfactoria”, puesto que, la evaluación promedio ponderada de los atributos corresponde a 5.4.*

## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

“La acelerada urbanización y los cambios demográficos en las Américas han resultado en importantes cambios en los estilos de vida, que están conduciendo a la inactividad física, hábitos de alimentación deficientes y mayor consumo de tabaco. Juntos, ellos son responsables del rápido incremento de las enfermedades no transmisibles como las trombo-embolias, enfermedades coronarias, la diabetes tipo 2 y algunos cánceres. Según la Organización Mundial de la Salud, estas enfermedades crónicas representan un 60% de las muertes a nivel global, cifra que ascenderá a 73% para el año 2020. Actualmente, 77% de las enfermedades no transmisibles ocurren en países en vías de desarrollo, afectando gravemente a adultos que se encuentran en la plenitud de su vida y en el momento de mayor productividad”.  
(Organización Panamericana de la Salud. Enero 2002. Actividad física).

Concientes de este fenómeno, ya son varias las empresas en Chile, así como el gobierno que reconocen que la actividad física promueve mejoras en la productividad, lo que en el contexto de las empresas se traduce en trabajadores más eficientes, menores índices de ausentismo laboral y bajas en los índices de stress al interior de la organización; por esta razón son cada vez más empresas las que buscan realizar convenios con gimnasios de manera de brindarle a sus trabajadores la opción de ejercitarse, inclusive empresas de tradición como Codelco han optado por construir sus propios gimnasios.

Cabe señalar que dicha tendencia ha traspasado fronteras y se puede observar que lo dicho es válido no sólo para Santiago sino que también para Regiones.

El creciente interés de las empresas de brindarles a sus empleados la opción de ejercitarse (dado los beneficios que ello otorga) unido con una sociedad prácticamente obsesionada con una apariencia física esbelta y saludable (cuerpos firmes y libres de grasas están a la orden del día, para ello basta observar los ídolos que sigue la juventud, los actores jóvenes con mayor público y el contexto de los comerciales de televisión en general) representan una clara oportunidad de negocio, sobre todo bajo el contexto de la prestación de servicios de ejercitación y acondicionamiento físico.

Bajo este contexto, nos planteamos realizar un estudio de los gimnasios de Talca, enfocado a la satisfacción de los usuarios de gimnasios, respecto a la gama de atributos que se encuentran a su disposición dentro del establecimiento. Y generar recomendaciones a cada gimnasio que les permita aumentar la satisfacción de sus clientes.

## CAPÍTULO II

### ¿CÓMO FUNCIONA EL MERCADO DE LOS GIMNASIOS EN TALCA?

El mercado de los gimnasios en Talca se caracteriza por ser muy competitivo; la rivalidad existente entre los competidores es tal, que inclusive influyó en el desarrollo del presente estudio.

Para ejemplificar este fenómeno podemos señalar que en una primera instancia se pretendió reunir a todos los dueños de gimnasios de la ciudad, con el fin de explicar a todos en qué consistía el estudio, su utilidad y alcance, y lógicamente solicitar la colaboración de éstos. Dicha acción no pudo llevarse a cabo, pues, nos dimos cuenta a tiempo que la rivalidad es de tal magnitud que si hubiésemos reunido a todos los dueños y administradores de gimnasios se podría haber desatado más de una situación desagradable; dueños de gimnasios que no se hablan, ex-socios que se sienten estafados mutuamente y amistades que terminaron producto de la competencia son algunas de las características por detrás del mercado en cuestión.

En cuanto al funcionamiento de los gimnasios, éstos se sientan sobre la base de captación de clientes por medio de los ya existentes. Es poca la inversión en publicidad que hacen los gimnasios para la captación de clientes (a excepción del New Life); por lo tanto para captar nuevos clientes es fundamental para estos el contar con una clientela satisfecha que promueva el gimnasio a sus amigos y o conocidos.

De lo anterior se desprende la utilidad del presente estudio para estos gimnasios, desde el punto de vista de mantener o aumentar el grado de satisfacción general de los usuarios, con el fin de que estos permanezcan en el gimnasio en cuestión y atraigan a nuevos clientes.

Llama la atención, el hecho de que más de un dueño de gimnasio insistió en que la técnica de muestreo a ser utilizada en su gimnasio fuera por conveniencia, en cuyo caso, éstos querían ser los responsables de la selección de los entrevistados, justificando que de esta manera se aplicaría el cuestionario a los “usuarios que valen la pena y que nos interesa mantener”

Tal práctica si bien nos hubiese facilitado mucho la tarea, creemos que afectaría demasiado la objetividad del estudio, ya que estos “seleccionados” podrían quizás ser usuarios que al gozar de cierto grado de amistad y confianza con los responsables del funcionamiento del gimnasio evaluarían mejor de lo merecido a ciertos atributos presentes, y por otro lado, no se garantizaba que dicho método de muestreo fuera aplicable para todos los gimnasios por igual (con la misma seriedad e interés).

## CAPÍTULO III

### MARCO TEÓRICO

Las definiciones que se presentan a continuación, permiten al lector obtener una mayor comprensión de los tópicos a desarrollarse en el presente estudio. En un principio se inserta al lector en el contexto de los gimnasios y los conceptos claves que acompañan dicha definición, posteriormente se tocarán los conceptos pertinentes a la teoría que respalda el curso de la presente investigación, conceptos que son fundamentales para que tanto el lector como autores tengan la misma concepción de cada uno de los términos que se emplearán.

#### **3.1 Conceptos claves en el contexto de los gimnasios <sup>1</sup>**

##### **3.1.1 Deporte**

*Forma de actividad física que utiliza la motricidad humana como medio de desarrollo integral de las personas.*

##### **3.1.1.1 Deporte Recreativo**

*Actividades físicas efectuadas en el tiempo libre, con exigencias al alcance de toda persona, de acuerdo a su estado físico y edad, y practicadas según reglas de especialidades deportivas.*

##### **3.1.2 Salud**

*Completo bienestar físico mental y social y no sólo la ausencia de enfermedad*

##### **3.1.3 Gimnasio**

*Lugar destinado a la práctica del ejercicio físico no deportivo, puede ser un espacio dentro de un local o establecimiento o más grande. Hoy en día, éstos también pueden ofrecer una serie de servicios que caen en la categoría de estéticos y cosmetológicos, de acuerdo a las necesidades del usuario.*

##### **3.1.4 Actividades desarrolladas en un gimnasio**

##### **3.1.4.1 Aeróbica**

*Práctica de ejercicio cardiovascular que se presenta por medio de una serie de movimientos sincronizados y rápidos que involucran todo el cuerpo, conforme lo guiado por un profesor o instructor. A nivel de gimnasios, los grupos suelen variar de 5 a 50 personas, aunque se han registrado prácticas masivas en lugares abiertos para más de 5.000 personas en países como Brasil*

---

<sup>1</sup> Servicio Nacional del Consumidor, Agosto de 2001. Estudio de la Calidad de Gimnasios en la ciudad de Santiago. Disponible en [http://www.sernac.cl/educacion/estudios/gym\\_completo.PDF](http://www.sernac.cl/educacion/estudios/gym_completo.PDF). Consultado el 23 de junio de 2002.

Las clases de aeróbica se realizan bajo el sonido de músicas rápidas y alegres. Una de sus variantes se reconoce con el nombre de “aero-step” que constituye el uso de una plataforma a los pies del alumno, el cual, realiza sus movimientos pasando continuamente sobre este, obligando a sus piernas a ejercitarse con una mayor intensidad.

Dentro de los objetivos de esta práctica están los de:

- a) Mantenerse en forma
- b) Ganar resistencia física
- c) Perder peso
- d) Liberarse del stress
- e) Mejorar la figura

#### **3.1.4.2 Aerobox**

Variante moderna de la aeróbica la cual simula movimientos de boxeo combinados con el ejercicio aeróbico que consiste en dar golpes al aire y defenderse de un adversario imaginario. Sus objetivos son los mismos de la aeróbica clásica, aunque requiere mayor resistencia.

#### **3.1.4.3 Relajación**

Entenderemos como relajación, las diferentes prácticas que se orientan a la relajación como tal, tales como: yoga, tai chi, etc. Sus objetivos como el propio nombre lo indica son:

- a) Relajación cuerpo y mente
- b) Liberarse del stress
- c) Conectarse con el lado espiritual
- d) Enfrentar la vida con una disposición más pasiva, pacífica y menos impulsiva.

#### **3.1.4.4 Artes marciales**

Artes de lucha de origen oriental que predicen el dominarse y superarse a uno mismo como persona y espíritu (Kung Fu, Karate, Kick Boxing, Taekwondo, etc.). Los niveles de agresividad cambian según la práctica, algunos de ellos prohíben estrictamente su uso a no ser para defensa propia y otras no tanto.

Dentro de los objetivos de la práctica de las artes marciales se contemplan:

- a) Saber defenderse de un posible agresor
- b) Fortaleza física y espiritual
- c) Autodisciplina

### **3.1.4.5 Danza (Baile entretenido, salsa, merengue, tropical, tango, etc.)**

A nivel de gimnasio lo más común es la práctica del baile entretenido, que consiste combinar coreografías o esquemas de distintas músicas que están de moda en las discotecas y radio, con la característica de ser alegres y rápidas. Los objetivos de esta práctica son los mismos de la aeróbica, aunque sus adeptos aseguran que es más entretenidos.

### **3.1.4.6 Musculación**

Más común entre los hombres que en las mujeres, esta práctica consiste en el levantamiento de pesas y el uso de máquinas, que ofrecen resistencia a movimientos de zonas específicas del cuerpo. Para esta práctica se pueden utilizar los llamados, pesos libres, multiestaciones y máquinas de resistencia variable.

Los objetivos de esta práctica varían de acuerdo a la intensidad y frecuencia, los que pueden ser de:

- a) Aumentar la fuerza corporal
- b) Mejorar el tono muscular (hacer que los músculos del cuerpo sean más notorios)
- c) Aumentar la masa muscular; en otras palabras sirve para aquellas personas que se encuentren demasiado delgados y quieran verse más robustos.

Dicha práctica es una de las que genera mayor polémica y discusión entre las personas, ya que por un lado si no se toman las debidas precauciones puede ocasionar lesiones en distintas regiones del cuerpo, o bien provocar asimetría por desarrollar algunas zonas del cuerpo más que otras, o inclusive, estresar a la persona por un posible sobreentrenamiento, alterando su personalidad (puede por ejemplo aumentar los niveles de irritabilidad). Por lo tanto es indispensable la presencia de personal capacitado para la supervisión de la persona en dicha práctica, hasta que ésta obtenga un nivel de conocimiento mínimo adecuado, que le impida poner en riesgo su integridad física.

Cabe destacar, que la práctica de la musculación representa un excelente apoyo para kinesiólogos en la rehabilitación de pacientes que por accidente u otras causas, deben recuperar la función normal del aparato locomotor.

### **3.1.5 Maquinaria utilizada en un gimnasio <sup>2</sup>**

#### **3.1.5.1 Máquinas cardiovasculares**

Constituyen todas aquellas máquinas que promueven al aumento de la frecuencia cardíaca y resistencia física. Están indicadas para la prevención de enfermedades propias del sedentarismo o de la edad. Dentro de la definición de máquinas cardiovasculares, las más comunes son las bicicletas, escaladores, trotadores, remadores y otras sin nombre específico. Responden a los mismos objetivos de la gimnasia aeróbica

#### **3.1.5.2 Trotadores y Escaladores**

Máquina de tipo cardiovascular muy recomendada para todo tipo de público, especialmente para adultos y adultos mayores sedentarios, ya que emula ejercicios de trote y caminata. Al mismo tiempo mide el ritmo cardíaco, la distancia recorrida y la cantidad de calorías gastadas.

A diferencia de otros, el escalador es una máquina más alta que emula los movimientos propios de una subida dificultosa en posición vertical.

#### **3.1.5.3 Bicicletas**

Es uno de los aparatos de gimnasia más populares. Hay desde básicas hasta de alta tecnología. Estas últimas, al igual que las trotadoras, son máquinas que registran la frecuencia cardíaca y cambian la exigencia del ejercicio, según el requerimiento de la persona.

#### **3.1.5.4 Pesos libres**

Son las clásicas barras y mancuernas que permiten a la persona desarrollar la práctica de musculación.

#### **3.1.5.5 Multiestaciones**

Están constituidas por varios equipos multifuncionales de ejercicios de resistencia: barras, poleas, cables, soportes y pesas, que se complementan para dar una amplia variedad de ocupaciones, de acuerdo a los requerimientos de cada usuario.

Son recomendables para el uso de varias personas simultáneamente, ya que sus partes están debidamente separadas unas de otras. De hecho, una familia promedio de cuatro personas puede trabajar cómodamente en ella al mismo tiempo.

---

<sup>2</sup> Los costos de tener un gimnasio en el hogar. La Tercera, Santiago de Chile, 4 de mayo del 2000. Ciencia y Salud. Artículo escrito por el periodista Sebastián Vásquez

### **3.1.5.6 Resistencia variable**

Máquinas muy similares a las multiestaciones antes definidas, con la diferencia que son más compactas y permiten el uso de solo una persona a la vez.

### **3.1.5.7 Piso flotante**

El piso flotante, se inventó para apoyar la práctica de la aeróbica y sus similares (incluidas las artes marciales) dada las posibles lesiones que le puedan ocasionar dichas prácticas a algunos individuos (articulaciones de la rodilla y dolores de espalda). Se puede definir el piso flotante como un alfombrado especial constituido de un alto porcentaje de goma, que tiene como objetivo amortiguar el impacto en la rodilla y demás articulaciones del individuo.

## **3.2 Calidad**

En la actualidad todos coinciden en reconocer la necesidad de mejorar la calidad de los productos y servicios para poder ser competitivos y permanecer en el negocio.

Además se ha confirmado que ya no es suficiente que sólo unos cuantos individuos en la empresa sean los únicos responsables de la calidad; tampoco es suficiente tener un departamento de control de calidad. El concepto de que la calidad se logra mediante la inspección resulta obsoleto hoy en día. Es necesario que en cada empresa se replantee el concepto de calidad y se entienda la importancia de ésta, para cumplir con sus objetivos particulares (Deming W, 1989).

### **3.2.1 Concepto de calidad**

Es el grado de conformidad del conjunto de las características y atributos de un producto o servicio con respecto a las necesidades y expectativas del comprador, teniendo en cuenta el precio que éste está dispuesto a pagar (Lambin, 1995)

En resumen, el comprador es quien dicta el nivel de excelencia que debe alcanzar la empresa, en base a sus propias necesidades. El comprador tiene sus propias expectativas sobre un determinado producto o servicio, las cuales son comparadas con las percepciones sobre el producto o servicio que recibe, por lo tanto la calidad del producto o servicio estaría representada por la diferencia que se produce entre las expectativas y las percepciones que tiene el cliente.

### 3.3 Definición de servicio

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio en sí, jugando un papel importante el precio, la imagen y la reputación del mismo.

Por definición servicio es en primer lugar un proceso. Mientras que los artículos son objetos, los servicios son realizaciones (Berry et al., 1989). Se pueden observar en un servicio las cuatro características siguientes:

- a) *Intangibilidad*: Los servicios son intangibles, no se les puede tocar, probar, oler o ver. Cosas tangibles como las tarjetas de crédito plásticas o los cheques pueden representar el servicio, pero no son el servicio en sí mismas.
- b) *Heterogeneidad*: Los servicios varían en su forma de entrega ya que, normalmente son entregados por seres humanos, cuya conducta es variable y por lo tanto difícil de generalizar.
- c) *Inseparabilidad de producción y consumo*: Un servicio generalmente se consume mientras se realiza, con el cliente implicado a menudo en el proceso.
- d) *Caducidad*: La mayoría de los servicios no se pueden almacenar. Si un servicio no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde.

### 3.4 Percepción

La percepción es el proceso a través del cual el individuo reconoce e interpreta la información producida por un estímulo determinado, el cómo perciba un individuo va estar directamente relacionado con la educación que éste tenga, con su experiencia personal, la cultura, su nivel socioeconómico, etc. (ICARE, 1992).

También podemos definir percepción como un proceso donde el individuo procesa y recopila la información, sujeto a 3 niveles de selectividad:

Atención: Fijo mi atención en un acontecimiento u objeto.

Distorsión: Distorsiono la realidad de acuerdo a mi propia subjetividad y a las características del entorno

Retención: Lo que finalmente queda en mi mente.

### **3.5 Satisfacción**<sup>3</sup>

Se logra satisfacción cuando lo percibido del producto o servicio sobrepasa o iguala las expectativas. Experiencias que se desvían de lo esperado por el cliente quedan grabadas negativamente en su memoria produciendo un sentimiento de frustración o insatisfacción, a diferencia de cuando estos reciben lo esperado o más de lo esperado. La satisfacción involucra 2 conceptos fundamentales; las expectativas y la percepción de las personas.

Las expectativas corresponden a cómo sienten los consumidores que deben ser los productos o servicios ofrecidos, estas expectativas se generan a partir de factores tales como; recomendación personal, es decir recomendaciones que tengan de amigos, parientes, líderes de opinión, las expectativas también se generan a partir de las necesidades propias de cada persona o de la experiencia que ésta tenga con el producto o servicio, tanto de la empresa como los de la competencia, la imagen que proyecta la empresa con respecto al producto también afecta las expectativas de las personas

### **3.6 Tipos de investigación**

#### **3.6.1 Investigación exploratoria**

La investigación exploratoria es la etapa inicial del proceso de investigación (Kinnear y Taylor, 1995) conducida para aclarar y definir la naturaleza de un problema. Este tipo de investigación puede ser una sola investigación o una serie de estudios informales con el fin de entregar información sobre los antecedentes.

El propósito de la investigación exploratoria se asocia a la necesidad de un planteamiento claro y preciso del problema reconocido. Los investigadores conducen la investigación exploratoria con tres propósitos relacionados entre sí: 1) diagnosticar una situación, 2) seleccionar alternativas y 3) descubrir nuevas ideas.

#### **3.6.2 Investigación concluyente**

La investigación concluyente está diseñada para suministrar información para la evaluación de cursos alternativos de acción

---

<sup>3</sup> Baro, E; Alvarez, J. 2000. "Satisfacción de los beneficiarios de las cajas de compensación en la ciudad de Talca". Tesis de Ingeniería Comercial. Universidad de Talca. 68 pp.

### 3.6.3 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva, como su nombre lo indica, consiste en describir las características de una población o fenómeno (Zikmund, 1995). La mayor parte de los estudios de esta naturaleza dependen principalmente de la formulación de preguntas a sus encuestados y determinan las percepciones del comprador acerca de las características del producto o servicio en cuestión. La investigación descriptiva intenta determinar las respuestas a las preguntas, quién, qué, cuándo, donde y cómo.

#### 3.6.3.1 Diseño de Sección Transversal

Por lo general, la investigación descriptiva hace uso de un diseño de investigación de sección transversal, es decir, tomando una muestra de los elementos de la población en un punto del tiempo.

### 3.7 Fuentes de información

Según Kinnear y Taylor (1995), la información se clasifica en:

#### 3.7.1 Datos secundarios

Son datos ya publicados y recolectados para propósitos diferentes de las necesidades inmediatas y específicas de investigación; consiste en bibliografía u otros materiales que pueden ser útiles para los propósitos del estudio. De esta forma se extrae y recopila toda la información relevante para la investigación. Los datos secundarios se clasifican en:

- *Datos secundarios internos:* Se encuentran disponibles dentro de la organización. Estos datos pueden ser obtenidos mediante, registro de ventas, registro de costos, etc.
- *Datos secundarios externos:* Estos datos se obtienen de fuentes externas a la organización, entre estos destacan informes, revistas, libros, tesis, etc.

**3.7.2 Datos Primarios:** Se recolectan según las necesidades de información de la investigación. Los datos primarios pueden variar desde la formulación de preguntas a unas pocas personas hasta encuestas a cientos de personas (investigación concluyente).

### **3.8 Confiabilidad y Validez**<sup>4</sup>

Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente a los conceptos o variables que el investigador tiene en mente. Por tanto, toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez.

La validez de una medida se refiere al grado en el cual el proceso de medición está libre, tanto de error sistemático como de error aleatorio. La confiabilidad de una medida se refiere al grado hasta el cual el proceso de medición está libre de errores aleatorios. La confiabilidad se ocupa de la consistencia, exactitud y facilidad de predicción de los hallazgos de la investigación. La validez se relaciona con la pregunta: ¿estamos midiendo lo que creemos que estamos midiendo? (Kinnear y Taylor, op. cit.).

La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultado.

La validez se refiere, en términos generales, al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir.

#### **3.8.1 Métodos para la medición de confiabilidad**

Existen diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan fórmulas que producen coeficientes de confiabilidad. Estos coeficientes pueden oscilar entre 0 y 1. Donde un coeficiente de 0 significa nula confiabilidad y 1 representa un máximo de confiabilidad (confiabilidad total). Entre más se acerque el coeficiente a cero, hay mayor error en la medición. Los procedimientos más utilizados para determinar la confiabilidad a través de coeficientes son la medida de estabilidad, confiabilidad de formas alternativas, método de mitades partidas, coeficiente de Cronbach y coeficiente KR-20.

---

<sup>4</sup> Baro, E; Alvarez, J. 2000. "Satisfacción de los beneficiarios de las cajas de compensación en la ciudad de Talca". Tesis de Ingeniería Comercial. Universidad de Talca. 68 pp.

### 3.8.1.1 Método para la medición de confiabilidad “Alfa de Cronbach”<sup>5</sup>

El Alfa de Cronbach es una de las técnicas más utilizadas para medir el grado de confiabilidad.

Constituye una medida de confiabilidad que fluctúa entre 0 y 1. Su nivel más bajo de aceptabilidad es de 0.70 para estudios concluyentes y 0.6 para estudios exploratorios.

Se aplica para variables cuyo nivel de medición es por intervalos o razón.

Existen dos procedimientos para calcular Alfa de Cronbach:

- 1.- Sobre la varianza de los ítems.
- 2.- Sobre la base de la matriz de correlación de los ítems.

Fórmula del Alfa de Cronbach basado en la matriz de correlación de los ítems:

$$\alpha = \frac{N \cdot p}{1 + p(N-1)}$$

Donde:

N = N° de ítems de la escala

P = Promedio de las correlaciones entre ítems =  $\frac{\epsilon p}{N \cdot p}$

$\epsilon p$  = Sumatoria de las correlaciones

$N \cdot p$  = N° de correlaciones no repetidas o no excluidas

### 3.8.2 Métodos para la medición de Validez<sup>6</sup>

Una medida de validez fácil sería comparar la medición observada con la medición real. Sin embargo, rara vez conocemos la medida real y, si así fuera, en primer lugar no habría razón para medirla. Por consiguiente, lo que hacemos es inferir la validez de la medición observada usando uno o más métodos de estimación. Las principales formas de estimar la validez de medición son 1) validez de concepto, 2) validez de contenido, 3) validez concurrente y 4) validez de predicción.

#### 3.8.2.1 Método para la medición de validez “Validez de Contenido”

La validez del contenido comprende un juicio subjetivo elaborado por un experto con relación a lo apropiado de la medición. Con frecuencia, la validez de contenido recibe el nombre de “validez facial” debido al énfasis que se da al ojo crítico del experto para determinar la relevancia de las mediciones con

<sup>5</sup> Zamora, J; Valenzuela, F. 2001. “Síntesis de Métodos de Mediciones Multivariadas”. Apuntes de la asignatura de Investigación de Mercados. Talca. Universidad de Talca. 6 pp.

<sup>6</sup> Kinnear, T; Taylor, J. 1995. Investigación de Mercados. Quinta Edición. Editorial Mc Graw-Hill.

relación al concepto subyacente. Si se realiza una investigación a través de un cuestionario y este omite ciertos temas que al parecer son importantes para lo que se busca, entonces estamos frente a un cuestionario que carece de validez de contenido.

### **3.8.3 Escalamiento tipo Likert <sup>7</sup>**

Es escalamiento tipo Likert es uno de los métodos más conocidos para medir por escala las variables que constituyen actitudes. Una actitud es una predisposición aprendida para responder consistentemente de una manera favorable o desfavorable respecto a un objeto o sus símbolos.

Las actitudes tienen diversas propiedades, entre las que destacan: dirección (positiva o negativa) e intensidad (alta y baja), estas propiedades forman parte de la medición.

El escalamiento tipo Likert consiste en un conjunto de ítemes presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se les administra, es decir, se presenta cada afirmación y se pide al sujeto que entregue su reacción eligiendo uno de los puntos de la escala (escalas generalmente de 3, 5 o 7 puntos), asignándole a cada punto un valor numérico.

## **3.9 Muestreo**

Cuando se pretende estimar una característica desconocida de una población, generalmente se recurre a la selección de una muestra, lo que constituye un subconjunto o sólo una parte de la población que se pretende investigar. Por lo tanto se puede definir muestreo como el proceso de obtención de una muestra.

### **3.9.1 Fundamentos de muestreo**

La investigación de mercado frecuentemente implica estimar características de una población. En este sentido, es poco probable que la totalidad de los miembros de una población a modo de censo, queden incluidas en la encuesta. El contactar al conjunto de la población, es decir, a la totalidad de la lista del censo, sencillamente no valdría la pena desde el punto de vista de costo beneficio. Sería costoso y, en casi la totalidad de los casos innecesarios, puesto que una confiabilidad adecuada generalmente puede ser obtenida de una muestra. Además, con frecuencia, sería menos exacto puesto que los errores no muestrales como la no respuesta, el fraude y los errores de codificación de datos son más difíciles de controlar (Zikmund, 1995).

---

<sup>7</sup> González, M; Orellana, M. 1999. "Medición de la Satisfacción de los usuarios del Departamento de Obras, Ilustre Municipalidad de Pichilemu". Tesis de Ingeniería Comercial. Universidad de Talca. 79 pp.

### **3.9.2 Marco muestral**

El marco muestral es generalmente una lista de miembros de la población usado para obtener una muestra. Podría haber una lista de suscriptores de revistas, de tiendas de ferreterías al menudeo o e estudiantes universitarios. En realidad, la descripción de un marco muestral no tiene que enumerar a todos los miembros de la población. Puede ser suficiente especificar el procedimiento por medio del cual cada unidad muestral puede ser localizada (Aaker y Day, 1989).

### **3.9.3 Muestreo no probabilístico**

En el muestreo no probabilístico se desconoce la probabilidad de que cualquier miembro particular de la población sea elegido. La selección de las unidades de muestreo en este tipo de muestreo es muy arbitraria, puesto que los investigadores dependen en gran medida del juicio personal. No existen técnicas estadísticas apropiadas para medir el error de muestreo aleatorio a partir de una muestra no probabilística. De modo que resulta estadísticamente inapropiado proyectar los datos más allá de la muestra. No obstante, hay ocasiones en que las muestras no probabilísticas son más adecuadas para el propósito del investigador (Zikmund, op. cit.).

#### **3.9.3.1 Muestreo por Cuotas**

Quizás la más comúnmente usada de las técnicas de muestreo es una técnica sin probabilidad llamada muestreo por cuotas. Aunque la complejidad de las muestras por cuotas varía en forma considerable, todas ellas encarnan tres pasos básicos.

1. *Selección de las características de control y determinación de la proporción del universo que tiene cada juego de características.*

Este paso comprende la subdivisión del universo en subuniversos. Los subuniversos resultantes son llamados usualmente “celdas”, y las bases para la estratificación son llamadas controles.

2. *Distribución de la muestra entre celdas.* Una vez establecidos los estratos o celdas, el paso siguiente es decidir el tamaño de la muestra que debe tomarse de cada celda. Usualmente, pero no por necesidad, se toma una muestra proporcional; es decir a cada celda se le otorga la misma proporción de la muestra que representa el universo

3. *Selección de los componentes de la muestra.* Cuando se ha decidido respecto del número total de entrevistado en cada celda, el paso siguiente en el procedimiento de muestreo es asignar una “cuota” a cada empleado de campo. Esto es: se dice a cada uno de éstos que obtenga X observaciones con componentes que tengan un juego de características e Y observaciones con componentes que tengan otro juego de características, y así sucesivamente, hasta que haya sido asignada la muestra total.

En el muestreo por cuotas, el muestreo dentro de cada celda no es hecho al azar; los representantes de campo reciben una amplia latitud en la selección de entrevistados para llenar sus cuotas.

Debido a que la elección de entrevistados dentro de una celda es dejada a los representantes en el terreno y no está gobernada por una selección al azar, las personas más accesibles y que se expresan mejor dentro de una celda o casilla por lo general serán las entrevistadas (Harper et al., 1975)

## **CAPÍTULO IV**

### **OBJETIVOS**

#### **4.1 Objetivo general**

Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de los gimnasios de Talca<sup>(\*)</sup> de acuerdo a las dimensiones de actividad, servicio, maquinaria e infraestructura.

#### **4.2 Objetivos específicos**

1.- Caracterizar a cada gimnasio de la ciudad de Talca de acuerdo a las dimensiones de actividad, servicio, maquinaria e infraestructura.

2.- Evaluar los atributos que están presentes en los gimnasios de Talca desde el punto de vista de los usuarios.

3.- Determinar en el contexto de los atributos que pudieran estar presentes en un gimnasio, los más valorados por los usuarios de los gimnasios de Talca de acuerdo al nivel de importancia otorgado.

4.- Generar recomendaciones para los gimnasios presentes en el estudio en forma separada, que permitan aumentar la satisfacción de los usuarios.

---

<sup>(\*)</sup> Los gimnasios presentes en el estudio fueron 8: Sian-Kaal, Hermanos Rojas, Sport Life, Top Light, Soledad Jorquera, Body Fitness, Gimnasio Total e Isadora

## CAPITULO V

### METODOLOGÍA

La investigación de mercado es un estudio sistemático y objetivo de información de mercado, aplicable a la toma de decisiones de Marketing. Su objetivo es obtener información de mercado para disminuir la incertidumbre de la toma de decisiones en la gestión de Marketing. (Kinneary y Taylor, op. cit.).

La presente investigación de mercado se llevó a cabo a través de dos etapas: una del tipo exploratorio y otra de tipo descriptivo concluyente de corte transversal.

#### 5.1 Estudio exploratorio

La primera etapa del presente estudio, consistió en primera instancia en la obtención de un listado de los gimnasios presentes en la ciudad de Talca (marco muestral). Dicha gestión tuvo que ser realizada bajo el criterio de muestreo tipo bola de nieve, ya que la información secundaria disponible para esa tarea se caracterizaba por estar notoriamente incompleta (guía telefónica, listado de oficina municipal de patentes, etc.).

Confeccionado el listado de los gimnasios presentes en Talca (tarea llevada a cabo la primera semana de abril), llegamos a un listado con un total de 12 gimnasios. De estos 12 gimnasios, 2 fueron automáticamente eliminados del marco muestral, (Cencit y New Life), el primero por cumplir más con la definición de centro de estética y por lo tanto sería perjudicial y poco objetivo el análisis, y el gimnasio New Life por la simple negativa de la administración en apoyar el presente estudio.

De esta manera el listado contempló a los siguientes gimnasios

- 1) Sian-Kaal
- 2) Hermanos Rojas
- 3) Sport Life
- 4) Top Light
- 5) Soledad Jorquera
- 6) Body Fitness
- 7) Gimnasio Total
- 8) Isadora
- 9) Club Deportivo Católica del Maule
- 10) Gimnasio regional

Lamentablemente en el desarrollo del estudio en pleno proceso de entrevistas, nos vimos obligados a eliminar del estudio al Gimnasio regional y al Club Deportivo Católica del Maule por las siguientes razones:

- El gimnasio regional tiene como base el servir como herramienta de apoyo a los deportistas en general, que representan a colegios o clubes deportivos, los cuales no cancelan ningún tipo de mensualidad por hacer uso del gimnasio, por lo tanto dichos elementos no nos servían para constituir la muestra.

Si bien el Gimnasio Regional esta disponible a particulares que estén dispuestos a pagar por dichos servicios, estos representan una proporción mínima de la población de usuarios de gimnasio. Lo anterior unido con las constantes visitas infructuosas al gimnasio, ya que en más de una oportunidad se encontraba cerrado en pleno horario normal de funcionamiento, se hizo imposible cumplir con las cuotas establecidas.

- El Club Deportivo Universidad Católica del Maule al igual que el Gimnasio Regional, está enfocado como una herramienta de apoyo a los estudiantes, aunque también están dispuestos a atender a particulares en un horario establecido (lunes, miércoles y viernes de 20:00 a 21:30 hrs.).

Desafortunadamente, las cuotas no pudieron ser llenadas en forma cabal, puesto que, no se contó con la colaboración de los usuarios que desarrollaban la práctica de aeróbica (los practicantes de aeróbica representan el 60% de la muestra total, ya que sólo se desarrollan las actividades de musculación y aeróbica en dicho establecimiento), el argumento mayor era la falta de tiempo para contestar la entrevista.

Dadas las dificultades anteriormente mencionadas, se dispuso del siguiente marco muestral final:

- 1) Sian-Kaal
- 2) Hermanos Rojas
- 3) Sport Life
- 4) Top Light
- 5) Soledad Jorquera
- 6) Body Fitness
- 7) Gimnasio Total
- 8) Isadora

Obtenido el presente marco muestral, procedimos a efectuar visitas a estos gimnasios. El objetivo de estas visitas, fue el de identificar por medio de una conversación informal con los propietarios, administradores, profesores y usuarios las distintas gamas de servicios, atributos y actividades que pueden estar presentes en un gimnasio idóneo. De esta manera obtuvimos una serie de atributos, los que fueron divididos en cuatro dimensiones:

### **1° Dimensión: Servicios**

- 1) Aeróbica
- 2) Aerobox
- 3) Relajación (Yoga, Tai chi, etc.)
- 4) Artes Marciales (Kung fu, Karate, Kick boxing, Taekwondo, etc)
- 5) Danza (ballet, tropical, tango, cueca, etc.)
- 6) Musculación

### **2° Dimensión: Servicios**

- 1) Preocupación y supervisión de los instructores
- 2) Venta de suplementos, alimentos especiales, medicamentos (proteína en polvo, quemadores de grasas, creatina, multivitamínicos, levadura de cerveza, etc.)
- 3) Rutinas Individuales
- 4) Convenio con empresas e instituciones
- 5) Precios rebajados a estudiantes
- 6) Uso ilimitado del gimnasio
- 7) Nutricionista
- 8) Masajista
- 9) Cosmetóloga
- 10) Venta de vestuario
- 11) Kinesiología
- 12) Tratamientos estéticos (anticelulitis, reductivos, flacidez, electrofísico, etc.)
- 13) Calidad de la música
- 14) Calidad de aseo e higiene

### **3º Dimensión: Maquinaria**

- 1) Máquinas cardiovasculares
- 2) Trotadores
- 3) Bicicletas
- 4) Escaladores
- 5) Pesos libres (barras, discos, mancuernas)
- 6) Multiestaciones
- 7) Resistencia variable

### **4º Dimensión: Infraestructura**

- 1) Camarines
- 2) Sauna
- 3) Piscina
- 4) Cafetería (refrescos, sándwich, yogurt, batidos, etc.)
- 5) Guardería infantil
- 6) Estacionamientos
- 7) Solarium
- 8) Centro de estética
- 9) Lockers (casilleros)
- 10) Máquina de refrescos
- 11) Espejos
- 12) Piso flotante

El reconocimiento de estos atributos permitió conocer con mayor profundidad el contexto en el cual se pretendía investigar.

### **5.2 Estudio descriptivo, concluyente de corte transversal**

En vista de los objetivos perseguidos, de entregar un panorama lo más preciso posible del fenómeno referido, es conveniente apoyarse en el tipo de estudio ya mencionado.

### **5.3 Fuente de datos**

Dado las características del entorno en cuestión, se utilizaron 2 métodos investigativos, bajo la modalidad de:

#### **5.3.1 Encuesta:**

Destinada a la recolección de datos respecto a los usuarios de gimnasios.

Con la aplicación del cuestionario, se reunieron los datos necesarios para reconocer y determinar las actitudes, percepción, características demográficas y nivel de satisfacción de los usuarios de gimnasios.

El cuestionario en el que se trabajó, corresponde a un cuestionario de tipo estructurado; Las preguntas se plantean en un orden específico, en donde el respondiente tiene la opción de responder bajo 7 grados distintos (alternativas) de acuerdo a la que sea la más acorde con su percepción; esta escala en donde el respondiente enuncia un cierto grado de acuerdo/desacuerdo, satisfecho/insatisfecho, muy bueno/muy malo, recibe el nombre de escala tipo Likert.

En este contexto, el cuestionario se basó en una metodología que permite comparar las expectativas de un usuario v/s lo realmente obtenido, y a partir de ello, definir su nivel de satisfacción/ insatisfacción.

##### **5.3.1.1 Composición del cuestionario**

Prevía presentación y solicitud de colaboración, el cuestionario se divide en 4 secciones: (El cuestionario se encuentra en el anexo I)

##### ***Sección I:***

Consiste en la inserción del respondiente bajo el contexto de lo que él imagine como su “Gimnasio Ideal”. En este contexto se mencionan todos los atributos pertenecientes a las dimensiones de actividades, servicio, maquinaria e infraestructura mencionados anteriormente de acuerdo al grado de importancia que esté le otorga a cada uno, siendo: 1 = nada importante, el 4 = medianamente importante y 7 = muy importante (escalamiento tipo Likert de 7 puntos).

##### ***Sección II:***

La sección II inserta al respondiente en el plano del propio gimnasio al cual asiste. Tiene la misma estructura de la sección I con la diferencia que ahora las escalas de respuestas varían en términos de evaluación de los atributos presentes en el gimnasio, siendo 1 = muy mal evaluado, 4 = regular, 7 = muy bien evaluado (escalamiento tipo Likert de 7 puntos),

### ***Sección III:***

Corresponde a la recolección de información acerca del nivel de gasto general del usuario en términos de la mensualidad que cancela, cuanto más pagaría por ciertos atributos adicionales, gasto promedio en alimentos dentro del gimnasio y si es que compran suplementos (alimentos especiales) u medicamentos especiales.

### ***Sección IV:***

Finalmente la última sección, corresponde a la recolección de datos demográficos del entrevistado.

El cálculo de la satisfacción de los entrevistados tuvo como base las secciones I y II del cuestionario.

#### **5.3.2 Observación Directa:**

Destinada a la recolección de datos respecto a los gimnasios de la ciudad de Talca.

Puesto que, uno de los objetivos está referido a la caracterización de los gimnasios, en cuanto a las dimensiones de actividad, servicio, maquinaria e infraestructura; se cumplió con ese objetivo por medio de la observación directa de los propios alumnos memoristas.

Cabe destacar, que para la confección de estos dos instrumentos de medición, estos estuvieron sentados sobre la base de juicio de expertos, para así, evitar la utilización de un piloteo previo.

La utilización de un piloteo, podría afectar negativamente a los objetivos del estudio por dos razones:

- Una posible contaminación de la muestra, en el sentido que no sería conveniente el volver a entrevistar a las mismas personas que contestaron el piloteo previo. (ya que podría crear un sesgo en las respuestas del cuestionario final).
- La segunda razón y más importante, fue el hecho de que el solicitar dos veces a los gimnasios la autorización para aplicar un cuestionario (cuestionario orientado al piloteo previo y cuestionario final) podría haber ocasionado una respuesta negativa, anulándose así un importante elemento del marco muestral.

## 5.4 Muestreo

La población seleccionada como meta corresponde a 2 tipos:

1. Todas las personas que asistan regularmente a un gimnasio en la ciudad de Talca, y que cancele por ese servicio, Por lo tanto definimos:

*Elemento:* Usuarios de gimnasios.

*Requisito:* Que concurren a algún gimnasio con fines de lucro, público o privado en la ciudad de Talca.

*Alcance:* Área Urbana de Talca.

*Tiempo:* Mayo, Junio del 2002.

2. Gimnasios con fines de lucro, públicos o privados ubicados en Talca.

Definimos la población de la siguiente manera:

*Elemento:* Gimnasios.

*Requisito:* Público o privado con fines e lucro presentes en la ciudad de Talca.

*Alcance:* Área urbana de Talca.

*Tiempo:* Operativo el año 2002.

### 5.4.1 Marco muestral

*Marco muestral referido a los usuarios de gimnasios:* consistió en los usuarios de gimnasios que estaban presentes en el establecimiento en el momento de realizar la encuesta.

*Marco muestral referido a los gimnasios:* listado obtenido por medio del muestreo tipo bola de nieve, el cual cumple con la definición antes mencionada y dispuestos a colaborar con el estudio (8 gimnasios).

#### 5.4.1.1 Selección de la muestra, criterios a aplicar, tamaño de la muestra y plan de ejecución de muestreo respecto a los usuarios

Se resolvió trabajar con un “n” de 240 (usuarios de gimnasios), estos 240 usuarios fueron extraídos de los 8 gimnasios totales que conforman el marco muestral, por lo tanto, se contó con la participación de 30 usuarios para cada gimnasio.

Teniendo en cuenta las características del mercado de los gimnasios en Talca (ver Cap. II), nos pareció lo más adecuado y posible, en vista de las múltiples restricciones, el utilizar una técnica de muestreo sin probabilidad llamada “muestreo por cuotas” que es quizás una de las técnicas de muestro más comúnmente usadas en investigación de mercados. (Harper et al., op. cit.).

Definimos entonces la técnica de muestreo a utilizar; y bajo el contexto de nuestra investigación especificamos:

*Controles:* Nuestras bases para la estratificación serán dos: actividades y días de la semana, ya que, bajo estos dos criterios, fue posible obtener información sobre la distribución dentro del universo (por cada gimnasio). Y creemos que son dos variables que están correlacionadas con las características que pretendemos estudiar, ofreciéndonos una muestra parecida a la población de los gimnasios.

Por lo tanto las celdas resultantes para el universo quedan de la siguiente manera:

**Cuadro 5.1: Esquematización de las celdas resultantes en una muestra por cuota de gimnasios**  
Celdas presentes en la Muestra por Cuota de gimnasios

Características de Control:

1. Actividades desarrolladas
2. Día de la semana

Actividad Desarrollada por Gimnasio

Día de la Semana	Aeróbica	Aerobox	A. Marciales	Danza	Musculación	Relajación	Total
Lunes	%	%	%	%	%	%	%
Martes	%	%	%	%	%	%	%
Miércoles	%	%	%	%	%	%	%
Jueves	%	%	%	%	%	%	%
Viernes	%	%	%	%	%	%	%
Sábado	%	%	%	%	%	%	%
Totales	%	%	%	%	%	%	100%

Donde el 100% de la muestra corresponde al  $n = 30$  usuarios por cada gimnasio, por lo tanto un  $n$  global (total) de 240 entrevistados.

Los entrevistados fueron aquellos usuarios presentes en una actividad y horario determinado, hasta llenar la cuota por cada gimnasio.

Para entender el método de muestreo por cuotas supongamos un gimnasio X que imparte 3 actividades (1ª variable control) de acuerdo a los siguientes días de la semana (2ª variable control):

- Aeróbica (lunes, miércoles y viernes de 19:00 a 20:00 hrs.)
- Musculación (lunes a viernes de 9:00 a 22:00 hrs. y sábados de 9:00 a 13:00 hrs.)
- Danza (martes y jueves de 19: 00 a 20:00 hrs.)

Y las proporciones de los usuarios se distribuyen de la siguiente forma:

- 45% practica aeróbica
  - 35% practica musculación
  - 20% practica danza
- 100% de los usuarios

En cuanto a los días de la semana (2ª variable control) las actividades se distribuyen de la siguiente manera:

- Aeróbica: Del 100% de los usuarios que concurren a dicha práctica, 20% asiste el día lunes, 40% el miércoles y el 40% restante el día viernes
- Musculación: Del 100% de los usuarios que concurren a dicha práctica 5% concurre el día lunes, martes: 15%, miércoles: 25%, jueves: 20%, viernes: 25% y sábados 10%.
- Danza: Los practicantes de danza se distribuyen 50% el día martes y 50% día jueves

En términos de la proporción de usuarios que concurren a las distintas actividades como parte del total de usuarios del gimnasio (proporción de la población) las proporciones serian las siguientes:

- Aeróbica: 9% del total de usuarios asiste el día lunes, 18% el miércoles y el 18% restante el día viernes
- Musculación: lunes: 1,75%, martes: 5.25%, miércoles: 8,75%, jueves: 7%, viernes: 8.75% y sábados 3.5%.
- Danza: 10% el día martes y 10% día jueves

Por lo tanto las celdas resultantes para el gimnasio X queda de la siguiente manera:

**Cuadro 5.1.1: Ejemplificación de las celdas resultantes en una muestra por cuota de gimnasio.  
(En porcentaje)**

Celdas presentes en la Muestra por Cuota del Gimnasio X

Características de Control:

1. Actividades desarrolladas
2. Día de la semana

Actividad Desarrollada por Gimnasio

Día de la Semana	Aeróbica	Aerobox	A. Marciales	Danza	Musculación	Relajación	Total
Lunes	9%	0%	0%	0%	1.75%	0%	10.75%
Martes	0%	0%	0%	10%	5.25%	0%	15.25%
Miércoles	18%	0%	0%	0%	8.75%	0%	26.75%
Jueves	0%	0%	0%	10%	7%	0%	17%
Viernes	18%	0%	0%	0%	8.75%	0%	26.75%
Sábado	0%	0%	0%	0%	3.5%	0%	3.5%
Totales	45%	0%	0%	20%	35%	0%	100%

Entonces, como la muestra definida para el gimnasio X es de 30 usuarios, las celdas en términos de la cantidad de usuarios a entrevistar quedan determinadas como sigue:

**Cuadro 5.1.2 Ejemplificación de las celdas resultantes en una muestra por cuota de gimnasio.  
(Ajustada a la cantidad de entrevistados a seleccionar por cada gimnasio)**

Día de la Semana	Aeróbica	Aerobox	A. Marciales	Danza	Musculación	Relajación	Total
Lunes	3	0	0	0	1	0	4
Martes	0	0	0	3	2	0	5
Miércoles	5	0	0	0	2	0	7
Jueves	0	0	0	3	2	0	5
Viernes	5	0	0	0	3	0	8
Sábado	0	0	0	0	1	0	1
Totales	13	0	0	6	11	0	30

Las cantidades a entrevistar de usuarios para cada celda, estarán por lo tanto ajustadas a la realidad concreta de cada gimnasio, llevándonos de esa manera a una muestra similar a la población de cada gimnasio.

#### **5.4.1.2 Selección de la muestra, criterios a aplicar, tamaño de la muestra y plan de ejecución de muestreo respecto a los gimnasios**

La selección de la muestra respecto a los gimnasios fue constituida por un listado de todos los gimnasios presentes en la ciudad de Talca. Dicha información fue obtenida por medio de un muestreo de tipo bola de nieve.

El muestreo de tipo bola de nieve fue realizado por los propios alumnos tesistas, en donde se procedió a visitar a un gimnasio presente en la ciudad y recoger información que permitiera empezar la confección del listado de gimnasios (nombre, dirección y teléfono). Posteriormente se le solicitó a la administración de dicho gimnasio que facilitara el nombre y dirección de 3 gimnasios más dentro de la ciudad, de esa manera ya se contaba con la información de 4 gimnasios en total. Luego de visitar e identificar a estos 3 nuevos gimnasios, se utilizó la misma estrategia con cada uno de estos, aumentando así sucesivamente el listado de gimnasios de Talca hasta completarse el marco muestral.

Se obtuvo así un listado de 12 gimnasios, de los cuales fueron incluidos finalmente 8 de ellos para el presente estudio.

#### **5.4.2 Recopilación de la información en terreno**

El cuestionario fue aplicado en el periodo comprendido entre el 13 de mayo y el 15 de junio del 2002.

(El cuestionario se encuentra en el anexo I )

El equipo de encuestadores estuvo compuesto por los alumnos tesistas.

## CAPITULO VI

### PROCESAMIENTO DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Entrevistas no estructuradas a expertos y usuarios de gimnasios, encuesta y observación directa constituyen las tres técnicas bases utilizadas con el fin obtener la información necesaria para la investigación.

Como se ha dicho anteriormente en la metodología, se definieron las siguientes dimensiones para los gimnasios:

- Dimensión 1 “D1” Actividades
- Dimensión 2 “D2” Servicios
- Dimensión 3 “D3” Maquinaria
- Dimensión 3 “D3” Infraestructura

Estas dimensiones fueron utilizadas para la confección del instrumento de medición aplicado a los usuarios de los gimnasios que contemplan el estudio. (El cuestionario se encuentra en el anexo I).

Se analizó la confiabilidad y la validez del instrumento de medición.

#### 6.1 Confiabilidad y Validez

El análisis de confiabilidad y validez constituyen un requisito indispensable para evaluar el cuestionario en términos de la consistencia, exactitud y capacidad de predicción de los hallazgos de la investigación.

El análisis de validez está relacionada con la pregunta “¿estamos midiendo lo que creemos?”, la confiabilidad de una medida se refiere al grado en que se encuentra libre de error aleatorio.

##### 6.1.1 Confiabilidad

Con relación al cuestionario, el grado de confiabilidad fue determinado sobre la base del Alfa de Cronbach, que considera las correlaciones en una matriz de varianzas y covarianzas conjunta para cada una de las preguntas incluidas en el instrumento y su correspondiente categoría de respuesta.

Para el cálculo de Alfa de Cronbach nos apoyamos en un programa computacional estadístico conocido como SPSS, el cual nos arrojó un valor de confiabilidad del cuestionario (correspondiente al Alfa de Cronbach) igual a:

$$\alpha = 0.8266$$

Como se puede apreciar, el instrumento de medición (cuestionario) explica un 82.66% de lo que se pretende medir, notoriamente por sobre el valor mínimo aceptado de 0.7 para estudios descriptivos.

### 6.1.2 Validez

La forma de comprobar la validez del instrumento de medición de satisfacción que se aplicó a los usuarios de gimnasios de la ciudad de Talca fue la validez de contenido.

Este método de validez estuvo fuertemente apoyado por el procedimiento utilizado para seleccionar los factores que se incluirían en el instrumento. Este método tuvo como base entrevistas a expertos, usuarios, dueños de gimnasios e instructores, en las cuales obtuvimos aportes que permitieron estructurar de buena manera el instrumento de medición.

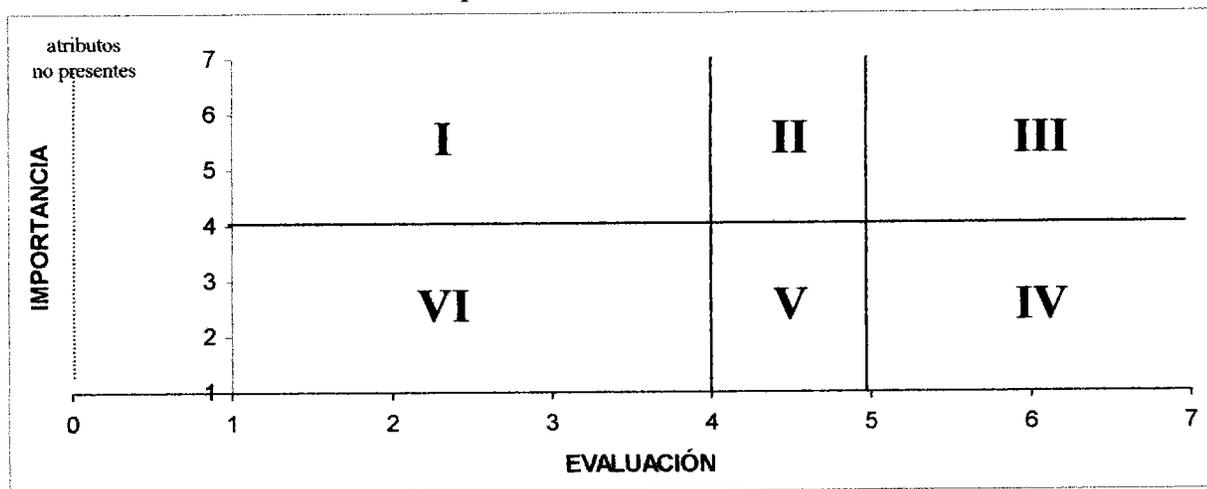
De esta manera se logró concretar un instrumento de medición de satisfacción consistente con los objetivos del estudio.

### 6.2 Matriz de Evaluación & Importancia

Esta matriz, como su propio nombre lo indica permite representar gráficamente y de forma muy sencilla, el nivel de importancia otorgado por los usuarios de gimnasios a cada atributo referido, y al mismo tiempo el nivel de evaluación de la calidad de los servicios y demás ítemes. La matriz de evaluación & importancia permite subdividirse en una serie de cuadrantes que quedan a criterio del analista en cuanto a la cantidad de estos, dependiendo del contexto y de la escala de medición utilizada (escala Likert de 3, 5 ó 7 puntos por ejemplo).

En nuestro caso definimos nuestra matriz de evaluación/Importancia bajo la concepción de seis cuadrantes, como se indican a continuación:

**Grafico 6.1 Matriz Evaluación & Importancia**



Nota: Los valores reflejados en la matriz corresponden a los valores medios presentados por los respondientes.

De no encontrarse presente uno o más atributos dentro de un gimnasio, evidentemente este no puede ser evaluado, por lo tanto, no se encontraría posicionado dentro de ninguno de los cuadrantes de la matriz; en este caso los atributos inexistentes estarán posicionados sobre la línea punteada en el lado izquierdo de la matriz sobre el valor 0 del eje de evaluación, reflejando así una evaluación inexistente, pero un cierto grado de importancia (valoración) otorgada.

### **6.2.1 Criterios a utilizar en la matriz evaluación & importancia**

Respecto al nivel de importancia otorgado, definimos los siguientes rangos:

De 1.0 a 3.9: Baja importancia

De 4.0 a 7.0: Alta importancia

Dichos valores están definidos en este rango dado la familiarización de los respondientes con la conocida escala de 1.0 a 7.0 donde los valores bajo 4.0 son negativos y de 4.0 a 7.0 positivos.

Respecto al nivel de evaluación otorgado, definimos los siguientes rangos:

De 1.0 a 3.9: Baja evaluación

De 4.0 a 4.9: Regular evaluación

De 5.0 a 7.0: Alta evaluación

Las razones para definir 3 rangos de evaluación y no 2 como en el caso de la importancia, se debe a que se consideró muy pobre la utilización de sólo 2 rangos en esta escala, ya que no parece justo que un atributo evaluado con una nota 4.0 por los respondientes caiga en la misma clasificación que uno evaluado con nota 6.5.

### **6.2.2 Definición de los cuadrantes**

#### **Cuadrante I**

*-Baja evaluación y una Alta importancia-* (con un nivel de evaluación otorgado entre 1.0 y 3.9 y un nivel de importancia otorgado entre 4.0 y 7.0)

El cuadrante I indica que existe un factor de descuido, que está afectando seriamente la percepción de los usuarios respecto a un atributo. Atributo al cual ellos le otorgan una alta importancia pero que, el gimnasio, pese a contar con la presencia de dicho atributo no está siendo capaz de aprovecharlo, ya que está siendo mal percibido por los usuarios, y por lo tanto, no corresponde a las expectativas de estos.

Lo anterior, es un claro ejemplo del no saber aprovechar convenientemente una buena inversión, y que debe ser urgentemente analizada. Cabe destacar, que un atributo puede estar siendo mal evaluado quizás

por la poca presencia de este en el gimnasio (si se tratara de maquinaria, o de un servicio que no da el abasto necesario por ejemplo), lo que llama a contrastar estos resultados con la observación directa y la cantidad de usuarios que hacen uso de dicho atributo, de manera tal, que haga posible dilucidar si se da esta situación. Sin embargo una situación de este tipo solo podría ser justificada si se conociera la relación de usuarios que hagan uso de dicho atributo (cantidad), lo que para nosotros constituye una limitante, puesto que, no todas las administraciones de gimnasios estuvieron dispuestas a entregar dicha información, dificultándose este tipo de análisis, a no ser que sea un fenómeno demasiado notorio. (Por ejemplo: un gimnasio de más de 1000 metros cuadrados construidos, múltiples maquinarias y servicios y solo un baño).

### **Cuadrante II**

- *Regular evaluación y Alta importancia y* - (con un nivel de evaluación otorgado entre 4.0 y 4.9 y un nivel de importancia otorgado entre 4.0 y 7.0)

Un atributo posicionado sobre este cuadrante refleja que se está siendo regularmente valorado por los usuarios, y que apenas satisface las expectativas de los entrevistados, en un rango apenas intermedio (ni bueno ni malo). Dependiendo del atributo, puede ser conveniente el inyectarle tecnología u otra alternativa que permita mejorar aún más su evaluación, siempre y cuando la relación inversión/beneficio sea conveniente.

### **Cuadrante III**

- *Alta evaluación y Alta importancia y* - (con un nivel de evaluación otorgado entre 5.0 y 7.0 y un nivel de importancia otorgado entre 4.0 y 7.0)

Lo ideal para un gimnasio es que todos sus atributos se posicionaran en ese cuadrante, que indica claramente una posible fortaleza del gimnasio, y refleja que el atributo en sí es altamente valorado y la gente percibe que está siendo entregado en la forma y cantidad adecuada.

### **Cuadrante IV**

- *Alta evaluación y Baja importancia y* - (con un nivel de evaluación otorgado entre 5.0 y 7.0 y un nivel de importancia otorgado entre 1.0 y 3.9)

Existe un exceso de asignación de recursos en dicho atributo, por el hecho de que no cobra mayor importancia para los usuarios en general, debe reconsiderarse su asignación, aunque se debe tomar en cuenta, que si bien este atributo tomado en forma individual refleja una baja importancia, puede ser que en general le brinde un “plus” o sea, un valor agregado al gimnasio en términos generales.

## **Cuadrante V**

- *Regular Evaluación y Baja Importancia* y - (con un nivel de evaluación otorgado entre 4.0 y 4.9 y un nivel de importancia otorgado entre 1.0 y 3.9)

Un Atributo posicionado en ese cuadrante, indica una posición de conformidad, por lo que no se recomienda realizar mayores inversiones en dicho atributo, ni tampoco descuidarlo demasiado.

## **Cuadrante VI**

- *Baja Evaluación y Baja Importancia* y - (con un nivel de evaluación otorgado entre 1.0 y 3.9 y un nivel de importancia otorgado entre 1.0 y 3.9)

Un atributo ubicado en este cuadrante refleja un atributo poco valorado por los usuarios, por lo que el gimnasio en sí, tampoco debe destinar mayores recursos. En una situación como esta, es conveniente evaluar la posibilidad de comercializar dicho atributo, ya que puede representar una opción para liberar recursos (venta de parte de estos atributos si fueran cierto tipo de maquinaria por ejemplo) y ser reasignados en aquellos atributos que brinden una mayor satisfacción al usuario.

### **6.3 Criterio para la medición de la satisfacción global de los entrevistados en el estudio**

En cuanto a la medición de la satisfacción por parte de los usuarios esta se confeccionó sobre la base del siguiente criterio:

Se calculó en primer lugar la proporción de atributos existentes respecto a la cantidad de atributos totales consideradas en el estudio, representados por las dimensiones de actividad, servicio, maquinaria e infraestructura.

De esta proporción de atributos existentes se calcularon las medias de evaluación respecto a los atributos pertenecientes a los siguientes rangos:

- 1- Media de evaluación de atributos evaluados en el rango 1.0 – 3.9 “Baja evaluación”
- 2- Media de evaluación de atributos evaluados en el rango 4.0 – 4.9 “Regular evaluación”
- 3- Media de evaluación de atributos evaluados en el rango 5.0 – 5.9 “Buena evaluación”
- 3- Media de evaluación de atributos evaluados en el rango 6.0 – 7.0 “Muy buena evaluación”

Posteriormente se procedió a multiplicar dichos valores medios por la proporción correspondiente de estos atributos (pertenecientes a los rangos anteriormente expuestos) respecto a la cantidad total de atributos existentes en los gimnasios.

Se obtuvieron así las medias ponderadas de los atributos según los rangos expuestos.

Por último se procedió a realizar la sumatoria de las medias ponderadas, lo que constituyó el valor entregado por los entrevistados en cuanto a la evaluación de todos los atributos existentes.

Luego, se definió el siguiente criterio para clasificar la “satisfacción global de los entrevistados”

- 1- Si el valor esta dentro del rango 1.0 – 3.9 “Entrevistados insatisfechos”
- 2- Si el valor esta dentro del rango 4.0 – 4.9 “Entrevistados regularmente satisfechos”
- 3- Si el valor esta dentro del rango 5.0 – 5.9 “Entrevistados satisfechos”
- 4- Si el valor esta dentro del rango 6.0 – 7.0 “Entrevistados muy satisfechos”

#### **6.4 Análisis de Datos y Resultado global de los gimnasios de Talca**

A continuación se procederá a entregar un análisis conjunto de los gimnasios contemplados en el presente estudio.

El análisis contempla los siguientes gimnasios:

- 1) Sian-Kaal
- 2) Hermanos Rojas
- 3) Sport Life
- 4) Top Light
- 5) Soledad Jorquera
- 6) Body Fitness
- 7) Gimnasio Total
- 8) Isadora

El presente análisis se dividirá de acuerdo a los siguientes puntos:

##### *1- Caracterización de la muestra:*

Consiste en la descripción de ciertas características demográficas de los entrevistados.

##### *2- Matriz Evaluación / Importancia*

Consiste en la esquematización gráfica de la posición de los atributos de acuerdo a su carga de evaluación e importancia por parte de los entrevistados a nivel global.

Por medio de esta matriz se puede hacer una comparación entre los atributos entregados por los gimnasios v/s aquellos atributos valorados por los consumidores.

Para que el lector reconozca los atributos que son entregados por los gimnasios a nivel general, basta observar las 2 primeras columna de los cuadros de dimensiones (Actividades “D1”, Servicios “D2”, Maquinaria “D3” e Infraestructura “D4”) en este mismo punto, ya que, dichas columnas hacen mención de la evaluación media de los respondientes respecto a los distintos atributos.

Lógicamente, en aquellos atributos donde no exista un valor en la evaluación media significará que dicho atributo no se encuentra presente en los gimnasios tomados en el estudio.

### 3. – Análisis y Conclusiones

Con la ayuda de las dos primeras herramientas se pretende juzgar la satisfacción global de los usuarios de gimnasio presentes en el estudio y elaborar conclusiones.

*Observación 1:* Debe hacerse la salvedad que la toma de decisión respecto a la inclusión de un ítem de cualquiera de las dimensiones (actividad, servicio, maquinaria e infraestructura) no debe apoyarse únicamente en la posición de la matriz, ya que, si bien este ítem puede resultar interesante desde el punto de vista de insertarlo en el portafolio actual del gimnasio, se amerita un análisis de costos, infraestructura instalada, situación económica, capacidad de endeudamiento y enfoque actual de la empresa para evaluar dentro de la realidad del gimnasio si este ítem es lo suficientemente beneficioso y alcanzable para el gimnasio en general, de acuerdo a la relación existente de inversión v/s utilidad.

#### 6.4.1 Caracterización de la muestra

Como se detalla en la metodología, los entrevistados en el ámbito global contemplan 240 individuos. (30 por cada gimnasio)

A continuación se detallarán dos cuadros explicativos.

**Cuadro 6.1: Clasificación de la muestra según sexo**

	Cantidad	Porcentaje	% Acumulado
Masculino	120	50	50
Femenino	120	50	100
Total	240	100	

Conforme el cuadro 6.1, del total de entrevistados, el 50% de los entrevistados pertenece al sexo masculino y el 50% restante al sexo femenino.

**Cuadro 6.2: Clasificación de la muestra según mensualidad y plus (en porcentaje)**

Plus	Mensualidad							Total
	Menos de \$7.000	Entre \$7.001 y \$12.000	Entre \$12.001 y \$15.000	Entre \$15.001 y \$17.500	Entre \$17.501 y \$20.000	Entre \$20.001 y \$25.000	Más de \$25.000	
\$0	4,2	3,8	4,6		2,5			15,0
Menos de \$2.000	2,1	4,6	3,3	0,4	1,7	0,4		12,5
Entre \$2.001 y \$4.000	3,8	8,3	2,9	3,3	1,3			19,6
Entre \$4.001 y \$6.000	5,0	6,3	1,7	2,5	4,6	0,8	0,4	21,3
Entre \$6.001 y \$8.000	1,7	3,3	0,8	1,7				7,5
Entre \$8.001 y \$10.000	3,8	9,6	0,0	3,3				16,7
Más de \$10.000	2,9	1,7	1,3		1,7			7,5
	23,3	37,5	14,6	11,3	11,7	1,3	0,4	100,0

(\*) Plus está referido al concepto de cuanto más estaría dispuesto a pagar el consumidor por sobre su mensualidad en caso de contar con una mayor gama de atributos a su disposición dentro del gimnasio.

El cuadro 6.2 detalla las proporciones de entrevistados que estarían dispuestas a pagar un valor por sobre el monto actual de su mensualidad (Plus) si contara con una mayor gama de atributos dentro del gimnasio, nótese que la mayor proporción, o sea, un 21.3% estarían dispuestos a pagar entre \$4000 y \$6000 adicionales en la mensualidad con tal de disponer de una mayor gama de atributos dentro del establecimiento.

Para mayores detalles respecto a las características demográficas de la muestra global, estas se encuentran en el Anexo 3 (1ª parte)

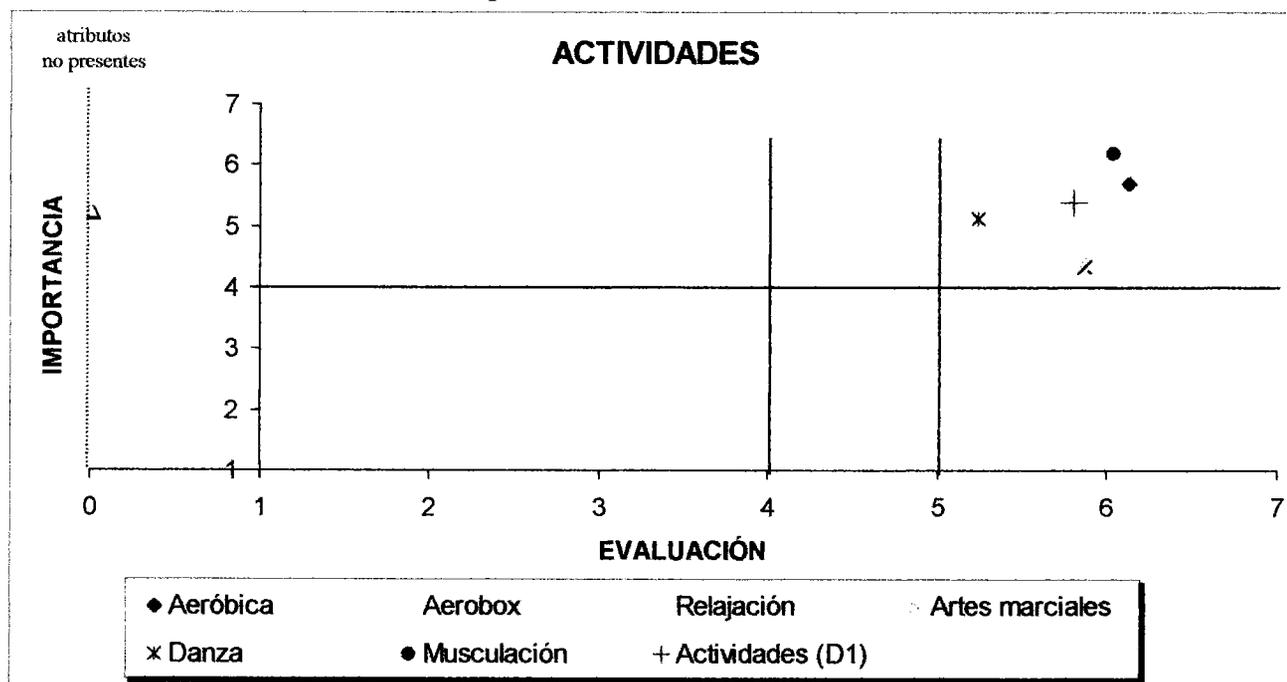
## 6.4.2 Matriz Evaluación / Importancia Global

### 6.4.2.1 Dimensión 1: Actividades. (D1)

**Cuadro 6.3: Evaluación e importancia D1 Global**

ACTIVIDADES		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Aeróbica	6,13	5,7
Aerobox	5,74	5,62
Relajación	-	5,25
Artes marciales	5,85	4,4
Danza	5,24	5,11
Musculación	6,03	6,19
Actividades (D1)	5,80	5,38

**Grafico 6.2: Matriz Evaluación / Importancia Dimensión 1 Global**



Se puede apreciar que todas las actividades están presentes en los gimnasios de Talca a excepción de la actividad de relajación, y dentro de las actividades existentes en los gimnasios de Talca, la totalidad de estas se encuentran posicionadas sobre el cuadrante III. –alta evaluación y alta importancia- destacándose las actividades de aeróbica (6.13 y 5.7 de evaluación e importancia respectivamente) y la de musculación (6.03 y 6.19 de evaluación e importancia respectivamente).

Cabe destacar que la dimensión 1 “actividades (D1)” también se encuentra sobre el cuadrante III, eso debido a la alta satisfacción de los entrevistados en cuanto a las actividades que se imparten.

Bajo el contexto de las actividades desarrolladas en los gimnasios de Talca, la actividad de “relajación” (yoga, tai chi, etc.) no se encuentra presente en ninguno de los gimnasios del estudio, sin embargo, el nivel de importancia otorgado por los respondientes a esa actividad es de 5.25.

En cuanto a las actividades que cobran una mayor relevancia por parte de los entrevistados se destacan:

- Aeróbica: La cual presenta el mayor nivel de evaluación correspondiente a 6.13 y una importancia de 5.7.
- Musculación: Que presenta el mayor nivel de importancia correspondiente a 6.19 y una evaluación de 6.03.

A continuación se detalla el nivel de evaluación correspondiente a cada gimnasio en el ámbito de las actividades.

**Cuadro 6.4: Evaluación global en actividades de los gimnasios**

	Sian-Kaal	Hnos. Rojas	Sport Life	Top Light	S. Jorquera	B. Fitness	Gim. Total	Isadora	Mejor Evaluado
Aeróbica	6,4	6,07	5,87	6,23	6,57	5,63		6,13	S. Jorquera
Aerobox	6,73	5,23	4,8	5,5		5,83	6,33		Sian-Kaal
Relajación									
artes marciales			5,77	5,93					Top Light
Danza	5,4			5,67		4,6	5,27	5,27	Top Light
Musculación	6,57	5,4	5,63	5,27	6,5	6,83	5,97	6,07	B. Fitness
Eval. Media	6,28	5,57	5,52	5,72	6,54	5,72	5,86	5,82	
Ranking	2°	6°	7°	5°	1°	5°	3°	4°	

En el ámbito de las actividades desarrolladas por cada gimnasio se puede apreciar que el mejor evaluado es el gimnasio Soledad Jorquera, con una evaluación promedio de 6.54, destacándose principalmente en aeróbica, que es la mejor evaluada de todos los gimnasios.

Por otro lado se puede apreciar que el gimnasio Sian Kaal posee la mayor evaluación en la actividad de aerobox con una evaluación promedio de 6.73.

El gimnasio Top Light se destaca en 2 de las 5 actividades que imparte por sobre los demás gimnasios siendo estas la actividad de artes marciales y danza con una evaluación promedio de 5.93 y 5.67 respectivamente.

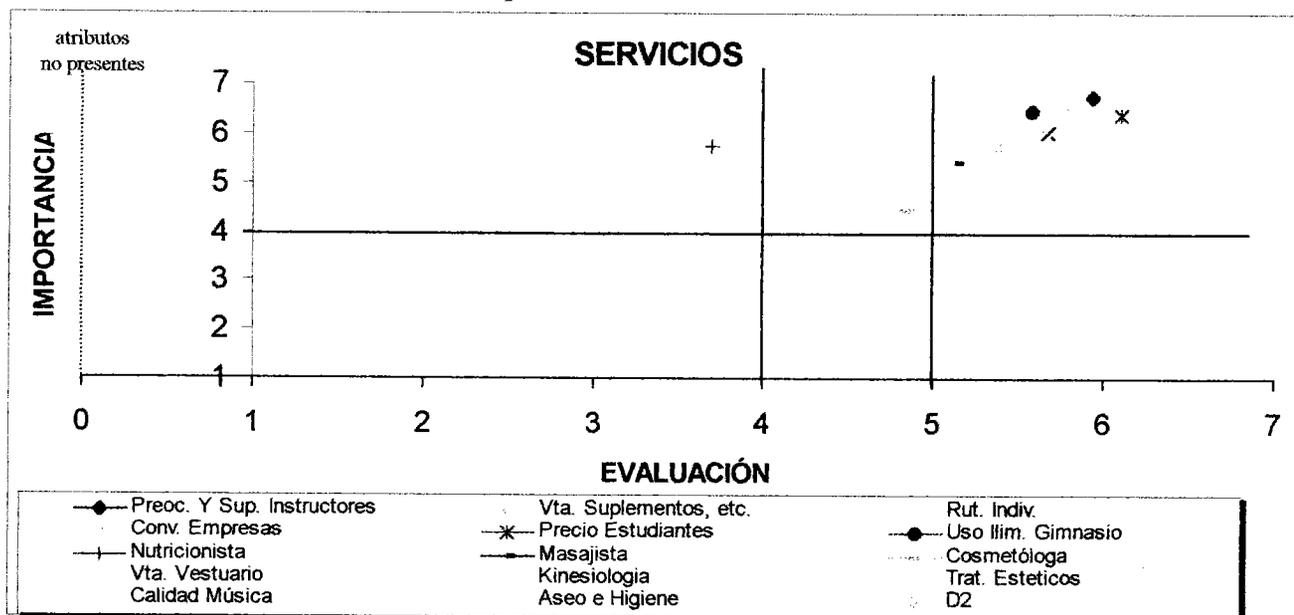
En el campo de la musculación se destaca el gimnasio Body Fitness con una evaluación promedio de 6.83, la evaluación más alta por parte de los entrevistados en cuanto a una actividad.

### 6.4.2.2 Dimensión 2: servicios. (D2)

**Cuadro 6.5: Evaluación e importancia Dimensión 2 Global**

SERVICIOS				
	Evaluación (media)		Importancia (media)	
	(eje X)		(eje Y)	
Preocupación y sup. Instructores	5,93		6,73	
Vta Suplementos, etc.	5,43		4,37	
Rutinas Individuales	5,4		6,05	
Convenio con empresas e instituciones	5,65		6,08	
Precios rebajados a estudiantes	6,1		6,39	
Uso ilimitado del gimnasio	5,58		6,46	
Nutricionista	3,70		5,75	
Masajista	5,13		5,4	
Cosmetóloga	4,84		4,43	
Venta de vestuario	4,65		4,07	
Kinesiología	5,43		5,69	
Tratamientos estéticos	5,26		5,03	
Calidad de la música	5,81		6,60	
Calidad de aseo e higiene	6,2		6,94	
Servicios (D2)	5,37		5,71	

**Grafico 6.3: Matriz Evaluación / Importancia D2 Global**



Se puede observar que la mayoría de los ítemes de servicio presentes en los gimnasios se encuentran posicionados en el cuadrante III –alta evaluación y alta importancia- a excepción de 3 ítemes (venta de vestuario, nutricionista y cosmetología).

Dentro del contexto de los ítemes de servicio que no se encuentran sobre el cuadrante III, 2 de estos están posicionados en el cuadrante II –regular evaluación y alta importancia- son estos los ítemes de venta de vestuario (4.65 y 4.07 de evaluación e importancia respectivamente) y cosmetología (4.84 y 4.43 de evaluación e importancia respectivamente)

Otro componente de esta dimensión (nutricionista) se encuentra posicionado sobre el cuadrante I –baja evaluación y alta importancia- exhibiendo valores de 3.7 y 5.75 de evaluación e importancia, convirtiéndose en el ítem peor evaluado dentro de esta dimensión por parte de los entrevistados.

En cuanto a los servicios que cobran una mayor relevancia por parte de los entrevistados se destacan:

- Precios rebajados a estudiantes: La cual presenta el mayor nivel de evaluación correspondiente a 6.1 y una importancia de 6.39.
- Preocupación y supervisión de los instructores: Que presenta el mayor nivel de importancia correspondiente a 6.73 y una evaluación de 5.93

Nota: El ítem de servicio que mayor valor entrega respecto a evaluación e importancia fue el ítem de “calidad de aseo e higiene” pero tal ítem estará siempre presente en los gimnasios, por el hecho de que constituye un factor básico para el buen funcionamiento de un gimnasio en general.

A continuación se detalla el nivel de evaluación correspondiente a cada gimnasio en el ámbito de los servicios

**Cuadro 6.6: Evaluación global en servicios de los gimnasios**

	Sian-Kaal	Hnos. Rojas	Sport Life	Top Light	S. Jorquera	B. Fitness	Gim. Total	Isadora	Mejor Eval
P & Sup. Instruc.	6,3	4,9	5,5	6,43	6,1	6,37	5,77	6,03	Top Light
Vta Sup. etc.						5,43			B. Fitness
Rut. Individuales	5,97	5	5,23	4,6	4,9	6,13	5,23	6,13	B.f & Isad.
C. Empresas	5,93	4,97	5,27	5,13	5,63	5,57	6,57	6,1	Gim. Total
P. Rebajados estud.	6,53	5,57	6,07	6,07	6,1	5,87	6,23	6,33	Sian-Kaal
Uso ilim. gimnasio	5,73	5,57	4,47	5,17	5,17	6,5	5,43	6,77	Isadora
Nutricionista								3,7	Isadora
Masajista	5,8				5,73			3,87	Sian-Kaal
Cosmetóloga		4,67			5				S. Jorquera
Venta de vestuario					5,03			4,27	S. Jorquera
Kinesiología					5,43				S. Jorquera
Trat. estéticos	4,1	5,67			5,73			5,53	S. Jorquera
C. de la música	5,67	5,37	4,8	6,13	6,33	5,43	6,2	6,53	Isadora
Aseo e higiene	5,87	5,3	5,57	6,27	6,47	6,63	6,6	6,77	Isadora
Evaluación media	5,77	5,22	5,27	5,69	5,64	5,99	6,00	5,64	
Ranking	4°	7°	6°	3°	5°	2°	1°	5°	

Se puede notar que el gimnasio mejor evaluado en el ámbito de los servicios corresponde al Gimnasio Total, con una evaluación promedio de 6.0 en los servicios que ofrece. Cabe destacar que este gimnasio es el que presenta una mayor evaluación respecto a convenios con empresas e instituciones por parte de los entrevistados.

En el plano de la preocupación y supervisión de los instructores se destaca el gimnasio Top Light con una evaluación de 6.43.

El Gimnasio Body Fitness se destaca en 2 servicios los cuales corresponden a los ítemes de rutinas individuales y venta de suplementos.

Los gimnasios Isadora y Soledad Jorquera se destacan como los gimnasios que una mayor gama de servicio pone a disposición de sus usuarios, destacándose en ese contexto el gimnasio Soledad Jorquera que cuenta con una buena evaluación por parte de los entrevistados en la totalidad de los servicios ofrecidos.

Llama la atención el hecho de que Isadora es el único gimnasio que ofrece el servicio de nutricionista, pero este cuenta con una mala evaluación por parte de los entrevistados (3.7).

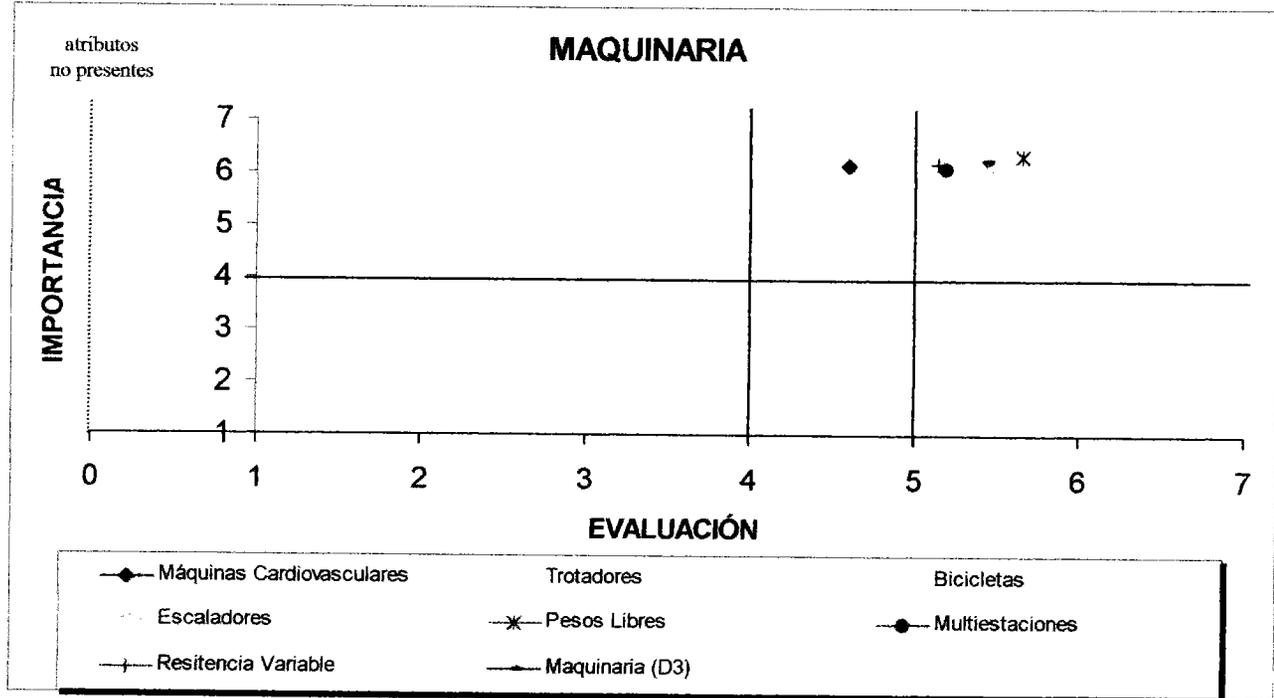
Sian-Kaal resalta entre los demás gimnasios en los servicios de precios rebajados a estudiantes y masajista con valores de 6.53 y 5.8 respectivamente.

### 6.4.2.3 Dimensión 3: Maquinaria. (D3)

**Cuadro 6.7: Evaluación e importancia D3 Global**

MAQUINARIA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Máquinas Cardiovasculares	4,6	6,16
Trotadores	6,1	6,26
Bicicletas	5,79	6,46
Escaladores	5,44	6,15
Pesos Libres	5,65	6,34
Multiestaciones	5,18	6,1
Resistencia Variable	5,14	6,17
Maquinaria (D3)	5,41	6,23

**Gráfico 6.4: Matriz Evaluación / Importancia Dimensión 3 Global**



En cuanto a los ítems de maquinaria, se puede observar que casi la totalidad de estos se encuentran posicionados en el cuadrante III –alta evaluación y alta importancia-, a excepción del ítem de maquinaria denominado “máquinas cardiovasculares” que se encuentra posicionado sobre el cuadrante II –regular evaluación y alta importancia-, convirtiéndose así en el ítem de esta dimensión peor evaluado por parte de los entrevistados (4.6)

Dentro de los ítems de maquinaria que cobran una mayor relevancia por parte de los entrevistados se destacan:

- Trotadores: La cual presenta el mayor nivel de evaluación correspondiente a 6.1 y una importancia de 6.26.
- Bicicletas: Que presenta el mayor nivel de importancia correspondiente a 6.46 y una evaluación de 5.79.

A continuación se detalla el nivel de evaluación correspondiente a cada gimnasio en el ámbito de la maquinaria

**Cuadro 6.8: Evaluación global en maquinaria de los gimnasios**

	Sian-Kaal	Hnos. Rojas	Sport Life	Top Light	S. Jorquera	B. Fitness	Gim. Total	Isadora	Mejor Eval
Máq. Cardiovasc.	4,57	4,2	4	4,53	4,23	6,23	4,73	4,27	B. Fitness
Trotadores						6,83		5,37	B. Fitness
Bicicletas	6,1	4,87	5,33		5,77	6,83	6,33	5,33	B. Fitness
Escaladores	5,2		4,77	5,27	5,53	6,43		5,43	B. Fitness
Pesos Libres	5,7	5,2	5,03	5,33	5,27	6,9	6,07	5,7	B. Fitness
Multiestaciones	5,27		4,07		4,37	6,53	5,33	5,5	B. Fitness
Resistencia Variable	5,47	4,43	4,53	4,87	4,57	6,63	5,03	5,6	B. Fitness
Evaluación media	5,39	4,68	4,62	5,00	4,96	6,63	5,50	5,31	
Ranking	3°	7°	8°	5°	6°	1°	2°	4°	

En cuanto a la dimensión de maquinaria se destaca en todos los ítemes el gimnasio Body Fitness con todos los valores de evaluación superiores a 6.0 por parte de los entrevistados, además cabe destacar que dicho gimnasio ofrece toda la gama de maquinaria que representa a la dimensión en cuestión.

Se puede advertir que el ítem de maquinaria conocido como “trotadores” sólo se encuentra presente en 2 gimnasios dentro de la muestra total de gimnasios.

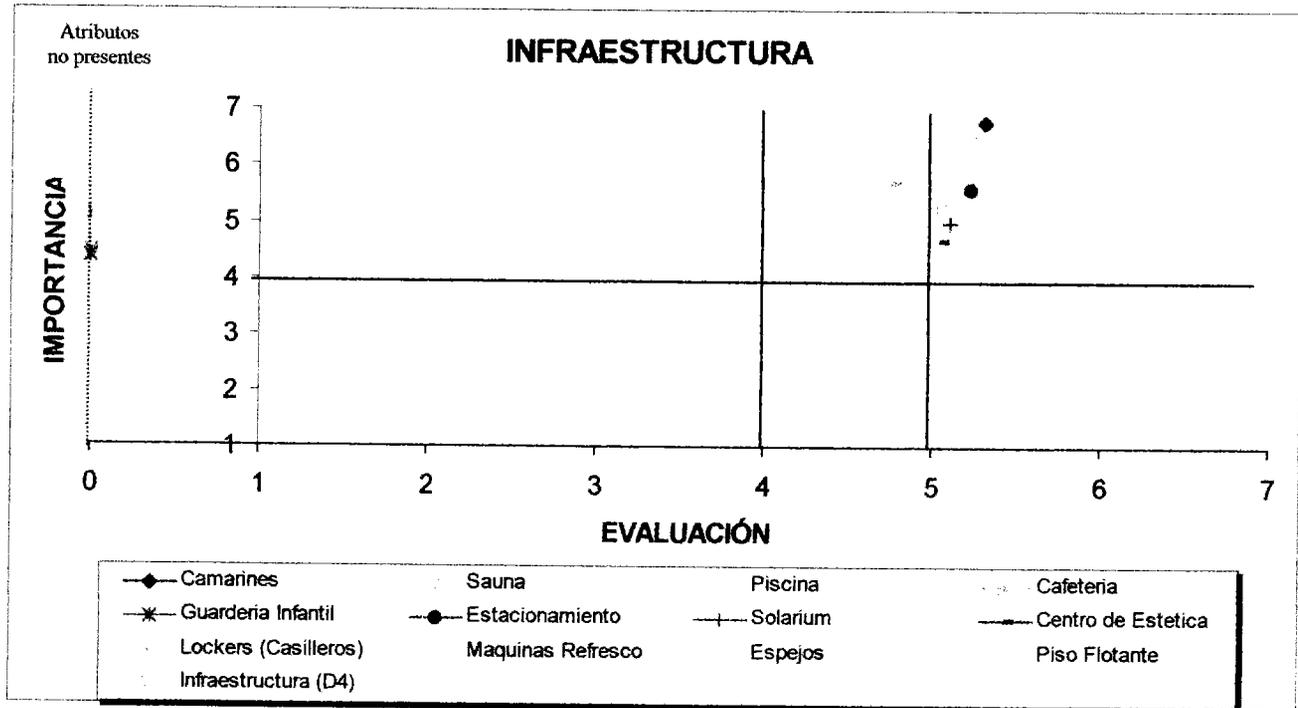
En cuanto a las máquinas cardiovasculares se puede observar que estas se encuentran regularmente evaluadas por todos los respondientes (valores entre 4.0 y 5.0), a excepción de los respondientes provenientes del gimnasio Body Fitness que evaluaron el mismo ítem con nota 6.23.

#### 6.4.2.4 Dimensión 4: Infraestructura. (D4)

**Cuadro 6.9: Evaluación e importancia D4 Global**

INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	5,31	6,77
Sauna	-	5,11
Piscina	-	4,67
Cafetería	-	4,45
Guardería Infantil	-	4,37
Estacionamiento	5,23	5,58
Solarium	5,1	4,99
Centro de Estética	5,05	4,69
Lockers (Casilleros)	4,78	5,70
Máquinas Refresco	4,69	5,21
Espejos	5,84	6,41
Piso Flotante	5,43	5,04
Infraestructura (D4)	5,05	5,25

**Gráfico 6.5: Matriz Evaluación / Importancia Dimensión 4 Global**



En cuanto a los ítemes pertenecientes a la dimensión de infraestructura, no todos se encuentran presentes en los gimnasios del estudio, estos corresponden a sauna, piscina, cafetería y guardería infantil, cobrando un valor considerable en cuanto a la importancia otorgada por los entrevistados el ítem “sauna” con una puntuación de 5.11.

Son 8 los ítemes de infraestructura presentes en los gimnasios, de los cuales 6 de estos se encuentran posicionados sobre el cuadrante III –alta evaluación y alta importancia-

Los otros 2 ítemes corresponden a las máquinas de refresco (4.78 de evaluación y 5 de importancia) y a los lockers o casilleros (4.69 de evaluación y 5.21 de importancia), donde ambos se posicionan sobre el cuadrante II –regular evaluación y alta importancia-

En cuanto a los ítemes de infraestructura que cobran una mayor relevancia por parte de los entrevistados se destacan:

- Espejos: La cual presenta el mayor nivel de evaluación correspondiente a 5.84 y una importancia de 6.41.
- Camarines: Que presenta el mayor nivel de importancia correspondiente a 6.77 y una evaluación de 5.31

A continuación se detalla el nivel de evaluación correspondiente a cada gimnasio en el ámbito de la infraestructura

**Cuadro 6.10: Evaluación global en infraestructura de los gimnasios**

	Sian-Kaal	Hnos. Rojas	Sport Life	Top Light	S. Jorquera	B. Fitness	Gim. Total	Isadora	Mejor Eval
Camarines	4,4	4,4	4,3	5,5	5,33	6,37	5,87	6,27	B. Fitness
Sauna									
Piscina									
Cafetería									
Guardería Infantil									
Estacionamiento						5,23			B. Fitness
Solarium								5,1	Isadora
Centro de Estética					5,2			4,9	S. Jorquera
Lockers (Casilleros)	3,73	3,57		4,83		6,27	4,3	5,97	B. Fitness
Máquinas Refresco					4,93	5	4,77	4,07	B. Fitness
Espejos	5,93	5,8	5,07	5,8	6,5	6,2	5,63	5,77	S. Jorquera
Piso Flotante	5,43		5,43						SK & SL
Evaluación media	4,87	4,59	4,93	5,38	5,49	5,81	5,14	5,35	
Ranking	7°	8°	6°	3°	2°	1°	5°	4°	

Con respecto a la dimensión de infraestructura se destaca el gimnasio Body Fitness, que posee la mayor evaluación en 4 de los 8 ítems presentes en los gimnasios en general (camarines, estacionamiento, lockers y maquinas de refresco); Body Fitness también ocupa la 1ª posición en cuanto a la evaluación media de los atributos de esta dimensión, destacándose la puntuación otorgada por los respondientes al ítem lockers (casilleros).

Con respecto a los lockers, estos se encuentran regularmente evaluados por los respondientes de todos los gimnasios, a excepción de Body Fitness.

Se visualiza también en el cuadro que Body Fitness es el único gimnasio que posee el atributo “estacionamiento” cobrando una evaluación por parte de los entrevistados de 5.23

Se puede apreciar que el único gimnasio que ofrece el ítem de infraestructura reconocido como “solarium” es el gimnasio Isadora, que cuenta además con una evaluación media por parte de los entrevistados de 5.1 respecto al ítem en cuestión.

Soledad Jorquera constituye el único gimnasio que posee centro de estética dentro de la gama de atributos de la dimensión infraestructura, siendo esta además muy bien evaluada, con un valor correspondiente a 5.2 por parte de los entrevistados.

Sian Kall y Sport Life son los dos únicos gimnasios que poseen piso flotante, contando ambos con una evaluación de 5.43 por parte de los respondientes.

## **6.5 Conclusiones Generales**

- Los gimnasios presentes en la investigación poseen 34 de los 39 atributos definidos en el estudio, es decir, se cuenta con la presencia de un 87.2% de los atributos totales contemplados en el instrumento de medición.
- De los atributos presentes, el 82.4% de estos se encuentran en un rango de evaluación media entre 5.0 y 7.0 lo que equivale a 28 atributos, el 17.6% restante se dividen en atributos regularmente evaluados (entre 4.0 y 4.9) y mal evaluados (entre 1.0 y 3.9) equivalentes a un 14.7% y a un 2.9% respectivamente
- En cuanto a los atributos que no están presentes en los gimnasios, (12.8%) el 40% de estos se encuentran en un rango de importancia media otorgada por los entrevistados entre 5.0 y 7.0 y el 60% restante se encuentran en un rango entre 4.0 y 4.9.

### **6.5.1 Respecto a la dimensión de actividades**

Considerando el promedio simple de los puntajes obtenidos por cada gimnasio en los indicadores pertinentes, se pueden obtener las siguientes conclusiones:

- De los 8 gimnasios totales el 75% de estos (6 gimnasios) se encuentran con una evaluación media por parte de los entrevistados entre 5.0 y 5.9 (bien evaluados), y solo el 25% restante (2 gimnasios) se encuentran en un rango entre 6.0 y 7.0 (muy bien evaluados), destacándose el gimnasio Soledad Jorquera como el mejor evaluado en esta dimensión.
- En el mismo contexto de actividades, existe una clara oportunidad de negocio en la práctica de la actividad conocida como “relajación” (yoga, tai chi, etc.) ya que existe una demanda insatisfecha respecto al desarrollo de esa actividad, puesto que, no es impartida por ninguno de los gimnasios presentes en la muestra y se considera importante por parte de los entrevistados.

### **6.5.2 Respecto a la dimensión de servicios**

Considerando el promedio simple de los puntajes obtenidos por cada gimnasio en los indicadores pertinentes, se pueden obtener las siguientes conclusiones

- En cuanto a la dimensión de servicios, el 88% de los gimnasios (7 gimnasios) se encuentran en un rango de evaluación entre 5.0 y 5.9 (bien evaluado). El 22% restante corresponde al “Gimnasio Total” ubicado en el rango superior de evaluación entre 6.0 y 7.0 (muy bien evaluado).

- Dentro del mismo contexto de servicios, el ítem de “nutricionista” representa una clara oportunidad de negocio en el sentido de que este servicio es considerado muy importante por los entrevistados y sólo está siendo impartido por un gimnasio que cuenta además con una mala evaluación por parte de sus usuarios (respondientes del cuestionario).

### **6.5.3 Respecto a la dimensión de maquinaria**

Considerando el promedio simple de los puntajes obtenidos por cada gimnasio en los indicadores pertinentes, se pueden obtener las siguientes conclusiones

- En la dimensión “maquinaria” el 38% de los gimnasios (3 gimnasios) se ubica en un rango de evaluación entre 4.0 y 4.9 (regularmente evaluados); un 50% (4 gimnasios) en un rango entre 5.0 y 5.9 (bien evaluados) y sólo un 12% correspondiente al gimnasio Body Fitness se encuentra ubicado en el rango superior de evaluación, entre 6.0 y 7.0 (muy bien evaluado).
- Los trotadores dentro de los ítemes de maquinaria representan al ítem que cuenta con una mayor importancia por parte de los entrevistados, pero estos sólo se encuentran presentes en el 25% de los gimnasios (2 gimnasios), la incorporación de este ítem por parte de algunos de los gimnasios que no lo imparten, se puede traducir en un mayor nivel de satisfacción otorgado a los entrevistados.

### **6.5.4 Respecto a la dimensión de infraestructura**

Considerando el promedio simple de los puntajes obtenidos por cada gimnasio en los indicadores pertinentes, se pueden obtener las siguientes conclusiones

- Respecto a la dimensión de infraestructura, el 38% de los gimnasios (3 gimnasios) se ubican en un rango de evaluación entre 4.0 y 4.9 (regular evaluación); el 62% restante (5 gimnasios) se encuentran en el rango de evaluación entre 5.0 y 5.9 (bien evaluados) Destacándose el gimnasio Body Fitness en esta dimensión.
- En el mismo contexto, el ítem “lockers” (casilleros) sólo se encuentran bien evaluados en el 25% de los gimnasios (2 gimnasios) esto debido a que en dichos recintos el ítem en cuestión ofrecen mayor seguridad a las pertenencias de los usuarios, dado que, cuentan con sus respectivas puertas y candados a diferencia de los demás gimnasios.

- Dentro de los ítemes de infraestructura inexistentes en los gimnasios, cobra una especial relevancia el ítem “sauna” ya que presenta el mayor nivel de importancia otorgado por parte de los entrevistados, lo que constituye para aquellos gimnasios que están en condiciones de realizar ese tipo de inversión, una buena oportunidad para mejorar la satisfacción de su público en general.

#### **6.6 Medición de la satisfacción global de los entrevistados en el estudio**

- Sobre la base de los puntos anteriormente expuestos, definimos la satisfacción de los usuarios de gimnasios que contestaron el cuestionario en un nivel “satisfactorio”, puesto que, la evaluación promedio ponderada de los atributos corresponde a un valor 5.4. (Para detalles sobre el cálculo ver anexo V – Cálculo de la satisfacción global de los entrevistados).

## CAPITULO VII

### ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS INDIVIDUALIZADOS POR GIMNASIO

A continuación se procederá a entregar el análisis del gimnasio “Sian-Kaal”, por medio de tres puntos:  
*(El análisis individualizado para los gimnasios restantes se encuentra adjunto en el anexo 2)*

#### 1.- Descripción del gimnasio:

Consistente en un breve reseña de las características del gimnasio que se encuentran detalladas en los cuadros de evaluación (columna 1) del punto 2.

*Si el lector desea conocer más características demográficas acerca de los entrevistados de cada gimnasio debe remitirse al anexo III, parte 2.*

#### 2.- Matriz Evaluación / Importancia

Consistente en la esquematización gráfica de la posición de los atributos de acuerdo a su carga de evaluación e importancia por parte de los entrevistados.

Por medio de esta matriz se puede hacer una comparación entre los atributos entregado por cada gimnasio v/s aquellos atributos valorados por los consumidores (independiente de si están o no presentes en el establecimiento).

Para que lector reconozca los atributos que son entregados por el gimnasio, basta observar la 2ª columna de las dimensiones detalladas (Actividades “D1”, Servicios “D2”, Maquinaria “D3” e Infraestructura “D4”) puesto que, esta columna hace mención de la evaluación media de los respondientes respecto a los distintos atributos. Lógicamente, en aquellos atributos donde no exista un valor en la evaluación media significará que dicho atributo no se encuentra presente en el gimnasio y estará posicionado sobre la línea punteada al lado izquierdo de la matriz.

#### 3. -- Análisis y Recomendaciones

Con la ayuda de las dos primeras herramientas se pretende entregar recomendaciones válidas para cada gimnasio.

*Observación 1:* Debe hacerse la salvedad que la toma de decisión respecto a la inclusión de un ítem de cualquiera de las dimensiones (actividad, servicio, maquinaria e infraestructura) no debe apoyarse únicamente en la posición de la matriz, ya que, si bien este ítem puede resultar interesante desde el punto

de vista de insertarlo en el portafolio actual del gimnasio, se amerita un análisis de costos, infraestructura instalada, situación económica, capacidad de endeudamiento y enfoque actual de la empresa para evaluar dentro de la realidad del gimnasio si este ítem es lo suficientemente beneficioso y alcanzable para el gimnasio en general, de acuerdo a la relación existente de inversión v/s utilidad.

*Observación 2* : Se recomienda a la administración, el analizar los cuadros 1 y 2 ubicados en la descripción de cada gimnasio los cuales entregan información respecto al gasto promedio en mensualidad y a cuanto más estarían dispuestos a pagar los respondientes por contar con una mayor gama de atributos. El cruzar esta información con el conocimiento de la real afluencia de público que concurre al gimnasio (información que no manejamos) puede ayudar a la toma de decisiones.

## **7.1 GIMNASIO 1: “SIAN-KAAL”**

### **7.1.1 Descripción del Gimnasio**

Sian-Kaal se encuentra ubicado en 4 Oriente con 3 Sur. N° 933, Fono: (71) 210961

Horario de funcionamiento: Lunes a viernes de 8:30 – 13:00 / 17:00 – 22:00 hrs. y sábados de 10:00 a 13:00 hrs.

Posee entre 300 y 400 mts.<sup>2</sup> construidos.

Las clases de aeróbica se imparten 2 veces por semana, martes y jueves a las 18:30 hrs.

Las clases de aerobox se imparten 8 veces por semana, lunes, miércoles y viernes a las 8:45 hrs. Y de lunes a viernes a las 20:30 hrs..

Danza (Salsa, Merengue y baile entretenido) las clases son impartidas 3 veces por semana, martes y jueves a las 19:30 hrs. y sábado de 15:00 a 7:00 hrs. (horario especial).

La actividad de musculación se encuentra disponible toda la semana (lunes a sábado)

En cuanto a la maquinaria que se encuentra presente podemos mencionar:

4 máquinas cardiovasculares

5 bicicletas mecánicas

2 escaladores

5 pesos libres

1 multiestación

1 máquina de resistencia Variable

Entre los servicios más destacados, cuenta con un masajista y con tratamientos estéticos tales como: anticelulíticos, reductivos, flacidez y electro físicos.

Dentro de la muestra de 30 entrevistados en el gimnasio; 12 corresponden al sexo masculino (40%) y 18 al sexo femenino (60%)

A continuación se presenta dos cuadros:

Cuadro 7.1: Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto al gasto en la mensualidad destinada al gimnasio.

Cuadro 7.2: Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto a cuanto más (\$) estarían dispuestos a pagar, por sobre el gasto de mensualidad actual, en caso de contar con una mayor gama de atributos a su disposición dentro del gimnasio.

**Cuadro 7.1: Gasto mensualidad entrevistados gimnasio Sian-Kaal (en porcentaje)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acum.
Entre \$7.001 y \$12.000	11	36,7	36,7
Entre \$12.001 y \$15.000	15	50	86,7
Entre \$15.001 y \$17.500	4	13,3	100
Total	30	100	

**Cuadro 7.2: Plus en mensualidad entrevistados gimnasio Sian-Kaal (en porcentaje)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acum.
\$ 0	8	26,7	26,7
Menos de \$2.000	3	10	36,7
Entre \$2.001 y \$4.000	5	16,7	53,3
Entre \$4.001 y \$6.000	7	23,3	76,7
Entre \$6.001 y \$8.000	3	10	86,7
Entre \$8.001 y \$10.000	3	10	96,7
Más de \$10.000	1	3,3	100
Total	30	100	

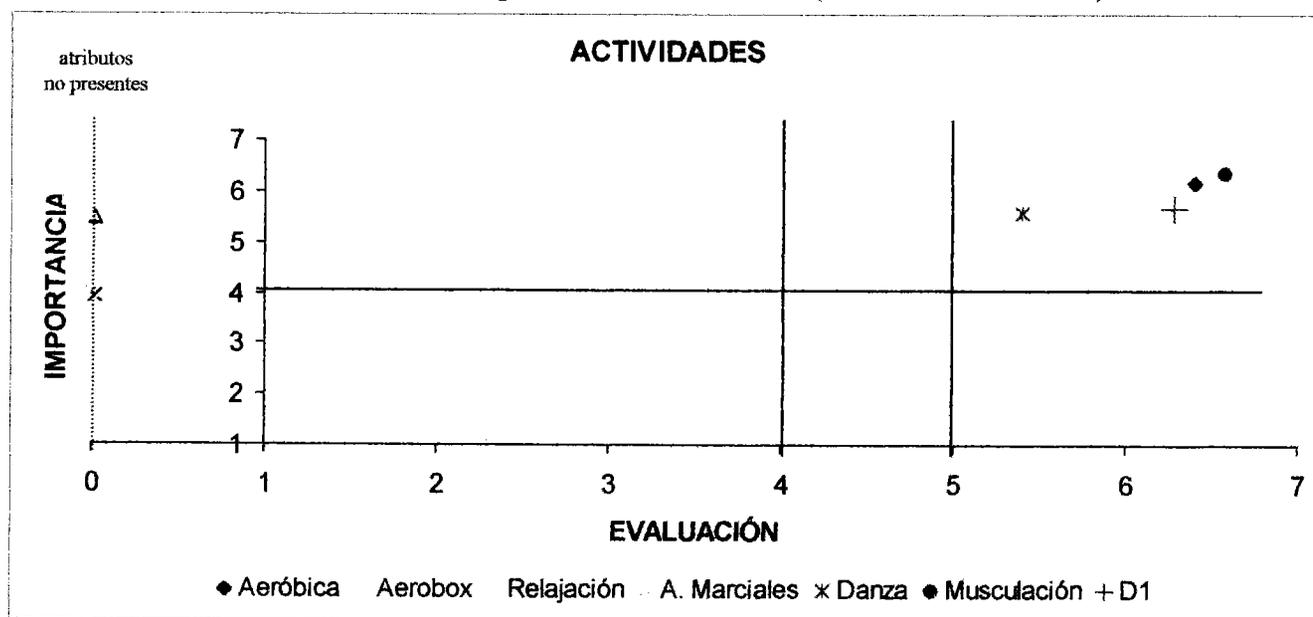
## 7.1.2 Matriz Evaluación / Importancia Gimnasio 1: Sian-Kaal

### 7.1.2.1 Dimensión 1: Actividades (D1) gimnasio Sian Kaal

**Cuadro 7.3: Evaluación e importancia D1 gimnasio Sian-Kaal**

ACTIVIDADES		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Aeróbica	6,4	6,17
Aerobox	6,73	6,47
Relajación	-	5,53
Artes marciales	-	3,97
Danza	5,4	5,6
Musculación	6,57	6,37
<b>Actividades (D1)</b>	<b>6,28</b>	<b>5,69</b>

**Gráfico 7.1: Matriz Evaluación / Importancia Dimensión 1 (Gimnasio Sian-Kaal)**



El gimnasio Sian-Kaal, sin lugar a duda se encuentra muy bien posicionado en cuanto a las actividades que desarrolla, pues todas las actividades desarrolladas por dicho gimnasio se posicionan en el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-, así como también el ítem general “Actividades (D1)”

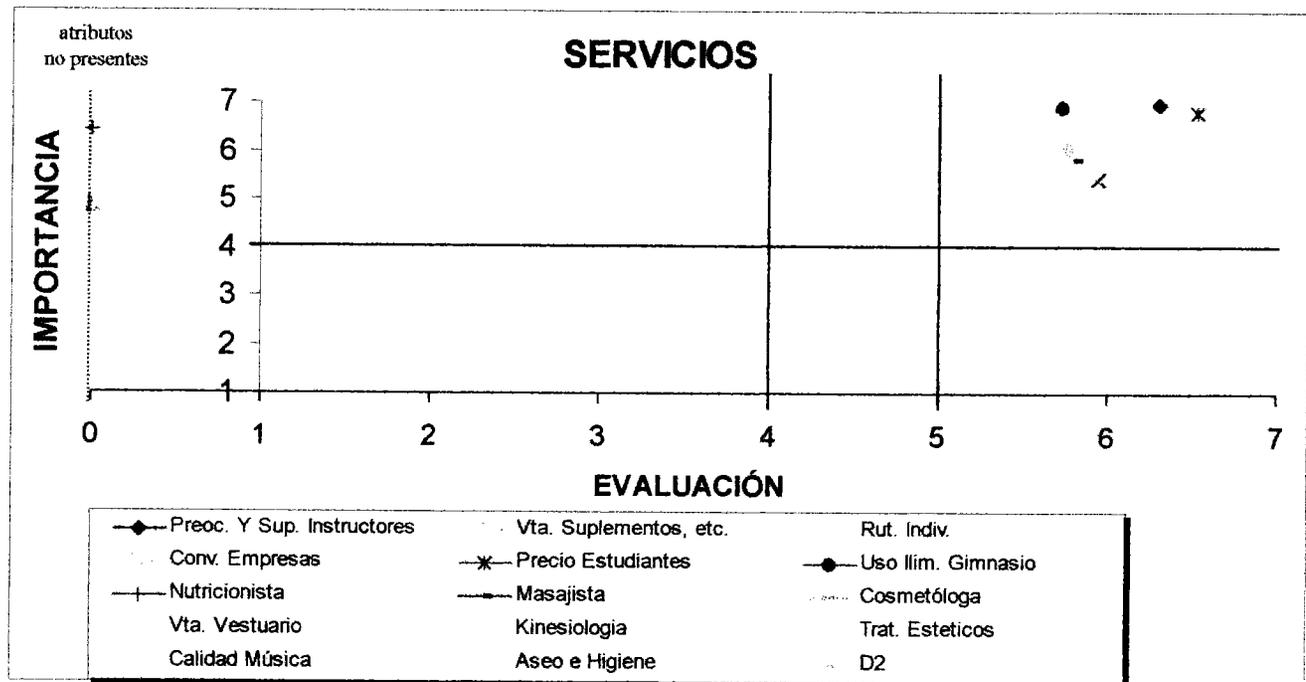
En cuanto a las actividades no impartidas (artes marciales y relajación) artes marciales se encuentra en el rango negativo de importancia (inferior a 4.0) y por otro lado relajación se encuentra en el rango positivo (superior a 4.0).

### 7.1.2.2 Dimensión 2: Actividades (D2) gimnasio Sian Kaal

**Cuadro 7.4: Evaluación e importancia D2 gimnasio Sian-Kaal**

SERVICIOS		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Preocupación y sup. Instructores	6,3	6,97
Vta Suplementos, etc.	-	4,9
Rutinas Individuales	5,97	6,7
Convenio con empresas e instituciones	5,93	5,5
Precios rebajados a estudiantes	6,53	6,8
Uso ilimitado del gimnasio	5,73	6,9
Nutricionista	-	6,4
Masajista	5,8	5,83
Cosmetóloga	-	4,7
Venta de vestuario	-	4,47
Kinesiología	-	5,8
Tratamientos estéticos	4,1	5,97
Calidad de la música	5,67	6,7
Calidad de aseo e higiene	5,87	6,93
Servicios (D2)	5,77	6,04

**Grafico 7.2: Matriz Evaluación / Importancia Dimensión 2 (Gimnasio Sian-Kaal)**



En cuanto a los servicios presentes en Sian-Kaal, la mayoría de estos se encuentran posicionados sobre el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia- ,ellos son: preocupación y supervisión de instructores, rutinas individuales, convenio con empresas e instituciones, precios rebajados a estudiantes, uso ilimitado del gimnasio, masajista, calidad de la música y aseo e higiene. En este cuadrante (III) también se encuentra posicionada la dimensión 2 “Servicios (D2)”.

Otro componente de la dimensión 2 (tratamientos estéticos) se encuentra en el cuadrante II -regular evaluación y alta importancia- el cual constituye el atributo peor evaluado por los respondientes.

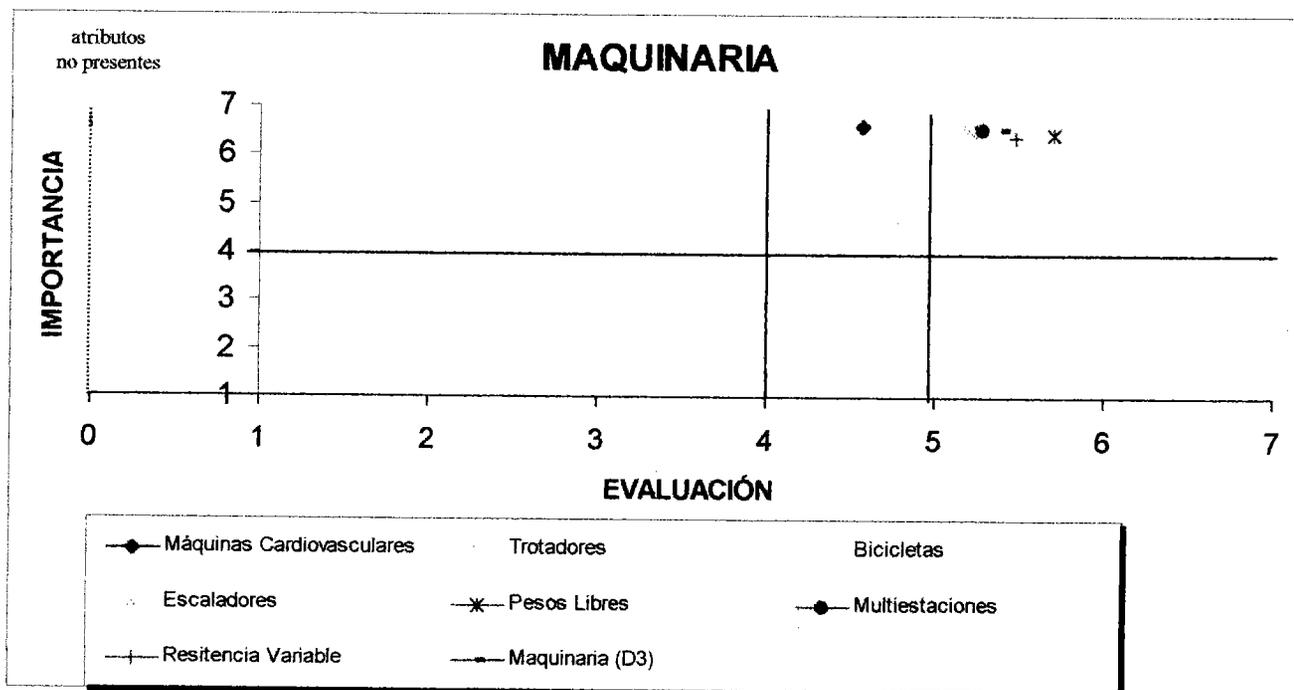
Los servicios inexistentes en Sian-Kaal son: venta de suplementos (alimentos especiales), nutricionista, cosmetóloga, venta de vestuario y kinesiología; cabe destacar que estos servicios se encuentran en el rango positivo de importancia de los respondientes (sobre 4.0).

### 7.1.2.3 Dimensión 3: Actividades (D3) gimnasio Sian Kaal

**Cuadro 7.5: Evaluación e importancia D3 gimnasio Sian-Kaal**

MAQUINARIA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Máquinas Cardiovasculares	4,57	6,6
Trotadores	-	6,63
Bicicletas	6,1	6,8
Escaladores	5,2	6,5
Pesos Libres	5,7	6,43
Multiestaciones	5,27	6,53
Resistencia Variable	5,47	6,37
Maquinaria (D3)	5,39	6,55

**Grafico 7.3: Matriz Evaluación / Importancia Dimensión 3 (Gimnasio Sian-Kaal)**



En cuanto a la maquinaria presentes en Sian – Kaal, se puede observar que en el cuadrante III – alta evaluación y alta importancia – se encuentran posicionados los siguientes ítems: trotadores, bicicletas, escaladores, pesos libres, multiestaciones y resistencia variable. En este cuadrante también se encuentra la dimensión 3 “Maquinaria (D3)”

Se puede apreciar que las maquinas cardiovasculares se encuentran posicionadas en el cuadrante II, - regular evaluación y alta importancia- esto debido a la poca presencia del ítem en cuestión.

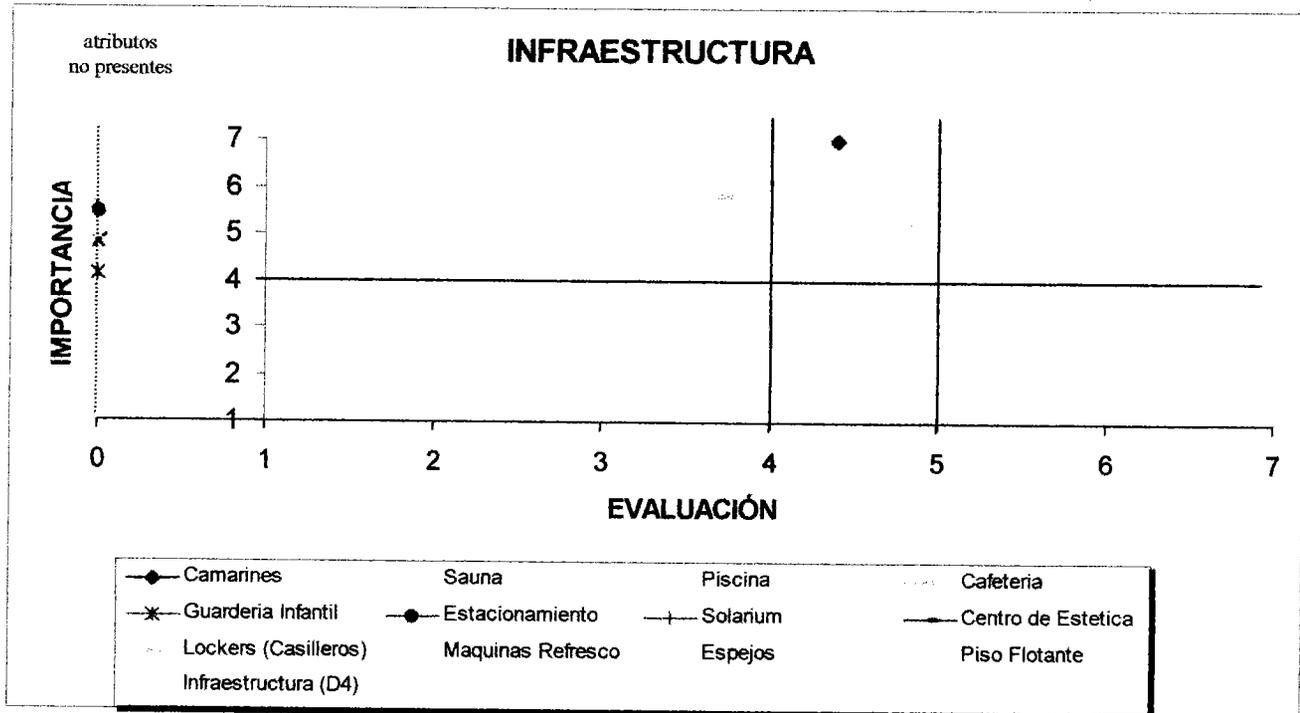
La maquinaria no existente en este gimnasio corresponde a los trotadores.

### 7.1.2.4 Dimensión 4:Infraestructura. (D4) gimnasio Sian Kaal

**Cuadro 7.6: Evaluación e importancia D4 gimnasio Sian-Kaal**

INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	4,4	7
Sauna	-	5,5
Piscina	-	4,8
Cafetería	-	4,8
Guardería Infantil	-	4,13
Estacionamiento	-	5,43
Solarium	-	5
Centro de Estética	-	4,93
Lockers (Casilleros)	3,73	5,83
Máquinas Refresco	-	5
Espejos	5,93	6,63
Piso Flotante	5,43	5,43
Infraestructura (D4)	4,87	5,37

**Gráfico 7.4: Matriz Evaluación / Importancia Dimensión 4 (Gimnasio Sian-Kaal)**



En cuanto a la infraestructura de Sian – Kaal se puede apreciar que solo dos de sus ítemes se encuentran posicionados en el cuadrante III – Alta evaluación y alta importancia- los cuales son: espejos y piso flotante.

También se puede apreciar que el ítem camarines y la dimensión IV “Infraestructura (D4)” se encuentran posicionados en el cuadrante II lo que representa una – regular evaluación y alta importancia-.

Por otro lado, el ítem Lockers (casilleros) se encuentra posicionado en cuadrante I, que indica –baja evaluación y alta importancia- esto debido a la poca presencia de estos en el gimnasio (10 en total).

Los ítemes de infraestructura inexistentes en Sian Kaal son: sauna, piscina, cafetería, guardería infantil, estacionamiento, solarium, centro de estética y máquinas de refresco.

### **7.1.3 Análisis y Recomendaciones para gimnasio Sian-Kaal**

#### **7.1.3.1 Dimensión 1 (Actividades):**

Dentro de esta dimensión, las actividades presentes en el gimnasio, se encuentran todas muy bien posicionadas, por lo tanto la única preocupación de la administración del gimnasio debe ser la de mantenerlas en las mismas condiciones (horario, cantidad de clases, profesores, etc.).

La actividad reconocida como “Relajación” se encuentra en una posición que indica una alta importancia por parte de los entrevistados y en este sentido resultaría muy beneficioso para el gimnasio Sian-Kall la inserción de esta actividad, ya que podría mejorar aún más su posición general. Sin embargo, cabe destacar, que no basta con la sola inclusión de esta actividad para asegurar un mejor posicionamiento en la matriz.

Puesto que, el salón de Sian-Kaal está habilitado actualmente para las actividades de aeróbica, aerobox y danza, puede este adaptarse fácilmente a la practica de relajación, ya que cuenta con las características apropiadas para ello (está libre de agentes distractivos, el salón es cerrado, está protegido de ruidos externos y no es interferido por el paso de personas que se dirijan a otras actividades). Dado que el uso del salón es intenso, es de suma importancia el tener cuidado con los horarios que se definan para esta nueva actividad de modo de no afectar a las ya existentes.

No se recomienda la inclusión de la actividad “Artes Marciales”, puesto que, la importancia otorgada por los entrevistados por un lado no es relevante (3.97), y por otro el salón está siendo utilizado ya en forma muy intensa.

#### **7.1.3.2 Dimensión 2 (Servicio):**

En el contexto de servicios existe una cantidad considerable de estos que se encuentra en posición donde la única tarea a recomendar es la de mantenerlas en las mismas condiciones y no descuidarlas (cuadrante III), estas son: preocupación y supervisión de instructores, rutinas individuales, convenio con empresas e instituciones, precios rebajados a estudiantes, uso ilimitado del gimnasio, masajista, calidad de la música y aseo e higiene.

Se recomienda potenciar los tratamientos estéticos entregados por el gimnasio, ya que estos se encuentran sólo con una regular evaluación por parte de los entrevistados (4.1) es tarea de la empresa el averiguar el por qué de esta regular evaluación; que por lo demás es importante desde el punto de vista de los mismos respondientes (5.97), debe averiguarse si no se están produciendo falencias en los horarios de atención, calidad del profesional, calidad de los tratamientos, instalaciones inapropiadas etc;

Debe tomarse en cuenta que no existe centro de estética dentro del gimnasio (ver matriz “Infraestructura” más adelante) y ello puede estar influyendo en la regular evaluación de los tratamientos estéticos.

Cabe señalar que todas las actividades inexistentes en Sian-Kaal cuentan con una valoración (importancia) positiva por parte de los encuestados. Desde este punto de vista, se recomienda la inclusión del servicio de nutricionista ya que este cuenta con la más alta importancia otorgada por los respondientes (6.4),

#### **7.1.3.3 Dimensión 3 (Maquinaria):**

En cuanto a maquinaria existente, Sian –Kaal se encuentra en una buena posición, puesto que, están casi todas dentro del 3<sup>er</sup> cuadrante.

Dentro de la maquinaria regularmente evaluada se encuentran las cardiovasculares, todo indica que estas presentan sólo una regular evaluación por la poca presencia existente (sólo 4 unidades), se recomienda destinar las próximas inversiones en una mayor cantidad de este tipo de máquinas, puesto que, cuentan con una alta valoración (importancia) por parte de los entrevistados (6.6).

La única maquinaria no existente en Sian-Kaal son los trotadores, es muy recomendable el invertir en este tipo de ítem, ya que a todas luces pareciera ser una inversión que sería más que bien recibida por parte de los usuarios, lo dicho se respalda por la alta valoración (importancia) que le otorgaron los encuestados (6.63).

#### **7.1.3.4 Dimensión 4 (Infraestructura):**

Los camarines están sólo en una regular evaluación (4.4) y gozan de altísima importancia (7.0), por el hecho de la calidad de aseo e higiene se encuentra bien evaluada para Sian-Kaal la regular evaluación en este ítem se debe a otras razones, todo indica que se hace necesario el invertir en una mayor cantidad de camarines, puesto que, cuentan sólo con 4 en total (ambos sexos).

Los lockers (casilleros) tienen una mala evaluación (3.73); lo que explica esta baja evaluación es el hecho de que existen sólo 10 en total y no poseen puerta ni candado, se recomienda evaluar la posibilidad de invertir en mejorar la calidad y aumentar cantidad de este ítem dentro del gimnasio, que goza de una alta importancia por parte de los entrevistados (5.38).

Dentro de los ítemes de infraestructura no existentes en el gimnasio y considerados como los más importantes se destacan: sauna y estacionamiento (5.5 y 5.43 respectivamente), dada la ubicación del gimnasio en cuestión la vía más posible y recomendada de inversión sería la implementación de un sauna, ya que, el gimnasio se encuentra en pleno centro de la ciudad haciendo poco probable la inclusión de un estacionamiento, en cuanto a la inclusión de un sauna debe tomarse en cuenta la observación hecha al principio de esta sección en el punto 3.

## CAPITULO VIII

### LIMITACIONES DEL ESTUDIO, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 8.1 Limitaciones del estudio

- Tal como se detalla en la metodología, la principal limitante en nuestro estudio fue el hecho de que dentro de los 11 gimnasios que pretendíamos investigar (totalidad de los gimnasios en Talca) sólo se logró trabajar con 8 de estos, lo que impidió extraer conclusiones para la industria de los gimnasios en Talca.
- Ⓢ Otra limitante presente en el estudio fue el método de muestreo utilizado, de tipo no probabilístico, que aunque justificado, no permite extrapolar las conclusiones para la población de los usuarios de gimnasios de Talca, por no cumplir con las características estadísticas necesarias.
- La alta competitividad que caracteriza al mercado de los gimnasios en Talca impidió conocer aspectos más precisos y detallados de la realidad de cada gimnasio en términos de la situación económica por el hecho de que esta información se estaría dando a conocer a la propia competencia directa, dicho fenómeno impidió dar recomendaciones más acertadas en cuanto a la real posibilidad de mejorar o incorporar distintos ítemes al portafolio de cada gimnasio.
- Ⓢ El poco tiempo disponible de los usuarios de gimnasios, impidió la aplicación de un cuestionario más amplio que fuera capaz de considerar otros factores consideramos relevantes, pero que no era recomendable su inserción al cuestionario por ser este ya bastante extenso (10 minutos aproximadamente).

## **8.2 Conclusiones Generales según objetivos planteados**

A continuación se presentan las conclusiones generales según los objetivos planteados en el estudio

### **Objetivo general**

*Determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de los gimnasios de Talca<sup>(\*)</sup> de acuerdo a las dimensiones de actividad, servicio, maquinaria e infraestructura.*

La satisfacción de los entrevistados respecto a las distintas dimensiones se presenta como sigue:

La Dimensión 1 (Actividades) obtuvo una evaluación media de 5.8 por parte de los entrevistados, lo que indica que estos se encuentran “satisfechos” respecto a esta dimensión.

La Dimensión 2 (Servicios) obtuvo una evaluación media de 5.4 por parte de los entrevistados, lo que indica que estos se encuentran “satisfechos” respecto a esta dimensión.

La Dimensión 3 (Maquinaria) obtuvo una evaluación media de 5.4 por parte de los entrevistados, lo que indica que estos se encuentran “satisfechos” respecto a esta dimensión.

La Dimensión 4 (Infraestructura) obtuvo una evaluación media de 5.2 por parte de los entrevistados, lo que indica que estos se encuentran “satisfechos” respecto a esta dimensión.

En cuanto a la satisfacción global de los entrevistados, las dimensiones en su conjunto presentaron una evaluación media de 5.4 por parte de los entrevistados, lo cual indica que estos se encuentran satisfechos respecto a dichas dimensiones.

### **Objetivos específicos**

1.- *Caracterizar a cada gimnasio de la ciudad de Talca de acuerdo a las dimensiones de actividad, servicio, maquinaria e infraestructura.*

2.- *Evaluar los atributos que están presentes en los gimnasios de Talca desde el punto de vista de los usuarios.*

A continuación, los objetivos específicos 1 y 2 serán explicados en forma conjunta. Para un mayor detalle respecto a la caracterización de cada gimnasio (objetivo específico), ver anexo II “Análisis de datos y resultados individualizados por gimnasio”. La información utilizada para la medir la evaluación de los atributos desde el punto de vista de los entrevistados (objetivo específico 2), se encuentra en el anexo III “Datos Demográficos de los Entrevistados, Parte 1”

---

<sup>(\*)</sup> Los gimnasios presentes en el estudio fueron 8: Sian-Kaal, Hermanos Rojas, Sport Life, Top Light, Soledad Jorquera, Body Fitness, Gimnasio Total e Isadora

En contexto de los gimnasios mejores evaluados por los entrevistados se destacan:

*Actividades:* Respecto a la dimensión de actividades se destacan los gimnasios: Soledad Jorquera (6.54) y Sian-Kaal (6.28) (tal como se detalla en el cuadro 6.4, página 39- capítulo VI).

Dentro de los ítemes de actividades, se destacan aeróbica y musculación como las actividades más valoradas por los entrevistados, con una evaluación media de 6.13 y 6.03.

La actividad aeróbica contó con una mayor valoración por parte del sexo femenino con un 6.25 de evaluación mientras que el sexo masculino otorgó una valoración de 6.01 a dicha actividad; en cambio la actividad de musculación, fue notoriamente más valorada por los hombres que las mujeres (6.2 y 5.86 respectivamente).

*Servicios:* Respecto a la dimensión de servicios se destacan los gimnasios: Gimnasio Total (6.0) y Body Fitness (5.99) (información detallada en el cuadro 6.6, página 41- capítulo VI).

Dentro de los ítemes de servicios, destacan la calidad de aseo e higiene y precio rebajados a estudiantes como los servicios más valorados por parte de los entrevistados, con una evaluación media de 6.2 y 6.1 respectivamente.

En cuanto a la calidad de aseo e higiene, esta fue más valorada por los hombre con un 6.23 de evaluación, en cambio las mujeres evaluaron dicho atributo con un 6.15.

Los precios rebajados a estudiantes contaron con una mayor evaluación media por parte de las mujeres, siendo estos valores de 6.15 para el sexo femenino y 6.01 para el sexo masculino.

*Maquinaria:* Respecto a la dimensión de maquinaria se destacan los gimnasios: Body Fitness (6.63) y Gimnasio total (5.5) (tal como se detalla en el cuadro 6.8, página 44- capítulo VI).

Dentro de los ítemes de maquinaria, destacan los trotadores y bicicletas como las maquinas más valoradas por parte de los entrevistados, con una evaluación media de 6.1 y 5.79 respectivamente.

No se visualiza una diferencia relevante en la valoración de los trotadores al comparar ambos sexos, ya que la evaluación otorgada por el sexo femenino fue de 6.16 y la de los hombres de un 6.03.

Igual fenómeno se da respecto a la evaluación del atributo “bicicletas” que contó con una evaluación de 5.81 para las mujeres y 5.78 para los hombres.

*Infraestructura:* Respecto a la dimensión de infraestructura se destacan los gimnasios: Body Fitness (5.81) y Soledad Jorquera (5.49) (información detallada en el cuadro 6.10, página 46- capítulo VI).

Dentro de los ítemes de infraestructura, destacan los espejos y piso flotante como los más valoradas por parte de los entrevistados, con una evaluación media de 5.84 y 5.43 respectivamente.

Las mujeres entrevistadas valoran los espejos y el piso flotante en una mayor medida que los hombres, los espejos gozan de una valoración por parte de las mujeres de 5.88 y de los hombres de 5.8.

La evaluación media otorgada al atributo “Piso Flotante” fue de 5.44 para las mujeres y 5.43 para los hombres.

*3.- Determinar en el contexto de los atributos que pudieran estar presentes en un gimnasio, los más valorados por los usuarios de los gimnasios de Talca de acuerdo al nivel de importancia otorgado.*

Dentro de los atributos que cuentan con una mayor valoración (importancia) por parte de los entrevistados se encuentran:

*Actividades:* Musculación y Aeróbica. Con una valoración media por parte de los entrevistados de 6.19 y 5.7 respectivamente.

*Servicios:* Preocupación y supervisión de los instructores y calidad de la música. Con una evaluación media por parte de los entrevistados de 6.73 y 6.6) respectivamente.

*Maquinaria:* Bicicletas y Pesos libres. Con una evaluación media por parte de los entrevistados de 6.46 y 6.34 respectivamente.

*Infraestructura:* Camarines y espejos. Con una evaluación media por parte de los entrevistados de 6.77 y 6.41 respectivamente.

*4.- Generar recomendaciones para los gimnasios presentes en el estudio en forma separada.*

Las recomendaciones se encuentran en el análisis individualizado para cada gimnasio, Capítulo VI página 59 y posteriormente en el anexo II.

### **8.3 Recomendaciones**

En el correr de la presente investigación nos pudimos percatar que existen ciertas variables que deben tomarse en cuenta en un estudio de este tipo. Dichas variables no habían sido evidenciadas en las entrevistas a expertos, usuarios y dueños de gimnasios, quizás por el efecto “estacionalidad” que caracteriza este mercado, variables tales como:

- Climatización del establecimiento (calefacción y aire acondicionado)
- N° de duchas
- Ventilación del establecimiento
- Calidad de los pisos
- Nivel de hacinamiento (existencia de alumnos limitada por sección)

## BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, D; Day, G.** 1989. Investigación de Mercados. Editorial Mc Graw Hill. 3ª Edición.
- Baro, E; Alvarez, J.** 2000. “Satisfacción de los beneficiarios de las cajas de compensación en la ciudad de Talca”. Tesis de Ingeniería Comercial. Universidad de Talca. 68 pp.
- Berry, L; Bennet, D; Brown, C.** 1989. Calidad y Servicio: Una ventaja estratégica para Instituciones Financieras. Edición Díaz de Santos.
- Calidad y Servicio.** 1992. “La Batalla que Viene”. Editorial Trineo S.A. Revista ICARE.
- Deming W.** 1989. Calidad, Productividad y Competitividad. Ediciones Díaz de Santos, S.A. Madrid.
- Harper, W, Boyd Jr; Ralph Westfall.** 1975. Investigación de Mercado: “Textos y Casos”. Editorial Hispano Americana. Mexico.
- Kinnear, T; Taylor, J.** 1995. Investigación de Mercados. Quinta Edición. Editorial Mc Graw-Hill.
- Lambin.** 1995. Marketing Estratégico. Tercera Edición. Editorial Mc Graw-Hill.
- Los costos de tener un gimnasio en el hogar.** La Tercera, Santiago de Chile, 4 de mayo del 2000. Ciencia y Salud. Artículo editado por el periodista Sebastián Vásquez.
- Organización Panamericana de la Salud.** 2002. Actividad física: Hoja informativa. Enero 2002.
- Robbins, S.** 1987. Administración, Teoría y Practica. Primera Edición. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Servicio Nacional del Consumidor.** Agosto de 2001. Estudio de la Calidad de Gimnasios en la ciudad de Santiago. Disponible en [http://www.sernac.cl/educacion/estudios/gym\\_completo.PDF](http://www.sernac.cl/educacion/estudios/gym_completo.PDF). Consultado el 23 de junio de 2002.

**Zamora, J; Valenzuela, F.** 2001. "Síntesis de Métodos de Mediciones Multivariadas". Apuntes de la asignatura de Investigación de Mercados. Talca. Universidad de Talca. 6 pp.

**Zikmund, W.** 1995. Investigación de Mercados. Sexta Edición. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.

# **ANEXO I**

**Instrumento de Medición (Cuestionario)**



*Escuela de Ingeniería Comercial*

Talca, Mayo-Junio de 2002

Estimado(a) Respondiente:

Como parte de los requisitos para obtener el título de **INGENIERO COMERCIAL EN LA UNIVERSIDAD DE TALCA**, estamos conduciendo una investigación para **determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de gimnasios de la ciudad de Talca**". Por medio de esta investigación pretendemos otorgar una herramienta útil de análisis a los gimnasios de la ciudad, que permitan así mejorar su gestión enfocado a sus intereses y necesidades como usuario.

Toda información recolectada durante el desarrollo de esta investigación será anónima para asegurarse de su total confidencialidad.

**El proceso de la entrevista le tomará alrededor de 10 minutos.**  
Muchas gracias por su colaboración en este estudio

Sinceramente,

---

**Manuel E. Sepúlveda Burgos**  
Alumno Ing. Comercial

---

**Fredy Valenzuela A.**  
Ingeniero Comercial - UTAL  
Profesor Guía Investigación  
MBA University of Ottawa – Canadá

---

**H. Mauricio Corvalán Gómez**  
Alumno Ing. Comercial

## Sección I

**1- Imagine por favor lo que para Ud. Sería su Gimnasio *ideal*.**

**En el contexto de distintas ACTIVIDADES que pudieran desarrollarse en dicho gimnasio, le solicito a Ud. que asigne notas de 1 a 7 a cada actividad, según el orden de importancia otorgado. Siendo la nota 1 la de menor importancia, y la nota 7 la de mayor importancia.**

**\* Encierre en un círculo la nota asignada**

	Nada Importante			Mediana- mente Importante			Muy Importante		
1.1.1 Aeróbica (Step.)	1	2	3	4	5	6	7		
1.1.2 Aerobox	1	2	3	4	5	6	7		
1.1.3 Relajación (yoga, tai Chi, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
1.1.4 Artes marciales (kung fu, karate, Kick boxing, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
1.1.5 Danza (ballet, tropical, tango, cueca, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
1.1.6 Musculación	1	2	3	4	5	6	7		

**2- Bajo el mismo criterio anterior, aunque ahora en el contexto de los distintos ítemes de SERVICIOS que pudieran estar presentes en su gimnasio *ideal*, le solicito a Ud. que asigne notas de 1 a 7 a cada uno de los ítemes de servicios, según el orden de importancia otorgado. Siendo la nota 1 la de menor importancia, y la nota 7 la de mayor importancia.**

**\* Encierre en un círculo la nota asignada**

	Nada Importante			Mediana- mente Importante			Muy Importante		
1.2.1 Preocupación y Supervisión de los Instructores	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.2 Venta de suplementos, alimentos especiales, medicamentos. (Proteína en polvo, quemadores de grasas, creatina, multivitamínicos, levadura de cerveza, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.3 Rutinas Individuales	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.4 Convenio con empresas e instituciones	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.5 Precios rebajados a estudiantes	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.6 Uso ilimitado del gimnasio (Sin límite días a la semana y con la libertad de participar de todas las actividades)	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.7 Nutricionista	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.8 Masajista	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.9 Cosmetóloga	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.10 Venta de vestuario	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.11 Kinesiología	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.12 Tratamientos estéticos (Anticelulitis, Reductivos, Flacidez, Electro físico, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.13 Calidad de la Música (Nivel de volumen, audio utilizado, música acorde a la actividad, variedad de la música, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
1.2.14 Calidad de aseo e higiene	1	2	3	4	5	6	7		

**3- Bajo el mismo criterio anterior, en el contexto de los distintos ítemes de MAQUINARIA que pudieran estar presentes en su gimnasio ideal, le solicito a Ud. que asigne notas de 1 a 7 a cada uno de los ítemes de maquinaria, según el orden de importancia otorgado. Siendo la nota 1 la de menor importancia, y la nota 7 la de mayor importancia.**

**\* Encierre en un círculo la nota asignada**

APÓYESE POR FAVOR EN EL ANEXO AL FINAL DEL CUESTIONARIO PARA CONTESTAR LA PRESENTE PREGUNTA.

	Nada Importante			Mediana- mente Importante		Muy Importante	
1.3.1 Máquinas cardiovasculares	1	2	3	4	5	6	7
1.3.2 Trotadores	1	2	3	4	5	6	7
1.3.3 Bicicletas	1	2	3	4	5	6	7
1.3.4 Escaladores	1	2	3	4	5	6	7
1.3.5 Pesos libres (barras, discos, mancuernas...)	1	2	3	4	5	6	7
1.3.6 Multiestaciones	1	2	3	4	5	6	7
1.3.7 Resistencia variable	1	2	3	4	5	6	7

**4- Bajo el mismo criterio anterior, en el contexto de los distintos ítemes de INFRAESTRUCTURA que pudieran estar presentes en su gimnasio ideal, le solicito a Ud. que asigne notas de 1 a 7 a cada uno de los ítemes de infraestructura, según el orden de importancia otorgado. Siendo la nota 1 la de menor importancia, y la nota 7 la de mayor importancia.**

**\* Encierre en un círculo la nota asignada**

	Nada Importante			Mediana- mente Importante		Muy Importante	
1.4.1 Camarines	1	2	3	4	5	6	7
1.4.2 Sauna	1	2	3	4	5	6	7
1.4.3 Piscina	1	2	3	4	5	6	7
1.4.4 Cafetería (refresco, sándwich, yogurt, batidos, etc.)	1	2	3	4	5	6	7
1.4.5 Guardería infantil	1	2	3	4	5	6	7
1.4.6 Estacionamientos	1	2	3	4	5	6	7
1.4.7 Solarium	1	2	3	4	5	6	7
1.4.8 Centro de Estética	1	2	3	4	5	6	7
1.4.9 Lockers (casilleros)	1	2	3	4	5	6	7
1.4.10 Máquinas de refrescos	1	2	3	4	5	6	7
1.4.11 Espejos	1	2	3	4	5	6	7
1.4.12 Piso flotante	1	2	3	4	5	6	7

## Sección II

**1- En el contexto de distintas actividades que están presentes en el GIMNASIO AL CUAL UD. ASISTE, le solicito que evalúe con notas de 1 a 7 a cada uno de los ítemes de **SERVICIOS**. En donde la nota 1 se le asignará a un atributo muy mal evaluado, y la nota 7 a uno muy bien evaluado.**

**\* Encierre en un círculo la nota asignada**

**(POR FAVOR NO EVALÚE AQUELLA ACTIVIDAD QUE NO ESTE PRESENTE EN SU GIMNASIO)**

	Muy Mal Evaluado			Regular			Muy Bien Evaluado		
2.1.1 Aeróbica (Step.)	1	2	3	4	5	6	7		
2.1.2 Aerobox	1	2	3	4	5	6	7		
2.1.3 Relajación (yoga, tai Chi, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
2.1.4 Artes marciales (kung fu, karate, Kick boxing, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
2.1.5 Danza (ballet, tropical, tango, cueca, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
2.1.6 Musculación	1	2	3	4	5	6	7		

**2- Bajo el mismo criterio anterior, en el contexto de los distintos ítemes de **SERVICIOS** que están presentes en el gimnasio al cual Ud. asiste, le solicito que evalúe con notas de 1 a 7 a cada uno de los ítemes de servicios. En donde la nota 1 se le asignará a un atributo muy mal evaluado, y la nota 7 a uno muy bien evaluado.**

**\* Encierre en un círculo la nota asignada**

**(POR FAVOR NO EVALÚE AQUELLOS SERVICIOS QUE NO ESTÉN PRESENTES EN SU GIMNASIO)**

	Muy Mal Evaluado			Regular			Muy Bien Evaluado		
2.2.1 Preocupación y Supervisión de los Instructores	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.2 Venta de suplementos, alimentos especiales, medicamentos. (Proteína en polvo, quemadores de grasas, creatina, multivitamínicos, levadura de cerveza, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.3 Rutinas Individuales	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.4 Convenio con empresas e instituciones	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.5 Precios rebajados a estudiantes	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.6 Uso ilimitado del gimnasio (Sin límite días a la semana y con la libertad de participar de todas las actividades)	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.7 Nutricionista	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.8 Masajista	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.9 Cosmetóloga	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.10 Venta de vestuario	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.11 Kinesiología	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.12 Tratamientos estéticos (Anticelulitis, Reductivos, Flacidez, Electro físico, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.13 Calidad de la Música (Nivel de volumen, audio utilizado, música acorde a la actividad, variedad de la música, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
2.2.14 Calidad de aseo e higiene	1	2	3	4	5	6	7		

**3- Siguiendo con el mismo criterio, en el contexto de los distintos ítemes de MAQUINARIA que están presentes en el gimnasio al cual Ud. asiste, le solicito que evalúe con notas de 1 a 7 a cada uno de los ítemes de maquinaria. En donde la nota 1 se le asignará a un atributo muy mal evaluado, y la nota 7 a uno muy bien evaluado.**

**\* Encierre en un círculo la nota asignada**

APÓYESE POR FAVOR EN EL ANEXO AL FINAL DEL CUESTIONARIO PARA CONTESTAR LA PRESENTE PREGUNTA.

**(POR FAVOR NO EVALÚE AQUELLA MAQUINARIA QUE NO ESTÉ PRESENTE EN SU GIMNASIO)**

	Muy Mal Evaluado			Regular			Muy Bien Evaluado		
2.3.1 Máquinas cardiovasculares	1	2	3	4	5	6	7		
2.3.2 Trotadores	1	2	3	4	5	6	7		
2.3.3 Bicicletas	1	2	3	4	5	6	7		
2.3.4 Escaladores	1	2	3	4	5	6	7		
2.3.5 Pesos libres (barras, discos, mancuernas...)	1	2	3	4	5	6	7		
2.3.6 Multiestaciones	1	2	3	4	5	6	7		
2.3.7 Resistencia variable	1	2	3	4	5	6	7		

**4- Para terminar con esta sección del cuestionario, en el contexto de los distintos ítemes de INFRAESTRUCTURA que están presentes en el gimnasio al cual Ud. asiste, le solicito a Ud. que evalúe con notas de 1 a 7 a cada uno de los ítemes de infraestructura. En donde la nota 1 se le asignará a un atributo muy mal evaluado, y la nota 7 a uno muy bien evaluado.**

**\* Encierre en un círculo la nota asignada**

**(POR FAVOR NO EVALÚE AQUELLOS ÍTEMES DE INFRAESTRUCTURA QUE NO ESTÉN PRESENTES EN SU GIMNASIO)**

	Muy Mal Evaluado			Regular			Muy Bien Evaluado		
2.4.1 Camarines	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.2 Sauna	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.3 Piscina	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.4 Cafetería (refresco, sándwich, yogurt, batidos, etc.)	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.5 Guardería infantil	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.6 Estacionamientos	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.7 Solarium	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.8 Centro de Estética	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.9 Lockers (casilleros)	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.10 Máquinas de refrescos	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.11 Espejos	1	2	3	4	5	6	7		
2.4.12 Piso flotante	1	2	3	4	5	6	7		

**1-¿En qué rango se encuentra Ud. en cuanto al nivel de gasto promedio, destinado a la mensualidad del gimnasio al cual asiste? Marque con una X su respuesta.**

- 3.1.1 \$7.000 o menos ( )
- 3.1.2 Entre \$7.001 y \$12.000 ( )
- 3.1.3 Entre \$12.001 y \$15.000 ( )
- 3.1.4 Entre \$15.001 y \$17.500 ( )
- 3.1.5 Entre \$17.501 y \$20.000 ( )
- 3.1.6 Entre \$20.001 y \$25.000 ( )
- 3.1.7 Más de \$25.000 ( )

**2-¿En términos del gimnasio ideal que Ud. imaginó anteriormente; CUANTO MÁS estaría dispuesto(a) a pagar por sobre lo que gasta actualmente en la mensualidad de su gimnasio para obtener esta mayor gama de ítemes? Marque con una X su respuesta.**

- 3.2.1 \$0 ( )
- 3.2.2 Menos de \$2.000 ( )
- 3.2.3 Entre \$2.001 y \$4.000 ( )
- 3.2.4 Entre \$4.001 y \$6.000 ( )
- 3.2.5 Entre \$6.001 y \$8.000 ( )
- 3.2.6 Entre \$8.001 y \$10.000 ( )
- 3.2.7 Más de \$10.000 ( )

**3-¿En qué rango se encuentra Ud. en cuanto al nivel de GASTO MENSUAL PROMEDIO, destinado a refrescos y alimentación dentro del gimnasio? (Como por ejemplo: sandwich, galletas, golosinas, etc.) Marque con una X su respuesta.**

- 3.3.1 \$ 0 ( )
- 3.3.2 Menos de \$3.000 ( )
- 3.3.3 Entre \$3.001 y \$7.000 ( )
- 3.3.4 Entre \$7.001 Y \$11.000 ( )
- 3.3.5 Más de \$11.000 ( )

**4-¿Compra Ud. suplementos especiales u medicamentos (Proteína en polvo, Quemadores de grasas, Creatina, Levadura de cerveza, etc.)? Marque con una X su respuesta.**

- 3.4.1 SI ( )
- 3.4.2 NO ( ) (Si su respuesta es no pase a la sección IV en la próxima página)

## Sección IV

**Esta última sección requiere que usted nos proporcione alguna información demográfica, la cual cumple con el objetivo de ayudar a clasificar las respuestas. Tenga la seguridad que sus respuestas son anónimas y serán solamente utilizadas para analizar estadísticamente los datos. (Marque por favor con una X las respuestas en el espacio pertinente).**

### 1- ¿Cuál es su sexo?

- 4.1.1 Masculino ( )                      4.1.2 Femenino ( )

### 2- ¿En qué rango de edad se encuentra Ud.?

- 4.2.1 Menos de 20 ( )                      4.2.4 40- 49 años ( )  
4.2.2 20- 29 años ( )                      4.2.5 50- 59 años ( )  
4.2.3 30- 39 años ( )                      4.2.6 60 o más ( )

### 3- ¿Cuál es el nivel de educación más alto que Ud. ha alcanzado? Por favor elija SOLO UNA respuesta.

- 4.3.1 Educación Básica ( )  
4.3.2 Educación Media ( )  
4.3.3 Estudios Técnicos-Profesionales ( )  
4.3.4 Educación Universitaria ( )  
4.3.5 Post-Grado (Master, Ph.D.) ( )

### 4- ¿En qué rango de nivel de ingreso familiar Ud. se encuentra? Por favor elija SOLO UNA respuesta.

- 4.4.1 Entre \$ 0 y \$120.000 ( )                      4.4.6 Entre \$300.001 y \$350.000 ( )  
4.4.2 Entre \$120.001 y \$160.000 ( )                      4.4.7 Entre \$350.001 y \$400.000 ( )  
4.4.3 Entre \$ 160.001 y \$200.000 ( )                      4.4.8 Entre \$400.001 y \$500.000 ( )  
4.4.4 Entre \$200.001 y \$260.000 ( )                      4.4.9 Entre \$500.001 y \$600.000 ( )  
4.4.5 Entre \$260.001 y \$300.000 ( )                      4.4.10 Más de 600.000 ( )

**Apreciamos sinceramente su ayuda a este proyecto de Investigación.  
¡MUCHAS GRACIAS!**

A continuación se presentan algunos ejemplos de maquinaria para ayudar al proceso de la recolección de datos en la pregunta 3 de las secciones I y II.

Trotadores:



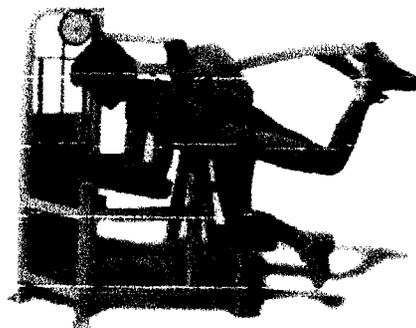
Bicicletas:



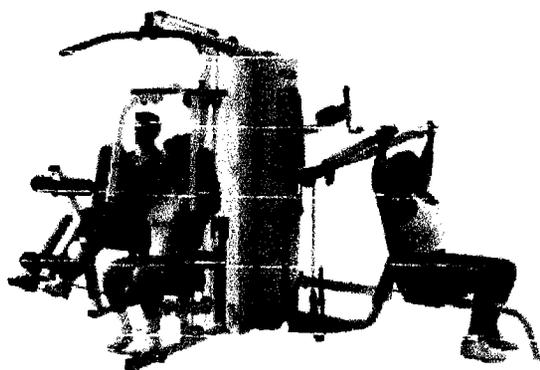
Escaladores



Resistencia Variable



Multiestaciones



Pesos Libres



# **ANEXO II**

## **Análisis de Datos y Resultados Individualizados por Gimnasio**

ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO PARA  
GIMNASIO HERMANOS ROJAS

## **GIMNASIO 2: HERMANOS ROJAS**

### **Descripción del Gimnasio**

El gimnasio Hermanos Rojas, se encuentra ubicado en 5 Oriente (2 y 3 Sur) Fono: (71) 212374

Horario de funcionamiento: Lunes a viernes de 8:30 - 13:00 hrs. / 17:00 - 22:00 hrs. Y sábado de 10:00 a 13:00 hrs.

Posee entre 200 y 300 mts.<sup>2</sup> construidos.

Las clases de aeróbica y de aerobox son complementarias y se imparten 15 veces por semana. Lunes, miércoles y viernes a las 8:30, 18:30, 19:30 y 20:30 hrs. respectivamente. Martes y jueves a las 20:00 hrs. y sábados a las 10:30 hrs.

La actividad de musculación se encuentra disponible toda la semana (lunes a sábado)

En cuanto a la maquinaria que se encuentra presente podemos mencionar:

5 máquinas cardiovasculares

3 bicicletas mecánicas

17 pesos libres (entre barras y mancuernas)

1 multiestación

4 máquinas de resistencia Variable

Entre los servicios más destacados, cuenta con una cosmetóloga y con tratamientos estéticos, tales como: anticelulíticos, reductivos, flacidez y electro físicos.

Dentro de la muestra de 30 entrevistados en el gimnasio; 18 corresponden al sexo masculino (60%) y 12 al sexo femenino (40%)

A continuación se presenta dos cuadros (N°1 y N°2):

**Cuadro N°1:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto al gasto en la mensualidad destinada al gimnasio.

**Cuadro N°2:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto a cuanto más (\$) estarían dispuestos a pagar, por sobre el gasto de mensualidad actual, en caso de contar con una mayor gama de atributos a su disposición dentro del gimnasio.

**Cuadro N°1**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
Menos de \$7.000	12	40	40
Entre \$7.001 y \$12.000	16	53,3	93,3
Entre \$15.001 y \$17.500	1	3,3	96,7
Entre \$17.501 y \$20.000	1	3,3	100
Total	30	100	

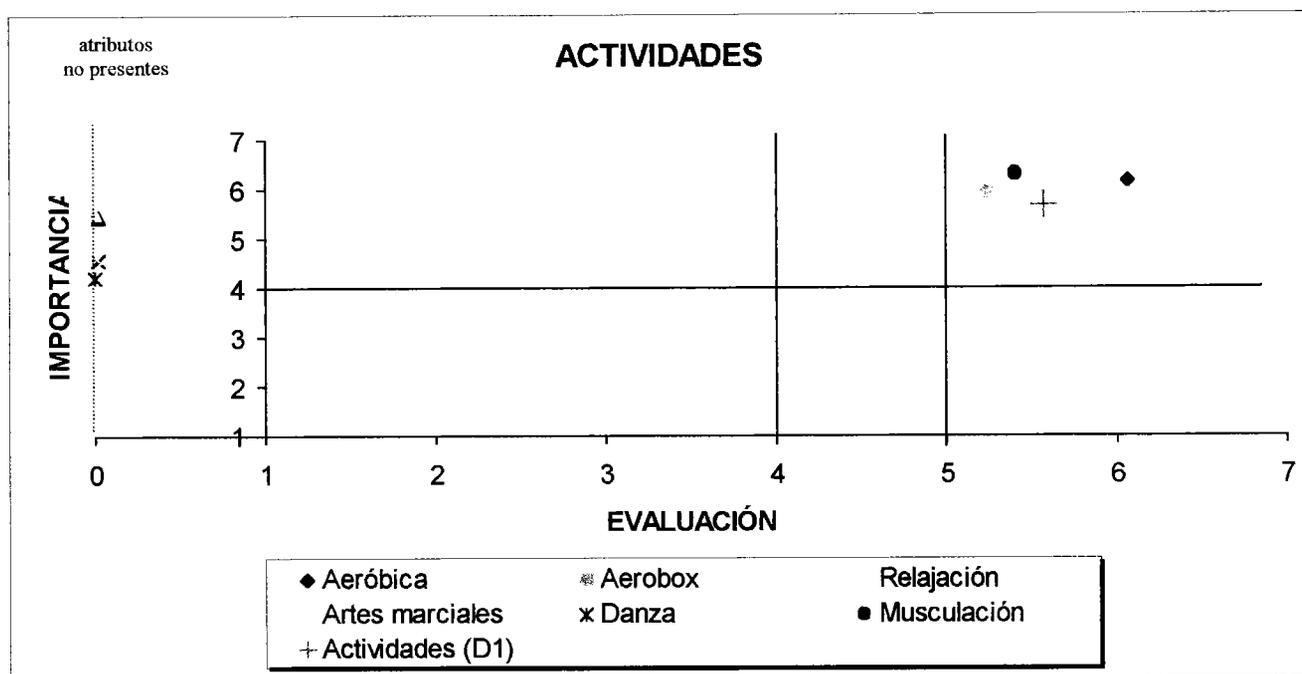
**Cuadro N°2**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
\$0	7	23,3	23,3
Entre \$2.001 y \$4.000	7	23,3	46,7
Entre \$4.001 y \$6.000	5	16,7	63,3
Entre \$6.001 y \$8.000	6	20,0	83,3
Entre \$8.001 y \$10.000	5	16,7	100,0
Total	30	100	

## Matriz Evaluación / Importancia Gimnasio 2: Hermanos Rojas

### Dimensión 1: Actividades. (D1)

ACTIVIDADES		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Aeróbica	6,07	6,17
Aerobox	5,23	5,93
Relajación	-	5,53
Artes marciales	-	4,63
Danza	-	4,23
Musculación	5,4	6,33
Actividades (D1)	5,57	5,69



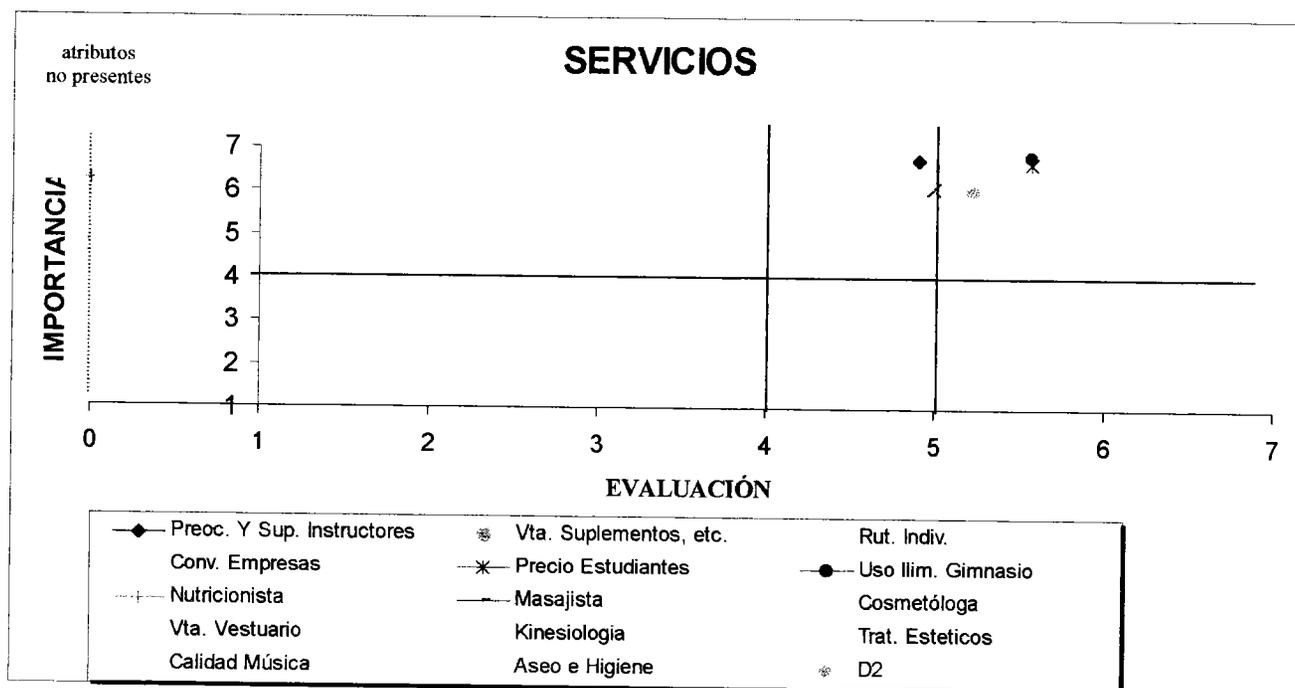
El gimnasio Hermanos Rojas, se encuentra muy bien posicionado en cuanto a las actividades que desarrolla, pues todas las actividades desarrolladas por este gimnasio se posicionan en el cuadrante III el cual significa -alta evaluación y alta importancia-; por lo tanto la dimensión 1 “Actividades (D1)” también se encuentra posicionado dentro de este cuadrante. Cabe destacar que dentro de las actividades desarrolladas destaca la de aeróbica, que es la mejor evaluada por los entrevistados.

Las actividades inexistentes en este gimnasio son: danza, artes marciales y relajación. Todas se encuentran en el lado positivo del nivel de importancia otorgado (superior a 4.0) y se puede observar

que la actividad de relajación es la que se encuentra mejor posicionada, ya que es la que presenta la mayor importancia otorgada.

### Dimensión 2: Servicios. (D2)

SERVICIOS		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Preocupación y sup. Instructores	4,9	6,73
Vta Suplementos, etc.	-	4,7
Rutinas Individuales	5	6,67
Convenio con empresas e instituciones	4,97	6,17
Precios rebajados a estudiantes	5,57	6,67
Uso ilimitado del gimnasio	5,57	6,83
Nutricionista	-	6,23
Masajista	-	5,87
Cosmetóloga	4,67	4,97
Venta de vestuario	-	4,7
Kinesiología	-	5,93
Tratamientos estéticos	5,67	5,33
Calidad de la música	5,37	6,7
Calidad de aseo e higiene	5,3	7
Servicios (D2)	5,22	6,04



En cuanto a los servicios presentes en este gimnasio, seis de estos (de un total de 14) se encuentran posicionados sobre el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia- ,ellos son: rutinas individuales,

precios rebajados a estudiantes, uso ilimitado del gimnasio, tratamientos estéticos, calidad de la música y aseo e higiene.

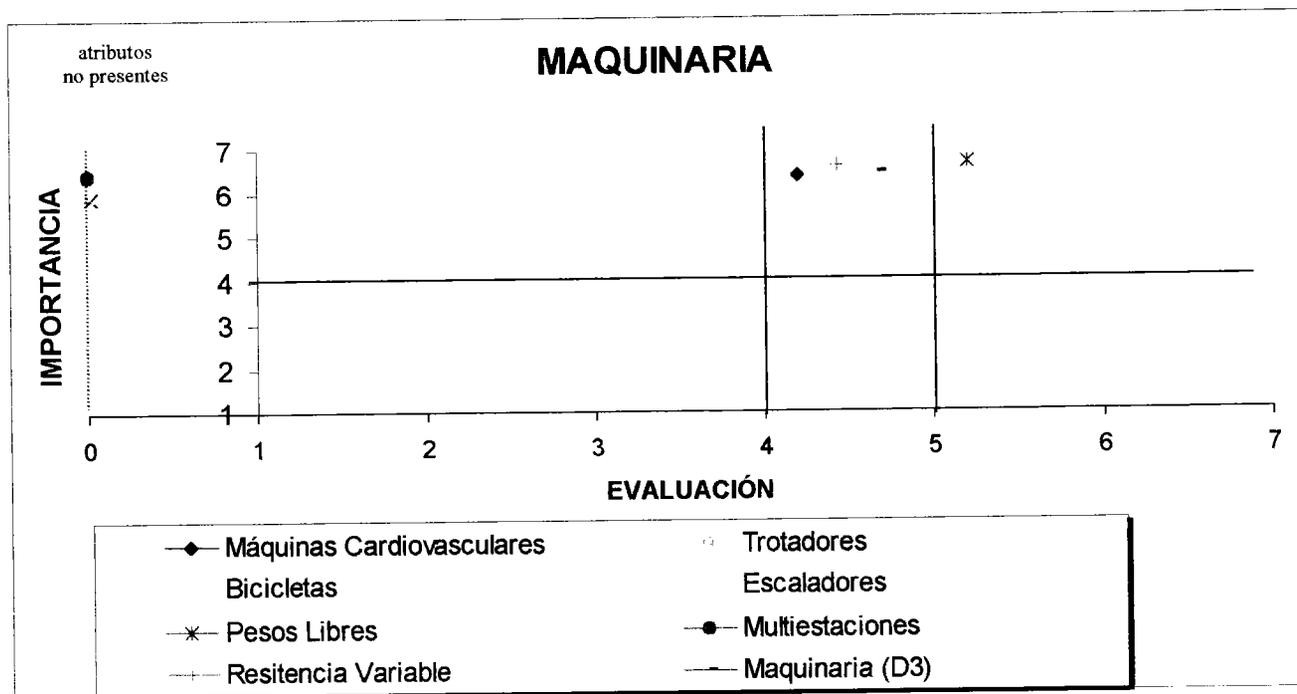
Otros tres componentes de la dimensión 2 se encuentran en el cuadrante II -regular evaluación y alta importancia- los cuales son: preocupación y supervisión de instructores, convenio con empresas e instituciones y cosmetóloga.

La dimensión 2 “Servicios (D2)”, a pesar de la regular evaluación de 3 de sus componentes se encuentra posicionada en el cuadrante III el cual indica una –alta evaluación y alta importancia-

Los servicios inexistentes en Hermanos Rojas son: Venta de suplementos alimenticios, nutricionista, masajista, venta de vestuario y kinesiología; cabe destacar que estos servicios se encuentran bien valorados (alta importancia) por parte de los entrevistados.

### Dimensión 3: Maquinaria. (D3)

MAQUINARIA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Máquinas Cardiovasculares	4,2	6,4
Trotadores	-	6,43
Bicicletas	4,87	6,57
Escaladores	-	5,97
Pesos Libres	5,2	6,67
Multiestaciones	-	6,47
Resistencia Variable	4,43	6,6
Maquinaria (D3)	4,68	6,44



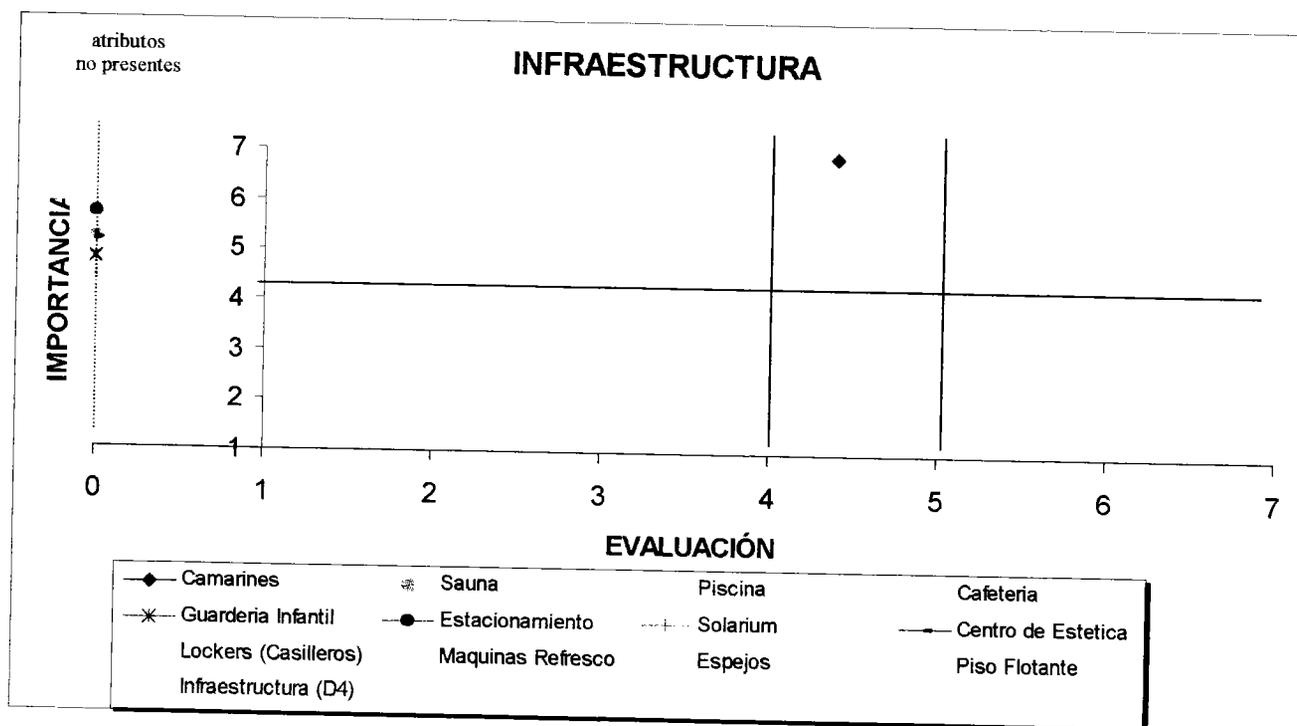
En cuanto a las maquinarias presentes en este gimnasio, se puede apreciar que tan solo el ítem de pesos libres se encuentra posicionado en el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia- esto debido a que este ítem es el que tiene mayor presencia en el gimnasio (17 unidades).

Se puede apreciar que las máquinas cardiovasculares, bicicletas y las máquinas de resistencia variable se encuentran posicionadas en el cuadrante II, -regular evaluación y alta importancia-. En este cuadrante también se encuentra posicionada la dimensión 3 “Maquinaria (D3)” que indudablemente esta siendo afectada por la regular evaluación de los ítems mencionados.

Las maquinarias no existentes en este gimnasio son: trotadores, escaladores y multiestaciones; pues cabe destacar que estos tres ítemes se encuentran bien posicionados en cuanto al nivel de importancia otorgado por los entrevistados, pero en sí el más destacado es el ítem multiestaciones que es el que cuenta con el mayor nivel de importancia otorgado (6.47).

#### Dimensión 4:Infraestructura. (D4)

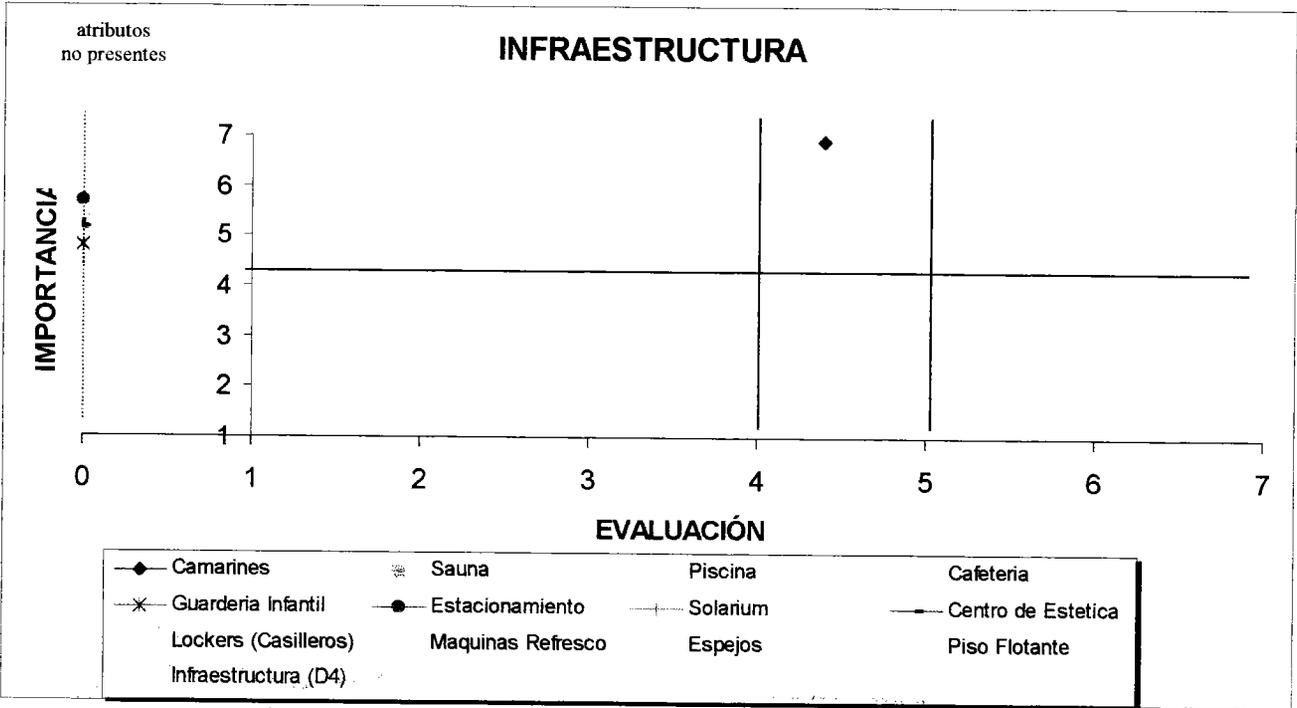
INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	4,4	6,9
Sauna	-	5,17
Piscina	-	4,47
Cafetería	-	4,83
Guardería Infantil	-	4,8
Estacionamiento	-	5,67
Solarium	-	5,37
Centro de Estética	-	5,13
Lockers (Casilleros)	3,57	5,43
Máquinas Refresco	-	5,43
Espejos	5,8	6,7
Piso Flotante	-	4,13
Infraestructura (D4)	4,59	5,34



Las maquinarias no existentes en este gimnasio son: trotadores, escaladores y multiestaciones; pues cabe destacar que estos tres ítemes se encuentran bien posicionados en cuanto al nivel de importancia otorgado por los entrevistados, pero en sí el más destacado es el ítem multiestaciones que es el que cuenta con el mayor nivel de importancia otorgado (6.47).

**Dimensión 4:Infraestructura. (D4)**

INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	4,4	6,9
Sauna	-	5,17
Piscina	-	4,47
Cafetería	-	4,83
Guardería Infantil	-	4,8
Estacionamiento	-	5,67
Solarium	-	5,37
Centro de Estética	-	5,13
Lockers (Casilleros)	3,57	5,43
Máquinas Refresco	-	5,43
Espejos	5,8	6,7
Piso Flotante	-	4,13
Infraestructura (D4)	4,59	5,34



En cuanto a la infraestructura de este gimnasio se puede apreciar que solo el ítem espejos se encuentran posicionados en el cuadrante III – Alta evaluación y alta importancia- siendo este el ítem mejor posicionado de esta dimensión.

Por otro lado, el ítem Lockers (casilleros) se encuentra posicionado en cuadrante I, que indica –baja evaluación y alta importancia- esto debido a la poca presencia de estos en el gimnasio (9 en total);

La dimensión IV “Infraestructura (D4)” se encuentra posicionada en el cuadrante II –regular evaluación y alta importancia- esto es debido al posicionamiento del ítem camarines en este mismo cuadrante y especialmente al posicionamiento de Lockers en el cuadrante I.

Los ítems de infraestructura inexistentes en este gimnasio son: sauna, piscina, cafetería, guardería infantil, estacionamiento, solarium, centro de estética y máquinas de refresco.

### **Análisis y Recomendaciones:**

Se recomienda a la administración, el analizar el cuadro N°2 referido a cuanto más estarían dispuestos a pagar los respondientes por contar con una mayor gama de atributos.

El cruzar esta información con el conocimiento de la real afluencia de público que concurre al gimnasio (información que no manejamos) puede ayudar a la toma de decisiones.

### **Dimensión 1 (Actividades):**

Dentro de esta dimensión, las actividades presentes en el gimnasio se encuentran todas muy bien posicionadas, por lo tanto la única preocupación de la administración del gimnasio debe ser la de mantenerlas en las mismas condiciones (horario, cantidad de clases, profesores, etc.).

La actividad reconocida como “Relajación” se encuentra en una posición que indica una alta importancia por parte de los entrevistados y en este sentido resultaría muy beneficioso para el gimnasio Hermanos Rojas la inserción de esta actividad, ya que podría mejorar aún más su posición general. Sin embargo, cabe destacar, que no basta con la sola inclusión de esta actividad para asegurar un mejor posicionamiento en la matriz.

Esta inclusión debe venir acompañada obligadamente de las condiciones apropiadas para su buena gestión, como lo serían: un espacio adecuado, instalaciones apropiadas, nivel de ruido (bajo nivel de ruido), personal capacitado y horario adecuado; de lo contrario más que ayudar dicha actividad al mejoramiento general de Hermanos Rojas, puede este ser perjudicado, ya que se podría presentar una declinación del factor D1 en la matriz. Se debe tener especial cuidado con la derivación de recursos para tal actividad en el sentido de no descuidar a las otras dimensiones o de intervenirlas en forma negativa (restarle espacio a otras instalaciones, restringir horarios etc.)

Dadas las condiciones del salón de Hermanos Rojas la inversión para la práctica de relajación debe contemplar los siguientes factores:

- Cerrar el salón, ya que en este momento este se encuentra muy abierto y expuesto a demasiados agentes distractores.
- Mejorar la estética del salón y cambiar el alfombrado ya que estos se encuentran muy deteriorados.

No se recomienda la inclusión de la actividad “Artes Marciales”, puesto que, la importancia otorgada por los entrevistados no es relevante (4.63)

### **Dimensión 2 (Servicio):**

En el contexto de servicios existe una cantidad considerable de estos que se encuentra en posición donde la única tarea a recomendar es la de mantenerlas en las mismas condiciones y no descuidarlas (cuadrante III), estas son: rutinas individuales, precios rebajados a estudiantes, uso ilimitado del gimnasio, tratamientos estéticos, calidad de la música y aseo e higiene.

Se recomienda potenciar la preocupación y supervisión de instructores entregados por el gimnasio, ya que estos se encuentran sólo con una regular evaluación por parte de los entrevistados (4.9) es tarea de la empresa el cambiar esta situación; que por lo demás es muy importante desde el punto de vista de los mismos respondientes (6.73).

Quizás por el hecho de que los instructores del gimnasio en cuestión sean los propios dueños, ello este afectando la evaluación de los entrevistados en este ítem, puesto que, al mismo tiempo de brindar supervisión a los usuarios, deben estos cumplir con funciones administrativas (cumplir con el rol de secretaria, atender nuevos clientes que preguntan por el gimnasio, etc.). Para mejorar esta situación se

pueden redefinir y compartir los turnos (2 de los 3 responsables del gimnasio que acudan al gimnasio juntos) o bien contar con la ayuda de personal externo, para la función administrativa o de supervisión en los horarios de mayor afluencia de público.

El servicio de cosmetología (4.67 de evaluación y 4.97 de importancia) debe ser vigilado, ya que si se están destinando recursos para dicho servicio debe este por lo menos pasar de la nota 5.0 en evaluación, lo que la haría pasar al siguiente cuadrante.

### **Dimensión 3 (Maquinaria):**

Los ítemes de maquinaria del gimnasio se encuentran en general regular situación, más del 90% de su maquinaria se encuentra regularmente evaluada por los entrevistados, sin embargo los mismos entrevistados le otorgaron una alta importancia a estos artículos.

Por el rango bajo de mensualidad que se maneja el gimnasio y por las condiciones generales en que se encuentra, pareciera estar fuera del alcance de Hermanos Rojas por lo menos por ahora invertir en nueva maquinaria. Lo recomendable por el momento sería mantener en buenas condiciones a la maquinaria ya existente.

### **Dimensión 4 (Infraestructura):**

En infraestructura lo que le queda a Hermanos Rojas por ahora, es mejorar la posición de sus casilleros que cuentan con una evaluación mala por parte de los entrevistados (3.97) y son considerados importantes (5.43). Las razones de esa baja evaluación serían 2: una baja presencia de este ítem (9 unidades) y el hecho de que son abiertos y se encuentran ubicados al medio de la sala de pesas, quedando así las pertenencias de los usuarios en condiciones de muy baja seguridad.

Debido a la situación general del gimnasio Hermanos Rojas y por otro lado la buena ubicación de este, quizás sea conveniente para estos evaluar la posibilidad de captar nuevos capitales por medio del fusionamiento o de la asociación con posibles inversionistas, de modo de conseguir fondos para inyectárselo al negocio.

ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO PARA  
GIMNASIO SPORT LIFE

### **GIMNASIO 3: SPORT LIFE**

#### **Descripción del Gimnasio:**

Sport Life se encuentra ubicado en 2 Sur (3 y 4 Oriente) N° 1066, Fono: (71) 210610

Horario de funcionamiento: Lunes a viernes de 10:00 – 13:00 hrs. / 17:00 - 22:00 hrs. y sábado de 10:00 a 13:00 hrs.

Posee entre 300 y 400 mts.<sup>2</sup> construidos.

Las clases de aeróbica imparten 3 veces por semana: lunes, miércoles y viernes entre las 20:00 y las 21:00 hrs.

Las clases de aerobox imparten 2 veces por semana: martes y jueves entre las 20:00 y las 21:00 hrs.

Las clases de Artes Marciales (Taekwondo) se imparten 8 veces por semana: lunes, miércoles y viernes entre las 19:30 y las 20:30 hrs.; martes y jueves entre las 19:00 y las 20:00 hrs.

La actividad de musculación se encuentra disponible toda la semana (lunes a sábado)

En cuanto a la maquinaria que se encuentra presente podemos mencionar:

6 máquinas cardiovasculares

5 bicicletas mecánicas

4 escaladores

12 pesos libres

2 multiestación

6 Máquinas de resistencia variable

Dentro de los atributos más destacados que posee este gimnasio, se encuentra un ítem de infraestructura que corresponde a un tipo de piso flotante especial para la práctica de artes marciales, llamado tapete olímpico.

Dentro de la muestra de 30 entrevistados en el gimnasio; 16 corresponden al sexo masculino (53.3%) y 14 al sexo femenino (46.7%)

A continuación se presenta dos cuadros:

**Cuadro N° 1:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto al gasto en la mensualidad destinada al gimnasio.

**Cuadro N° 2:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto a cuanto más (\$) estarían dispuestos a pagar, por sobre el gasto de mensualidad actual, en caso de contar con una mayor gama de atributos a su disposición dentro del gimnasio.

**Cuadro N° 1**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
Menos de \$7.000	11	36,7	36,7
Entre \$7.001 y \$12.000	19	63,3	100,0
Total	30	100,0	

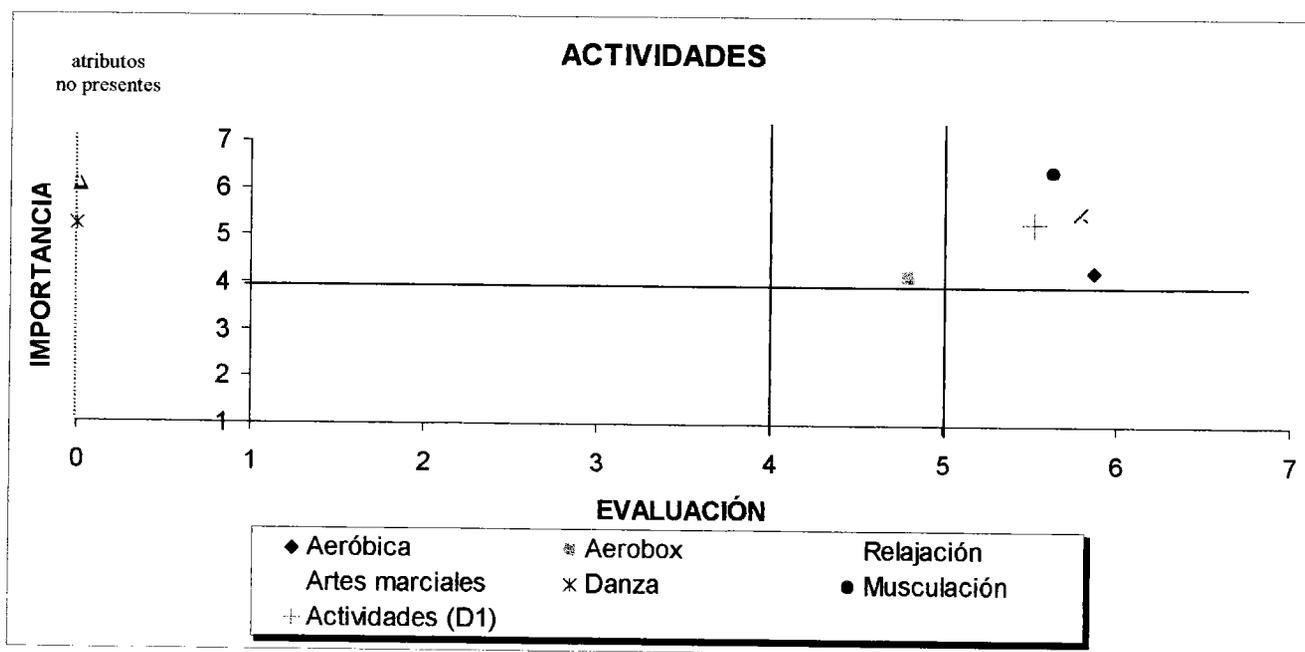
**Cuadro N°2**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
\$0	1	3,3	3,3
Menos de \$2.000	1	3,3	6,7
Entre \$2.001 y \$4.000	1	3,3	10,0
Entre \$4.001 y \$6.000	6	20,0	30,0
Entre \$6.001 y \$8.000	2	6,7	36,7
Entre \$8.001 y \$10.000	10	33,3	70,0
Más de \$10.000	9	30	100
Total	30	100	

## Matriz Evaluación / Importancia Gimnasio 3: Sport Life.

### Dimensión 1: Actividades. (D1)

ACTIVIDADES		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Aeróbica	5,87	4,27
Aerobox	4,8	4,17
Relajación	-	6,1
Artes marciales	5,77	5,57
Danza	-	5,23
Musculación	5,63	6,37
Actividades (D1)	5,52	5,29



El gimnasio Sport Life, se encuentra bien posicionado en cuanto a las actividades que desarrolla, pues tres (de un total de 4) se posicionan en el cuadrante III, el cual significa -alta evaluación y alta importancia-.

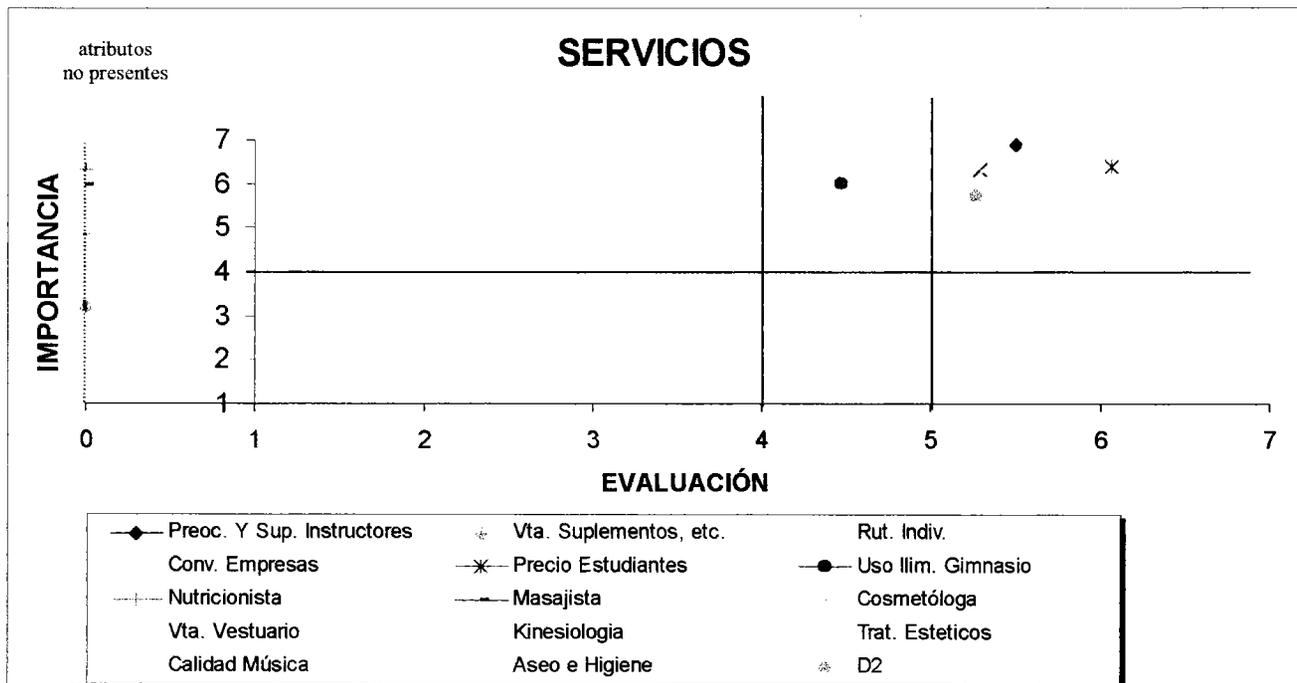
Se puede observar que la actividad de aerobox se encuentra posicionada en el cuadrante II -regular evaluación y alta importancia-, pues cabe destacar que si bien esta actividad se encuentra en el rango positivo de importancia, solo tiene una puntuación de 4.17 en este rango.

La dimensión 1 “Actividades (D1)” se encuentra posicionado en el cuadrante I; este posicionamiento es debido principalmente a la regular evaluación del aerobox

Las actividades no impartidas por el gimnasio son danza, y relajación, las cuales se encuentran en el lado positivo del nivel de importancia otorgado (superior a 4.0) y se puede observar que la actividad de relajación es la que se encuentra mejor posiciona, ya que es la que presenta la mayor importancia otorgada (6.1).

## Dimensión 2: Servicios. (D2)

SERVICIOS		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Preocupación y sup. Instructores	5,5	6,9
Vta Suplementos, etc.	-	3,2
Rutinas Individuales	5,23	5,73
Convenio con empresas e instituciones	5,27	6,37
Precios rebajados a estudiantes	6,07	6,4
Uso ilimitado del gimnasio	4,47	6
Nutricionista	-	6,3
Masajista	-	5,97
Cosmetóloga	-	4,83
Venta de vestuario	-	4,13
Kinesiología	-	6,13
Tratamientos estéticos	-	5,47
Calidad de la música	4,8	5,97
Calidad de aseo e higiene	5,57	7
Servicios (D2)	5,27	5,74



En cuanto a los servicios presentes en Sport Life, la mayoría de estos se encuentran posicionados sobre el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-, ellos son: preocupación y supervisión de instructores, rutinas individuales, convenio con empresas e instituciones, precios rebajados a estudiantes y aseo e higiene.

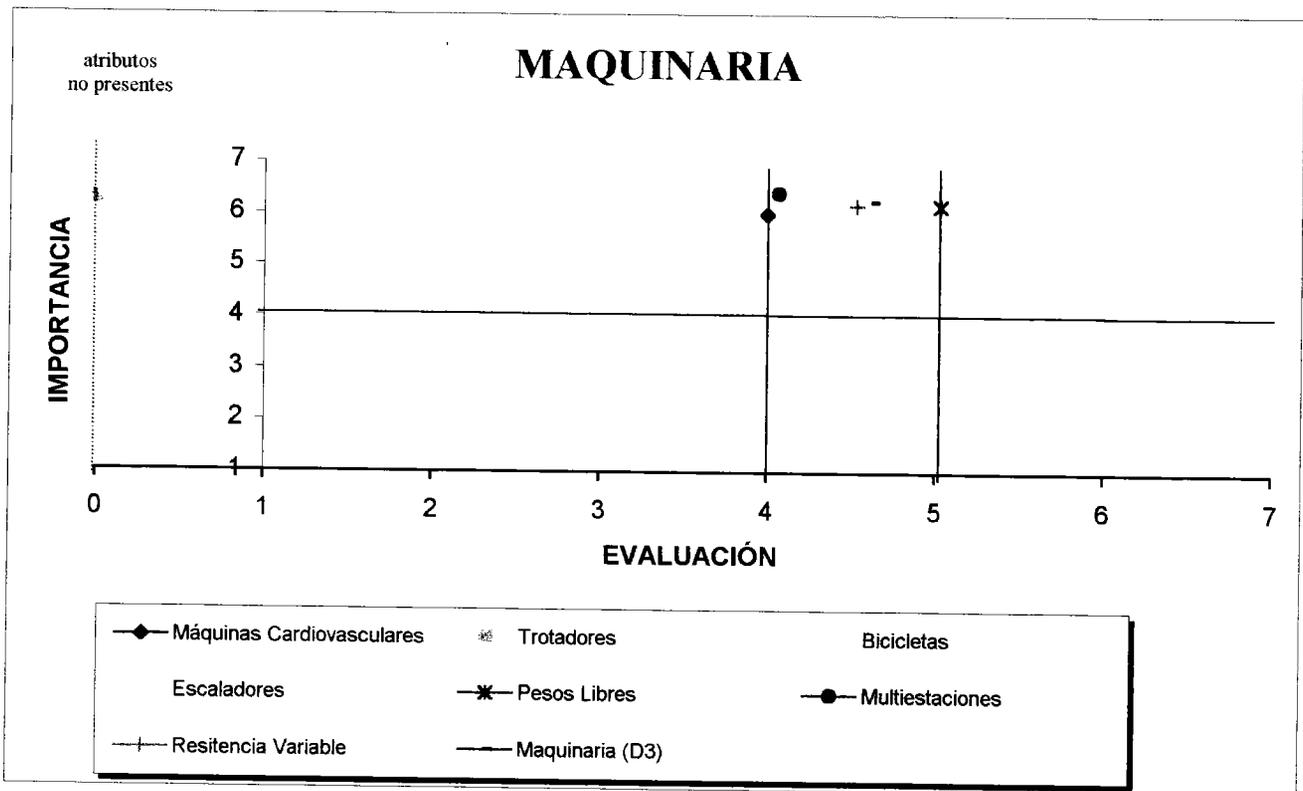
Otro dos componente de la dimensión 2 presentes en el gimnasio (uso ilimitado del gimnasio y calidad de la música) se encuentra en el cuadrante II -regular evaluación y alta importancia- los cuales constituyen los atributos peor evaluados por los respondientes, ya que no se presentan atributos que estén posicionados en el cuadrante I –mala evaluación y alta importancia-

La dimensión 2 “Servicios (D2)” se encuentra posicionada en el cuadrante III –alta evaluación y alta importancia- esto debido principalmente al buen posicionamiento de la mayoría de sus componentes.

Los servicios inexistentes en Sport Life son: Venta de suplementos (alimentos especiales), nutricionista, masajista, cosmetóloga, venta de vestuario, kinesiología y tratamientos estéticos; cabe destacar que el ítem de venta de suplementos (alimentos especiales) es el atributo que presenta el nivel más bajo de importancia otorgado, que corresponde a una puntuación de 3.2.

### Dimensión 3: Maquinaria. (D3)

MAQUINARIA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Máquinas Cardiovasculares	4	6
Trotadores	-	6,27
Bicicletas	5,33	6,6
Escaladores	4,77	6,07
Pesos Libres	5,03	6,17
Multiestaciones	4,07	6,4
Resistencia Variable	4,53	6,17
Maquinaria (D3)	4,62	6,24

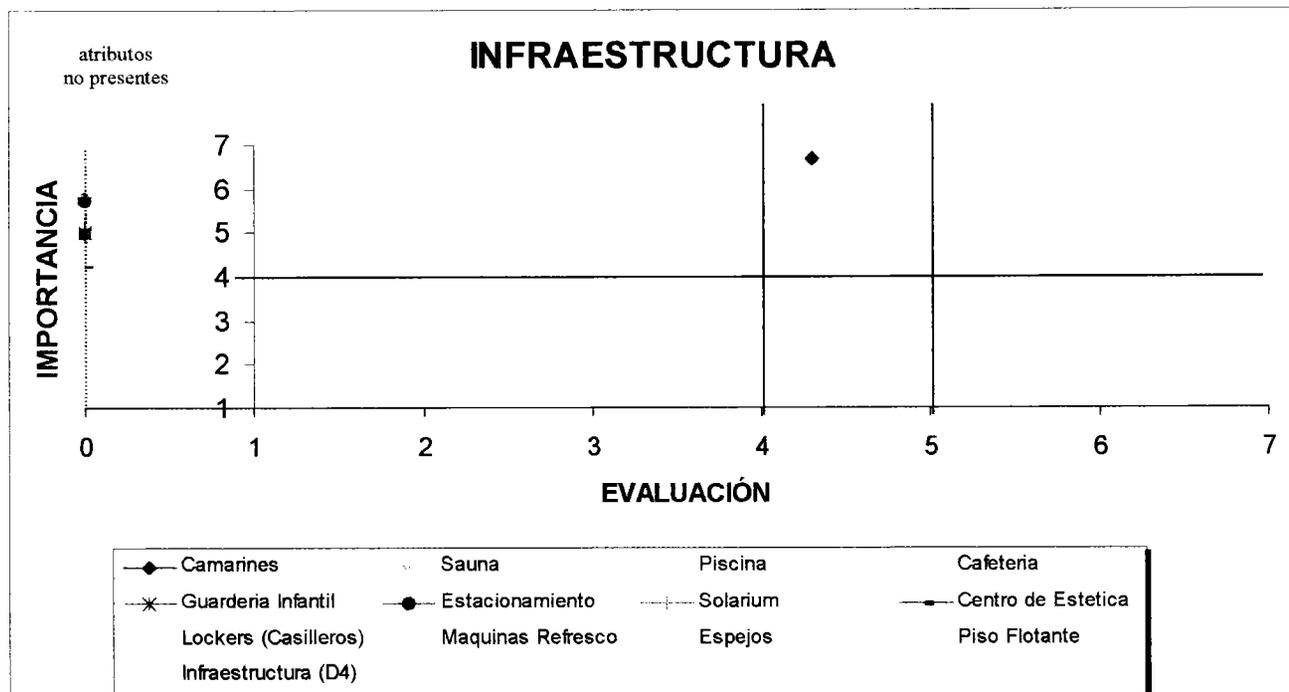


En cuanto a las maquinarias presentes en este gimnasio, se puede apreciar que los ítemes de pesos libres y bicicletas se encuentran posicionados en el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-

Por otro lado, 3 componentes de la dimensión 3 (máquinas cardiovasculares, escaladores, multiestaciones y máquinas de resistencia variable) se encuentran posicionados dentro del cuadrante II, -regular evaluación y alta importancia-. La dimensión 3 “Maquinaria (D3)” también se encuentra en este cuadrante, esto debido principalmente a la regular evaluación de los ítemes ya mencionados.

#### Dimensión 4: Infraestructura. (D4)

INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	4,3	6,67
Sauna	-	4,97
Piscina	-	5,37
Cafetería	-	4,87
Guardería Infantil	-	5
Estacionamiento	-	5,77
Solarium	-	5,1
Centro de Estética	-	4,2
Lockers (Casilleros)	-	5,83
Máquinas Refresco	-	4,5
Espejos	5,07	5,8
Piso Flotante	4,43	5,27
Infraestructura (D4)	4,6	5,28



En cuanto a la infraestructura de este gimnasio se puede apreciar que solo el ítem espejos se encuentran posicionados en el cuadrante III – Alta evaluación y alta importancia- siendo este el ítem mejor posicionado de esta dimensión.

También se puede apreciar que los ítems camarines y piso flotante se encuentran posicionados en el cuadrante II lo que representa una – regular evaluación y alta importancia-. En este mismo cuadrante se

encuentra la dimensión IV “Infraestructura (D4)” esto debido principalmente por la regular evaluación de los ítemes ya mencionados.

Los ítemes de esta dimensión no presentes en este gimnasio son: sauna, piscina, cafetería, guardería infantil, estacionamiento, solarium, centro de estética, lockers (casilleros) y máquinas refresco.

### **Análisis y Recomendaciones:**

#### **Dimensión I (actividades):**

En el plano de las actividades existentes, sin lugar a duda Sport Life se encuentra en una buena situación. Ya que a excepción de musculación todas las demás actividades han superado las expectativas de los entrevistados (evaluación mayor que importancia).

Dentro de las actividades que no se encuentran presentes (relajación y danza) Se le recomienda a Sport Life buscar la implementación de estas dos actividades, ya que por una parte su nivel de importancia es considerable (6.1 y 5.23 respectivamente) y por otra, existen ya las condiciones de infraestructura que permitirían su inserción.

Sport Life cuenta con 2 salones disponibles, uno de uso exclusivo para la práctica de las artes marciales, que se encuentra inclusive alejado de las demás instalaciones del gimnasio, lo que garantizaría la tranquilidad y el bajo nivel de ruido necesarios para la práctica de relajación. Y el otro salón utilizado actualmente para las prácticas de aeróbica y aerobox, puede también fácilmente cumplir con el rol de salón destinado para la práctica de danza.

De lo anterior se desprende que la mayor inversión que tendría que incurrir Sport Life para estas prácticas serían las de captar a 2 profesionales idóneos.

#### **Dimensión 2 (Servicio):**

En el contexto de servicios, Sport Life se destaca en los convenios a empresas y precios rebajados a estudiantes, dicho fenómeno puede ser el responsable de que el uso ilimitado del gimnasio se encuentre con un valor regular de evaluación, sin embargo, creemos que la vía que sigue Sport Life actualmente es la adecuada, ya que el combinar el uso ilimitado del gimnasio con precios bajos resultaría en un uso desmedido de las instalaciones, demasiado público presente con las consiguientes consecuencias.

Debe entonces Sport Life tomar en cuenta sólo 2 consideraciones:

- Investigar el por qué del descontento de los entrevistados en cuanto a la calidad de la música (4.80 de evaluación) que es un atributo importante desde el punto de vista de estos (5.97 de importancia)
- Evaluar la posibilidad de incluir en sus servicios el de un nutricionista, puesto que, este atributo presenta una alta importancia por parte de los entrevistados (6.3)

### **Dimensión 3 (Maquinaria):**

Llaman la atención los ítemes de maquinaria que se encuentra regularmente evaluados, ya que no parece ser la razón de esta regular evaluación la poca intensidad de estos artículos (6 máquinas cardiovasculares, 4 escaladores, 2 multiestaciones y 6 máquinas de resistencia variable) aunque no conocemos la real afluencia de público que concurre al gimnasio, tampoco parece ser que esta proporción sea significativamente mayor que la que concurre a otros gimnasios con similares características, con el mismo tipo de maquinaria y la misma presencia de estas. Sin embargo, su evaluación en esta dimensión es considerablemente menor. Es tarea de la empresa averiguar por que se produce dicho fenómeno, podría ser por una mala ubicación de las máquinas o que estas se encuentren muy juntas afectando el normal funcionamiento de las mismas, o bien, que sencillamente los entrevistados del gimnasio Sport Life, sean más exigentes que el resto en el ámbito de la maquinaria.

Debería Sport Life invertir en trotadores, ya que es alta la importancia otorgada por los entrevistados en cuanto a este ítem (6.27)

### **Dimensión 4 (Infraestructura):**

En términos de ítemes de infraestructura, Sport Life cuenta con menos de lo básico, en comparación a los demás gimnasios, destacándose únicamente la presencia de piso flotante destinado este a la práctica de las artes marciales.

Se recomienda a Sport Life el incluir casilleros dentro de la gama de atributos puesto que, el atributo en cuestión constituye un ítem básico de infraestructura que por lo demás goza de una considerable importancia por parte de los entrevistados (5.83)

Los camarines de Sport Life se encuentran regularmente evaluados, (4.3 de evaluación y 6.67 de importancia) dicha evaluación se debe a que estos camarines no son camarines como tales sino que sólo baños que se destinan para este uso, dada la importancia de este ítem se le recomienda al gimnasio considerar destinar fondos en la implementación de dicho atributo.

ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO PARA  
GIMNASIO TOP LIGHT

## **GIMNASIO 4: TOP LIGHT**

### **Descripción del Gimnasio:**

Top Light se encuentra ubicado en 4 Oriente (1 y 2 Norte) N° 1221, Fono: (71) 232749

Horario de funcionamiento: Lunes a viernes de 10:00 - 13:00 hrs. / 16:00 - 22:00 hrs. y sábado de 11:00 a 13:00 hrs.

Posee entre 200 y 300 mts.<sup>2</sup> construidos.

Las clases de aeróbica se imparten 3 veces por semana: lunes, miércoles y viernes entre las 19:45 y 20:45 hrs.

Las clases de aerobox se imparten 2 veces por semana: martes y jueves, entre las 20:00 y 21:00 hrs.

Las clases de danza se imparten 2 veces por semana: lunes y miércoles, entre las 21:00 y 22:00 hrs.

Las clases de Taekwondo se imparten 3 veces por semana (lunes, miércoles y viernes) a las 20:30 hrs.

Las clases de Karate se imparten 5 veces por semana: martes y jueves, entre las 21:00 y las 22:00 hrs.; y sábado entre las 11:00 y las 13:00 hrs.

La actividad de musculación se encuentra disponible toda la semana (lunes a sábado)

En cuanto a la maquinaria que se encuentra presente podemos mencionar:

4 máquinas cardiovasculares

2 escaladores

3 pesos libres (entre barras y mancuernas)

5 máquinas de resistencia Variable

Dentro de la muestra de 30 entrevistados en el gimnasio; 15 corresponden al sexo masculino (50%) y 15 al sexo femenino (50%)

A continuación se presenta dos cuadros:

**Cuadro N° 1:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto al gasto en la mensualidad destinada al gimnasio.

**Cuadro N° 2:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto a cuanto más (\$) estarían dispuestos a pagar, por sobre el gasto de mensualidad actual, en caso de contar con una mayor gama de atributos a su disposición dentro del gimnasio.

**Cuadro N°1**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
Menos de \$7.000	28	93,3	93,3
Entre \$7.001 y \$12.000	2	6,7	100,0
Total	30	100,0	

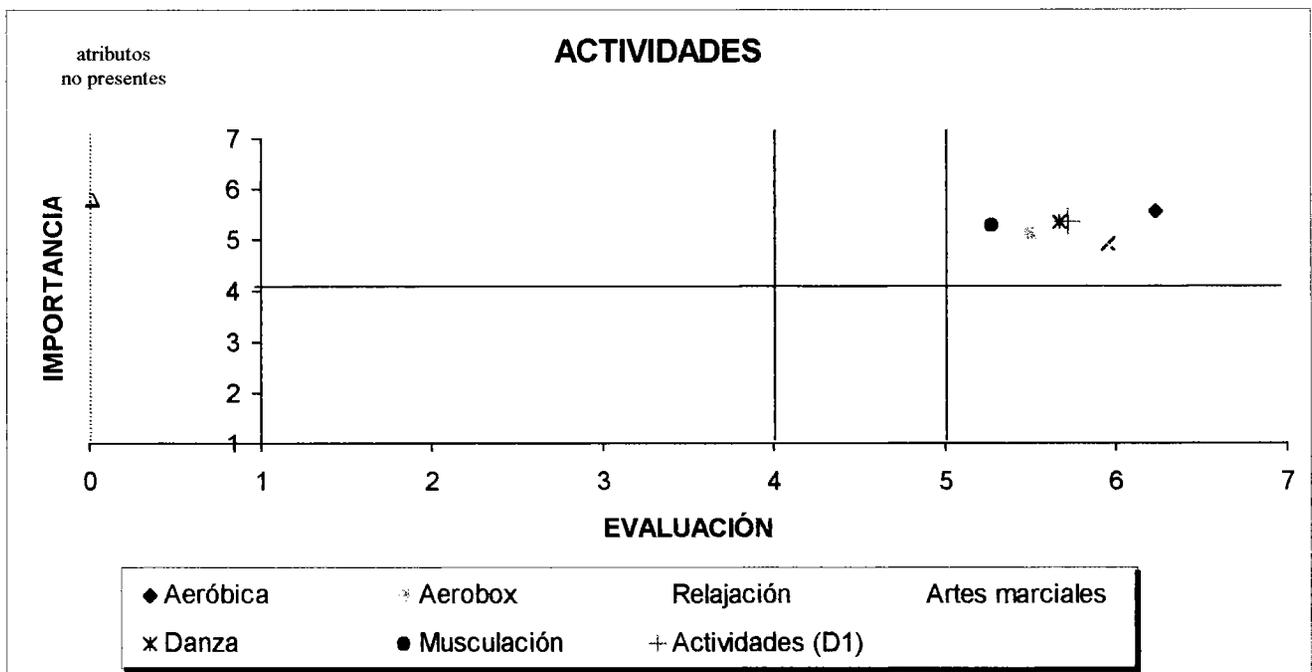
**Cuadro N°2**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
\$0	6	20,0	20,0
Menos de \$2.000	4	13,3	33,3
Entre \$2.001 y \$4.000	3	10,0	43,3
Entre \$4.001 y \$6.000	12	40,0	83,3
Entre \$6.001 y \$8.000	1	3,3	86,7
Entre \$8.001 y \$10.000	3	10,0	96,7
Más de \$10.000	1	3,3	100
Total	30	100	

## Matriz Evaluación / Importancia Gimnasio 4: Top Light

### Dimensión 1: Actividades. (D1)

ACTIVIDADES		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Aeróbica	6,23	5,57
Aerobox	5,5	5,13
Relajación	-	5,83
Artes marciales	5,93	4,97
Danza	5,67	5,33
Musculación	5,27	5,27
Actividades (D1)	5,72	5,35

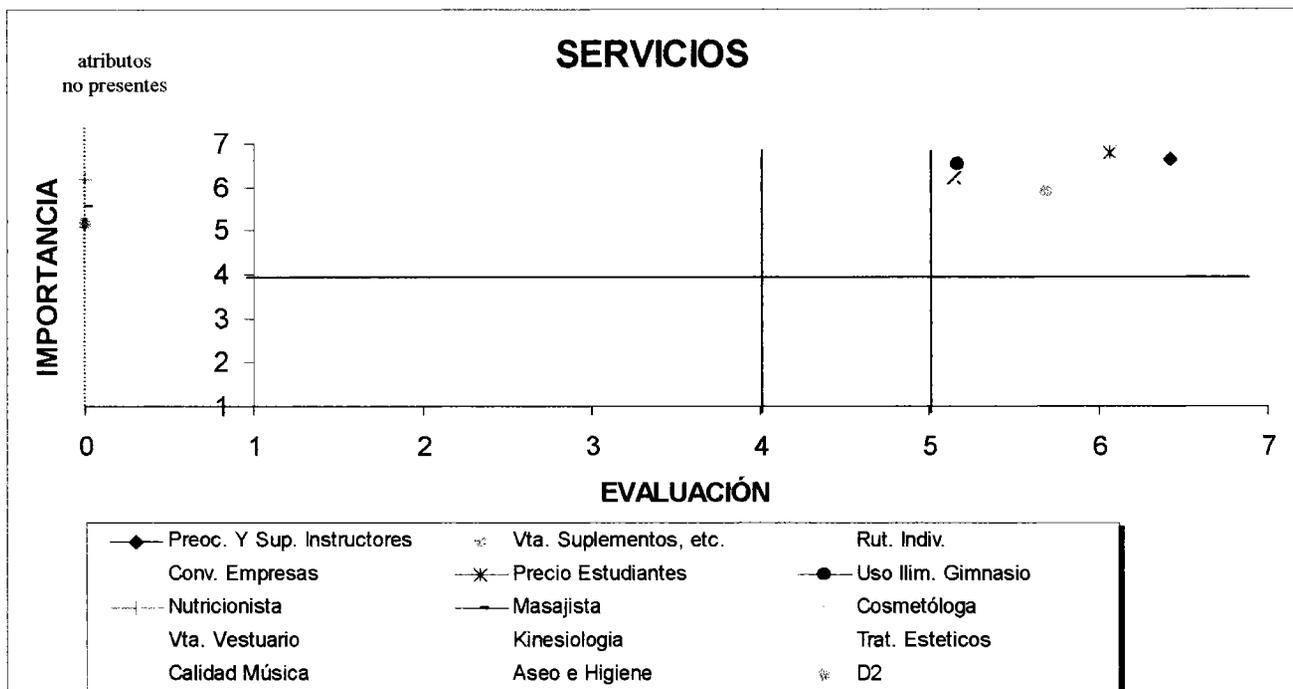


El gimnasio Top Light, sin lugar a duda se encuentra muy bien posicionado en cuanto a las actividades que desarrolla, pues todas las actividades desarrolladas por dicho gimnasio se posicionan en el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-. Por lo tanto la dimensión 1 “Actividades (d1)” también se encuentra posicionada dentro de este cuadrante.

En este gimnasio, la única actividad que no se imparte es la de relajación, pues cabe destacar que dicha actividad, es la que presenta el mayor nivel de importancia otorgado por los respondientes (5.38).

## Dimensión 2: Servicios. (D2)

SERVICIOS		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Preocupación y sup. Instructores	6,43	6,63
Vta Suplementos, etc.	-	5,17
Rutinas Individuales	4,6	5,07
Convenio con empresas e instituciones	5,13	6,27
Precios rebajados a estudiantes	6,07	6,8
Uso ilimitado del gimnasio	5,17	6,53
Nutricionista	-	6,17
Masajista	-	5,57
Cosmetóloga	-	4,83
Venta de vestuario	-	4,6
Kinesiología	-	5,93
Tratamientos estéticos	-	4,83
Calidad de la música	6,13	6,8
Calidad de aseo e higiene	6,27	7
Servicios (D2)	5,69	5,87



En cuanto a los servicios presentes en Top Light, la mayoría de estos se encuentran posicionados sobre el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-, ellos son: preocupación y supervisión de instructores, convenio con empresas e instituciones, precios rebajados a estudiantes, uso ilimitado del gimnasio, calidad de la música y aseo e higiene.

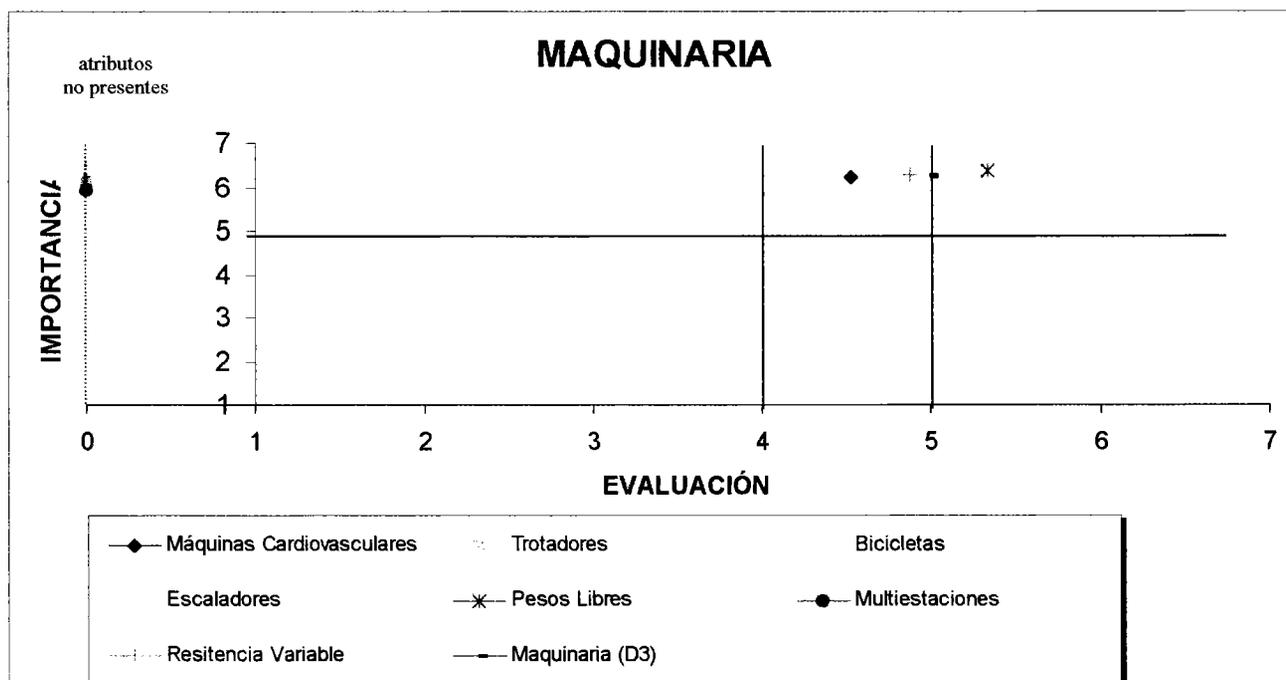
Otro componente de la dimensión 2 (rutinas individuales) se encuentra posicionado en el cuadrante II - regular evaluación y alta importancia- el cual constituye el atributo peor evaluado por los respondientes.

La dimensión 2 “Servicios (D2)” se encuentra posicionada en el cuadrante III el cual indica una –baja evaluación y alta importancia- esto debido principalmente a la regular evaluación de las rutinas individuales.

Los servicios inexistentes en Top Light son: venta suplementos, nutricionista, masajista, cosmetóloga, venta de vestuario, kinesiología y tratamientos estéticos; cabe destacar que estos servicios se encuentran en el rango positivo de importancia de los respondientes (sobre 4.0) destacándose el ítem nutricionista, con el mayor nivel de importancia otorgado (6.17)

### Dimensión 3: Maquinaria. (D3)

MAQUINARIA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Máquinas Cardiovasculares	4,53	6,23
Trotadores	-	6,17
Bicicletas	-	6,47
Escaladores	5,27	6,37
Pesos Libres	5,33	6,4
Multiestaciones	-	5,9
Resistencia Variable	4,87	6,27
Maquinaria (D3)	5,00	6,26



En cuanto a las maquinarias presentes en este gimnasio, se puede apreciar que los ítemes de pesos libres y escaladores se encuentran posicionados en el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-

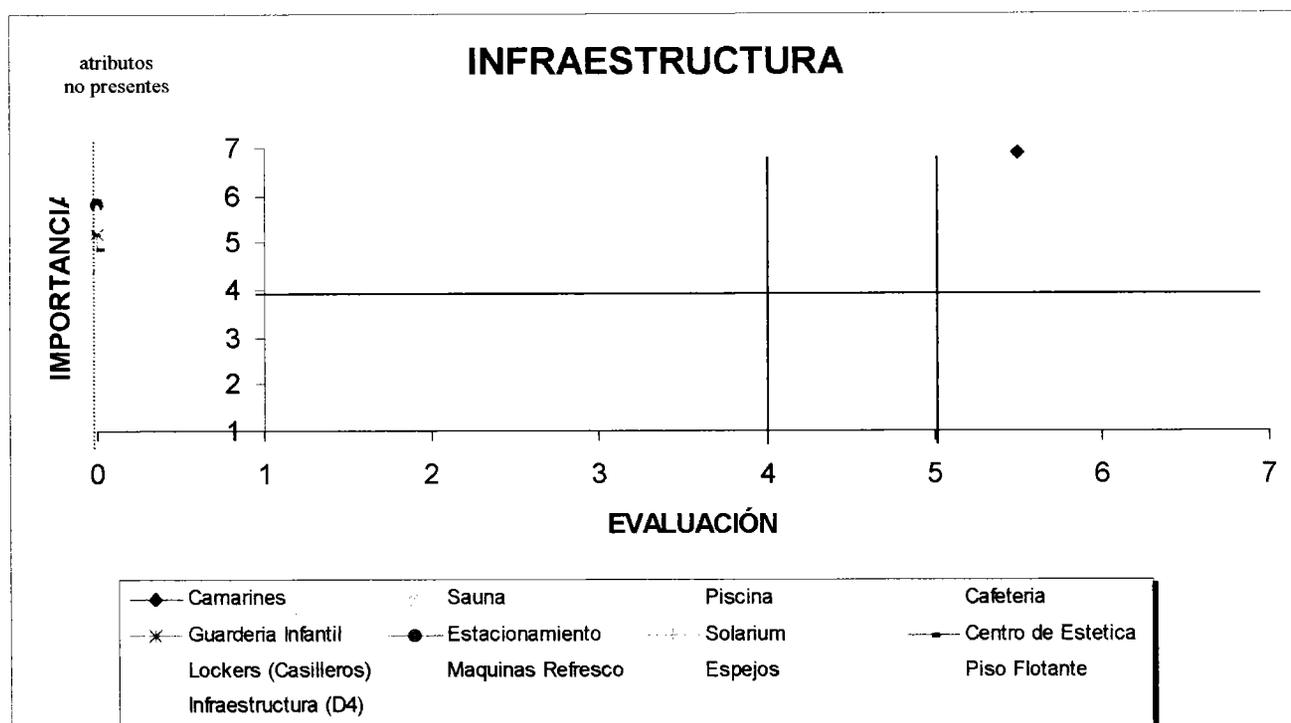
Por otro lado, otros 2 componentes de la dimensión 3 (maquinas cardiovasculares y máquinas de resistencia variable) se encuentran posicionados dentro del cuadrante II, -regular evaluación y alta importancia-

La dimensión 3 “Maquinaria (D3)” se encuentra posicionada en el cuadrante III, pues indudablemente esta dimensión está siendo afectada por la regular evaluación de los ítemes que se encuentran en el cuadrante II.

Las maquinarias no existentes en este gimnasio son los trotadores, bicicletas y multiestaciones, los cuales se encuentran muy bien posicionados en cuanto al nivel de importancia otorgado por los entrevistados, destacando entre estos el ítem bicicletas (6.47).

#### Dimensión 4: Infraestructura. (D4)

INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	5,5	6,9
Sauna	-	5,33
Piscina	-	5,53
Cafetería	-	4,47
Guardería Infantil	-	5,23
Estacionamiento	-	5,83
Solarium	-	4,9
Centro de Estética	-	4,87
Lockers (Casilleros)	4,83	6
Máquinas Refresco	-	5,37
Espejos	5,8	6,43
Piso Flotante	-	5,67
Infraestructura (D4)	5,38	5,54



En cuanto a la infraestructura de este gimnasio se puede apreciar que solo los ítems espejos y camarines se encuentran posicionados en el cuadrante III – Alta evaluación y alta importancia- siendo estos los mejores posicionado de esta dimensión.

También se puede apreciar que el ítem lockers (casilleros) es el único que se encuentran posicionados en el cuadrante II lo que representa una – regular evaluación y alta importancia-.

La dimensión 4 “Infraestructura (D4)”, se encuentra ubicada en el cuadrante III, esto es producto de la regular evaluación de los ítems posicionados en el cuadrante II,

Los ítems de infraestructura que no se encuentran en este gimnasio son: sauna, piscina, cafetería, guardería infantil, estacionamiento, solarium, centro de estética, maquinas refresco, y piso flotante; cabe destacar que todos estos atributos se encuentran con un alto nivel de importancia asociado, destacándose el ítem estacionamiento con una puntuación de 5.83.

### **Análisis y Recomendaciones:**

#### **Dimensión I (actividades):**

En el plano de las actividades existentes, sin lugar a duda Top Light se encuentra en una buena situación. Ya que todas las actividades presentes, han superado las expectativas de los entrevistados (evaluación mayor que importancia).

Dentro de gama de actividades la única que no se encuentran presente es la relajación (5.83 de importancia); difícil es, sin embargo el recomendar a Top Light la inclusión de esta actividad a su portafolio, ya que dadas las características físicas del gimnasio en cuestión su implementación se hace muy dificultosa, por las dimensiones del gimnasio, nivel de ruido presente y la alta afluencia de público.

En todo caso, como dicho anteriormente Top Light ha sido capaz de superar las expectativas de los entrevistados, por tanto se encuentra en una incuestionable posición.

#### **Dimensión 2 (Servicio):**

El único ítem de servicio presente en el gimnasio que se encuentra con una evaluación regular son las rutinas individuales, por tanto la empresa debe tomar en consideración dicho punto como una forma de fortalecerse aún más. En todo caso, Top Light se encuentra muy bien posicionado si se toma en cuenta

sus características físicas y limitaciones de espacio, por tanto tampoco es recomendable aventurarse en la inclusión de algunos de los servicios que no se encuentran presentes.

### **Dimensión 3 (Maquinaria):**

Dos escaladores y 3 pesos libres (y aún así, ambos en el 3<sup>er</sup> cuadrante), sin lugar a duda estamos frente a un gimnasio que ha logrado la lealtad de los entrevistados, en el ámbito de la maquinaria y dada las limitaciones físicas del gimnasio se le recomienda a Top Light incluir en su gimnasio 2 bicicletas (6.47 de importancia) o bien 2 trotadores.

Es conveniente para Top Light averiguar el por qué de la regular evaluación de las máquinas cardiovasculares y resistencia variable, para mejorar su posición aún más.

### **Dimensión 4 (Infraestructura):**

En términos de ítemes de infraestructura, Top Light cuenta con lo básico, en comparación a los demás gimnasios, pero, con la salvedad que a excepción de los lockers (casilleros) están todos bien evaluados, o sea en el tercer cuadrante.

Los lockers se encuentran con una regular evaluación (4.83) y gozan de una alta importancia (6.0) y constituyen 16 casilleros en total; se recomienda a Top Light habilitar dichos casilleros con puertas y candados para así brindar una mayor seguridad a sus usuarios.

Dada las restricciones físicas descritas anteriormente, no se recomienda invertir en nuevos ítemes de infraestructura, salvo la posibilidad de ampliar la instalación.

ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO PARA  
GIMNASIO SOLEDAD JORQUERA

## **GIMNASIO 5: SOLEDAD JORQUERA**

### **Descripción del Gimnasio:**

Soledad Jorquera se encuentra ubicado en 4 Norte (3 y 4 Oriente) N° 1086, Fono: (71) 230523.

Horario de funcionamiento: lunes a viernes de 8:30 a 12:30 hrs. y sábado de 11:00 a 14:00 hrs.

Posee entre 300 y 400 mts.<sup>2</sup> construidos.

Las clases de aeróbica se imparten 30 veces por semana: de lunes a viernes a las 8:30, 9:30, 10:30, 18:00, 19:00 y 20:00 hrs. Respectivamente.

La actividad de musculación se encuentra disponible toda la semana (lunes a sábado)

En cuanto a la maquinaria que se encuentra presente podemos mencionar:

3 máquinas cardiovasculares

4 bicicletas mecánicas

1 escaladores

30 pesos libres

1 multiestación

2 máquinas de resistencia Variable

Entre los servicios más destacados; cuenta con masajista, cosmetóloga, venta de vestuario deportivo, kinesiología y tratamientos estéticos (anticelulíticos, reductivos, flacidez y electro físicos).

Entre los ítemes de infraestructura más destacados se encuentran, una maquina de refresco y un centro de estética.

Dentro de la muestra de 30 entrevistados en el gimnasio; 14 corresponden al sexo masculino (46.7%) y 16 al sexo femenino (53.3%)

A continuación se presenta dos cuadros:

**Cuadro N° 1:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto al gasto en la mensualidad destinada al gimnasio.

**Cuadro N° 2:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto a cuanto más (\$) estarían dispuestos a pagar, por sobre el gasto de mensualidad actual, en caso de contar con una mayor gama de atributos a su disposición dentro del gimnasio.

**Cuadro N° 1**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
Entre \$7.001 y \$12.000	9	30,0	30,0
Entre \$12.001 y \$15.000	7	23,3	53,3
Entre \$15.001 y \$17.500	6	20,0	73,3
Entre \$17.501 y \$20.000	5	16,7	90,0
Entre \$20.001 y \$25.000	3	10,0	100,0
Total	30	100,0	

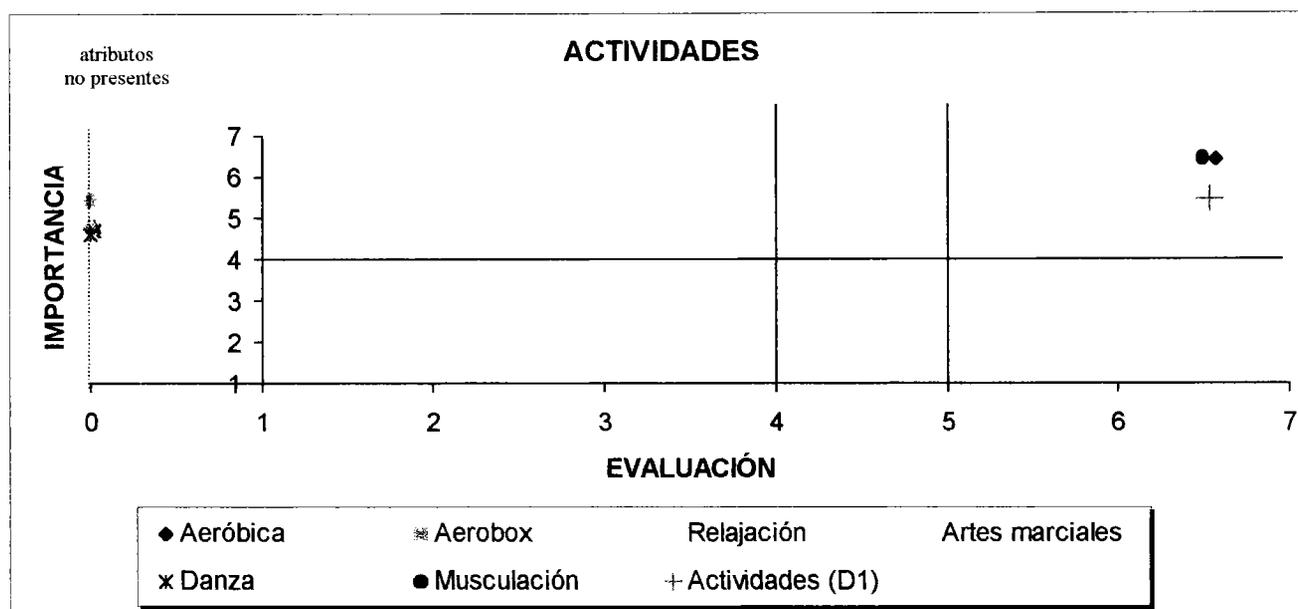
**Cuadro N° 2**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
\$0	2	6,7	6,7
Menos de \$2.000	5	16,7	23,3
Entre \$2.001 y \$4.000	10	33,3	56,7
Entre \$4.001 y \$6.000	6	20,0	76,7
Entre \$8.001 y \$10.000	6	20,0	96,7
Más de \$10.000	1	3,3	100,0
Total	30	100,0	

## Matriz Evaluación / Importancia Gimnasio 5: Soledad Jorquera

### Dimensión 1: Actividades. (D1)

ACTIVIDADES		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Aeróbica	6,57	6,43
Aerobox	-	5,47
Relajación	-	4,9
Artes marciales	-	4,77
Danza	-	4,63
Musculación	6,5	6,47
Actividades (D1)	6,54	5,45

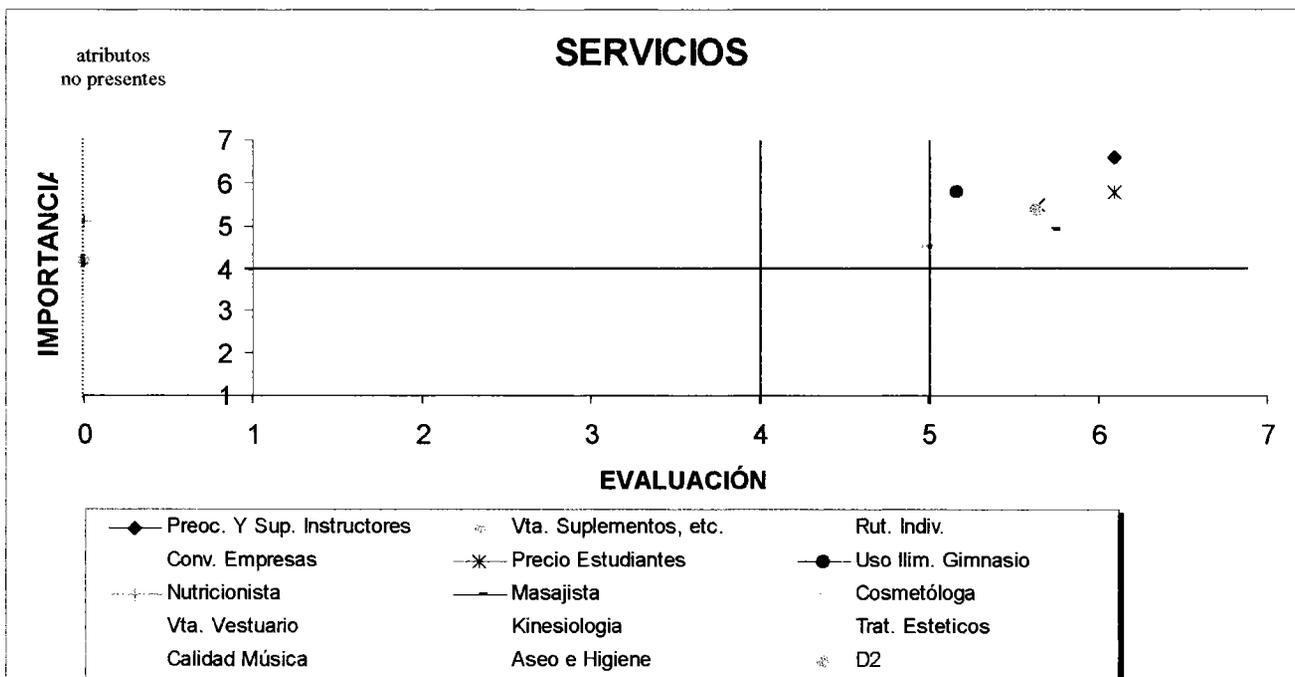


El gimnasio Soledad Jorquera, sin lugar a duda se encuentra muy bien posicionado en cuanto a las actividades que desarrolla, pues las dos actividades desarrolladas por dicho gimnasio (aeróbica y musculación) se posicionan en el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-. Por lo tanto la dimensión 1 “Actividades (D1)” también se encuentra ubicado en este cuadrante.

Las actividades inexistentes en este gimnasio son: aerobox, relajación, artes marciales y danza; cabe destacar que dichas actividades se encuentran con una valoración positiva (importancia mayor a 4.0), de las cuales destaca la actividad de aerobox, con un nivel de importancia asignado por los entrevistados de 5.47.

## Dimensión 2: Servicios. (D2)

SERVICIOS		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Preocupación y sup. Instructores	6,1	6,6
Vta Suplementos, etc.	-	4,17
Rutinas Individuales	4,9	5,23
Convenio con empresas e instituciones	5,63	5,53
Precios rebajados a estudiantes	6,1	5,77
Uso ilimitado del gimnasio	5,17	5,77
Nutricionista	-	5,1
Masajista	5,73	4,9
Cosmetóloga	5	4,53
Venta de vestuario	5,03	3,7
Kinesiología	5,43	5,63
Tratamientos estéticos	5,73	4,77
Calidad de la música	6,33	6,5
Calidad de aseo e higiene	6,47	6,67
Servicios (D2)	5,64	5,35



En cuanto a los servicios ofrecidos por Soledad Jorquera, la gran mayoría se encuentran posicionados sobre el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-, ellos son: preocupación y supervisión de instructores, convenio con empresas e instituciones, precios rebajados a estudiantes, uso ilimitado del gimnasio, masajista, cosmetóloga, kinesiología, tratamientos estéticos, calidad de la música, aseo e higiene

Otro componente de la dimensión 2 (rutinas individuales) se encuentra posicionado en el cuadrante II, el cual indica -regular evaluación y alta importancia- el cual constituye el atributo peor evaluado por los respondientes.(4.9)

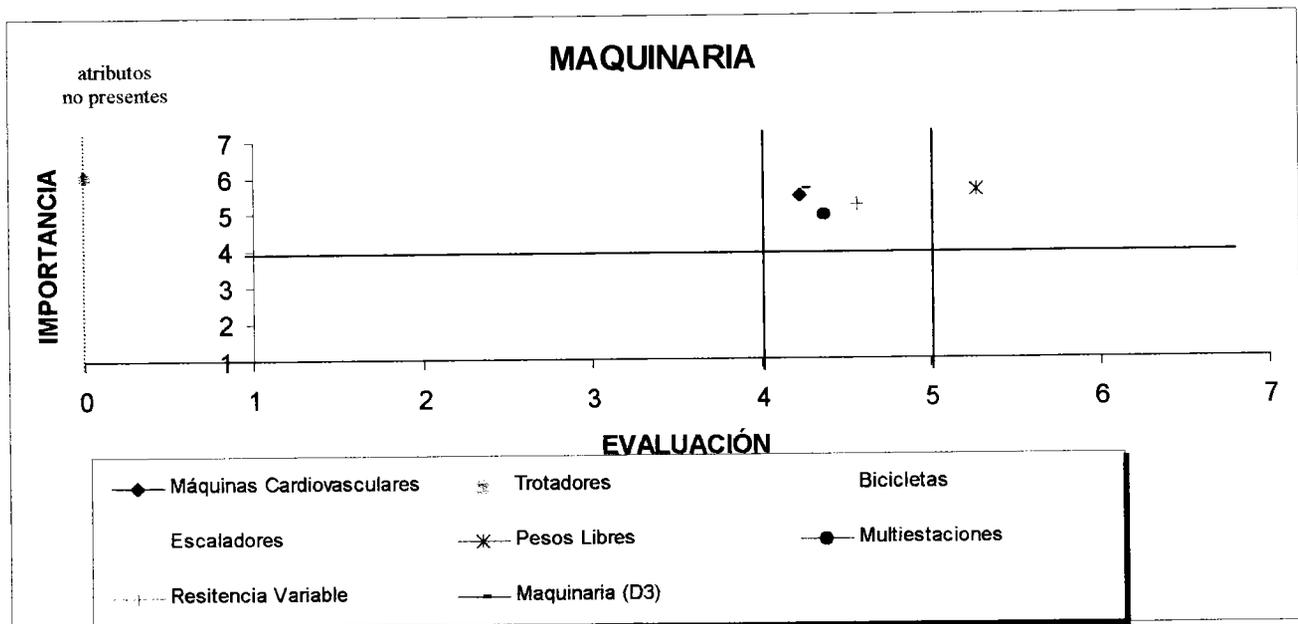
En cuanto a la venta de vestuario presente en Soledad Jorquera, esta se ubica en el cuadrante IV, que indica -alta evaluación y una baja importancia-.

La dimensión 2 “Servicios (D2)” se encuentra posicionada en el cuadrante III, esto debido principalmente a la regular evaluación de las rutinas individuales y a poca importancia otorgada a la venta de vestuario por parte de los respondientes.

Los servicios inexistentes en Soledad Jorquera son: Venta suplementos y nutricionista; cabe destacar que estos dos servicios se encuentran en el rango positivo de importancia de los respondientes (sobre 4.0). Destacándose el ítem nutricionista con un mayor nivel de importancia otorgado (5.1).

### Dimensión 3: Maquinaria. (D3)

MAQUINARIA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Máquinas Cardiovasculares	4,23	5,5
Trotadores	0	6,1
Bicicletas	5,77	6,17
Escaladores	5,53	6,07
Pesos Libres	5,27	5,6
Multiestaciones	4,37	4,93
Resistencia Variable	4,57	5,2
Maquinaria (D3)	4,25	5,65



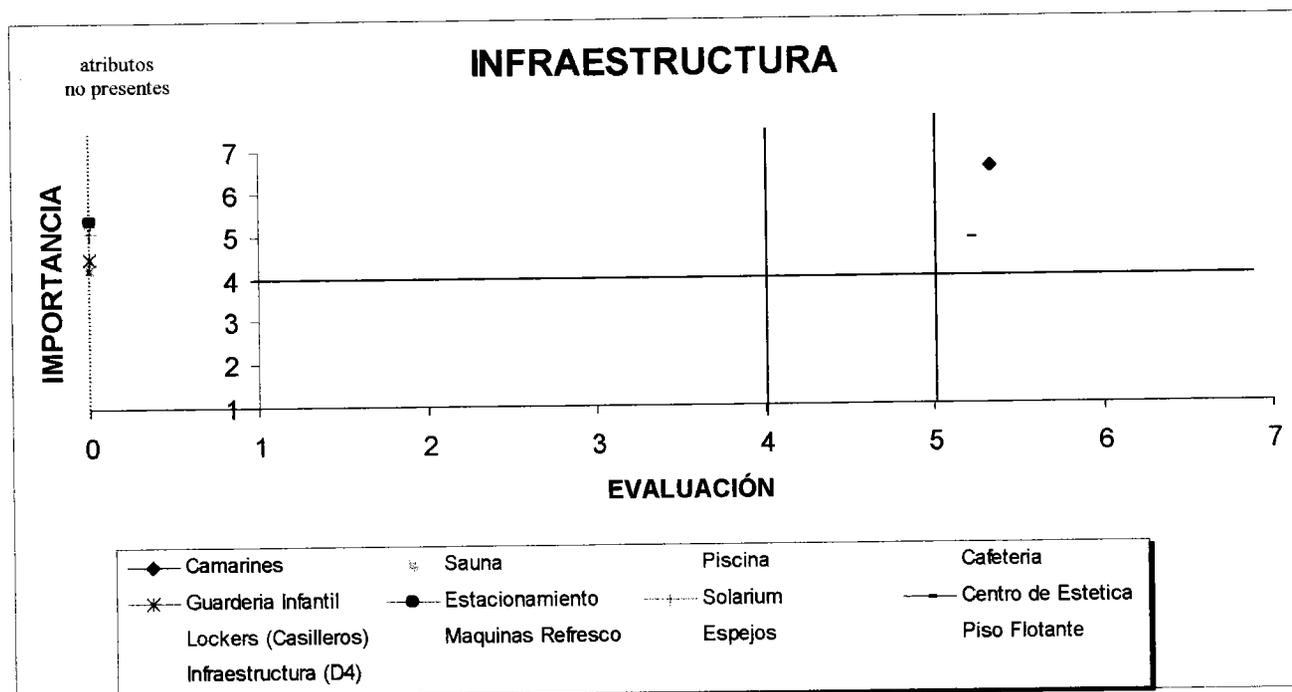
En cuanto a las maquinarias presentes en este gimnasio, tres de estos se encuentran posicionados sobre el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-, ellos son: bicicletas, escaladores y pesos libres.

Por otro lado, otros 3 componentes de la dimensión 3 se encuentran posicionados dentro del cuadrante II, -regular evaluación y alta importancia-, ellos son: máquina cardiovasculares, multiestaciones y maquinas de resistencia variable. En este mismo cuadrante se encuentra ubicada la dimensión 3 “maquinaria (D3)”, pues esto es debido a la regular evaluación de los sus componentes ya mencionados.

La única maquinaria que no se encuentra presente en este gimnasio son los trotadores, el cual se encuentra muy bien posicionado en cuanto al nivel de importancia otorgado por los entrevistados (6.1).

#### Dimensión 4: Infraestructura. (D4)

INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	5,33	6,57
Sauna	-	5,4
Piscina	-	4,3
Cafetería	-	4,23
Guardería Infantil	-	4,5
Estacionamiento	-	5,43
Solarium	-	5,1
Centro de Estética	5,2	4,83
Lockers (Casilleros)	-	5,2
Máquinas Refresco	4,93	4,77
Espejos	6,5	6,57
Piso Flotante	-	5,7
Infraestructura (D4)	5,50	5,22



En cuanto a la infraestructura de Soledad Jorquera, se puede apreciar que sólo dos de sus ítemes se encuentran posicionados en el cuadrante III – Alta evaluación y alta importancia- los cuales son: camarines y centro de estética.

Se observa que el ítem máquina de refrescos se encuentra posicionado en el cuadrante II, lo que representa una – regular evaluación y alta importancia- siendo este el ítem con peor evaluación en esta dimensión. En este cuadrante también se encuentra posicionada la dimensión 4 “Infraestructura (D4)” la cual se ve afectada por la regular evaluación del ítem ya mencionado (máquina de refrescos)

Los ítemes de infraestructura inexistente en este gimnasio son: sauna, piscina, cafetería, guardería infantil, estacionamiento, solarium y piso flotante.

### **Análisis y Recomendaciones:**

#### **Dimensión I (actividades):**

En el plano de las actividades existentes, Soledad Jorquera ha superado las expectativas de los usuarios, ya que en todas sus actividades la evaluación supera el nivel de importancia.

Dentro de las actividades que no se encuentran dentro del gimnasio, cobra especial relevancia la inclusión del ítem aerobox que presenta una media de importancia igual 5.47; en este sentido conviene insertar la practica de dicha actividad, puesto que se cuentan con las instalaciones apropiadas para ello, haciendo necesario sólo el contratar al profesional correspondiente y que compatibilice con los horarios ya existentes de aeróbica.

#### **Dimensión 2 (Servicio):**

El único ítem de servicio presente en el gimnasio que se encuentra con una evaluación regular son las rutinas individuales (4.9), por tanto la empresa debe tomar en consideración dicho punto como una forma de fortalecerse aún más (5.3 de importancia)

En todo caso, Soledad Jorquera se encuentra muy bien posicionada en el ámbito de los servicios, y el preocuparse del ítem rutinas individuales contribuirá a la concepción de uno de los gimnasios más destacados de Talca en lo que a variedad de servicios y calidad de estos se refiere.

En cuanto a la venta de vestuario presente en el gimnasio, esta cuenta con una baja importancia por parte de los entrevistados (3.7) y desde ese punto de vista, los recursos invertidos para dicho servicio podrían tranquilamente ser reasignados a los servicio ya existentes que cuentan con una significativa importancia (como por ejemplo: rutinas individuales que pueden estar siendo deficientes por una sobrecarga de trabajo al profesional responsable o por otro lado no están presentes los incentivos necesarios para asegurar su buena gestión) o a la implementación de uno que no exista (nutricionista por ejemplo que cuenta con un nivel de importancia asociado de 5.1)

### **Dimensión 3 (Maquinaria):**

En cuanto a la maquinaria existente, Soledad Jorquera debe preocuparse de los ítemes de resistencia variable, de las máquinas cardiovasculares, y las multiestaciones, puesto que estas presentan sólo una regular evaluación y una alta importancia por parte de los entrevistados. El factor responsable de la regular evaluación en los ítemes de resistencia variable y de las máquinas cardiovasculares parece ser la poca presencia de estos, ya que cuentan con 2 y 3 unidades respectivamente, cabe señalar que el gimnasio en cuestión se encuentra muy bien mantenido y las máquinas en muy buen estado.

En cuanto a la regular evaluación de la multiestación, debe la empresa averiguar si esta no está mal ubicada o si existe un desconocimiento de los usuarios respecto a todos sus usos.

Debido a la clara segmentación que persigue el gimnasio (ver cuadro de mensualidad) resulta de vital importancia para Soledad Jorquera el incluir trotadores en su portafolio de maquinaria disponible, puesto que, cuentan con una valoración (importancia) de 6.1 la segunda mayor valoración presentada por los entrevistados.

### **Dimensión 4 (Infraestructura):**

En términos de ítemes de infraestructura, se le recomienda a Soledad Jorquera invertir en piso flotante, ya que, una de las actividades más intensivas en este gimnasio es la práctica de aeróbica (se imparten 21 clases semanales) por tanto es de suma importancia para un gimnasio que aspira a entregar un servicio de calidad premium el contar con la presencia de piso flotante, más aún si desea incluir la práctica de aerobox mencionada anteriormente. Cabe señalar que la importancia otorgada por los entrevistados a ese ítem fue del orden de 5.7.

**ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO PARA  
GIMNASIO BODY FITNESS**

## **GIMNASIO 6: BODY FITNESS**

Body Fitness, se encuentra ubicado en 4 Sur N° 1565 (8 y 9 Oriente) Fono: (71) 210253.

Horario de funcionamiento: lunes a viernes 8:45 a 23:00 hrs. Y sábado de 10:00 a 20:00 hrs.

Posee más de 600 mts<sup>2</sup> construidos.

Las clases de aeróbica y aerobox se imparten 3 veces por semana en total (lunes, miércoles y viernes) a las 20:30 hrs.

Las clases de danza (baile entretenido) son impartidas 2 veces por semana (martes y jueves) a las 20:30 hrs.

La actividad de musculación se encuentra disponible toda la semana (lunes a sábado)

En cuanto a la maquinaria que se encuentra presente podemos mencionar:

13 máquinas cardiovasculares

4 trotadores

6 bicicletas

60 pesos libres

2 multiestaciones

40 máquinas de resistencia variable

Dentro de los ítemes de infraestructura se destaca el hecho de que Body Fitness es el único gimnasio presente en el estudio con estacionamiento.

Dentro de la muestra de 30 entrevistados en el gimnasio; 16 corresponden al sexo masculino (53.3%) y 14 al sexo femenino (47.7%)

A continuación se presenta dos cuadros:

**Cuadro N° 1:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto al gasto en la mensualidad destinada al gimnasio.

**Cuadro N° 2:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto a cuanto más (\$) estarían dispuestos a pagar, por sobre el gasto de mensualidad actual, en caso de contar con una mayor gama de atributos a su disposición dentro del gimnasio.

**Cuadro N° 1**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
Entre \$7.001 y \$12.000	2	6,7	6,7
Entre \$15.001 y \$17.500	6	20,0	26,7
Entre \$17.501 y \$20.000	22	73,3	100,0
Total	30	100,0	

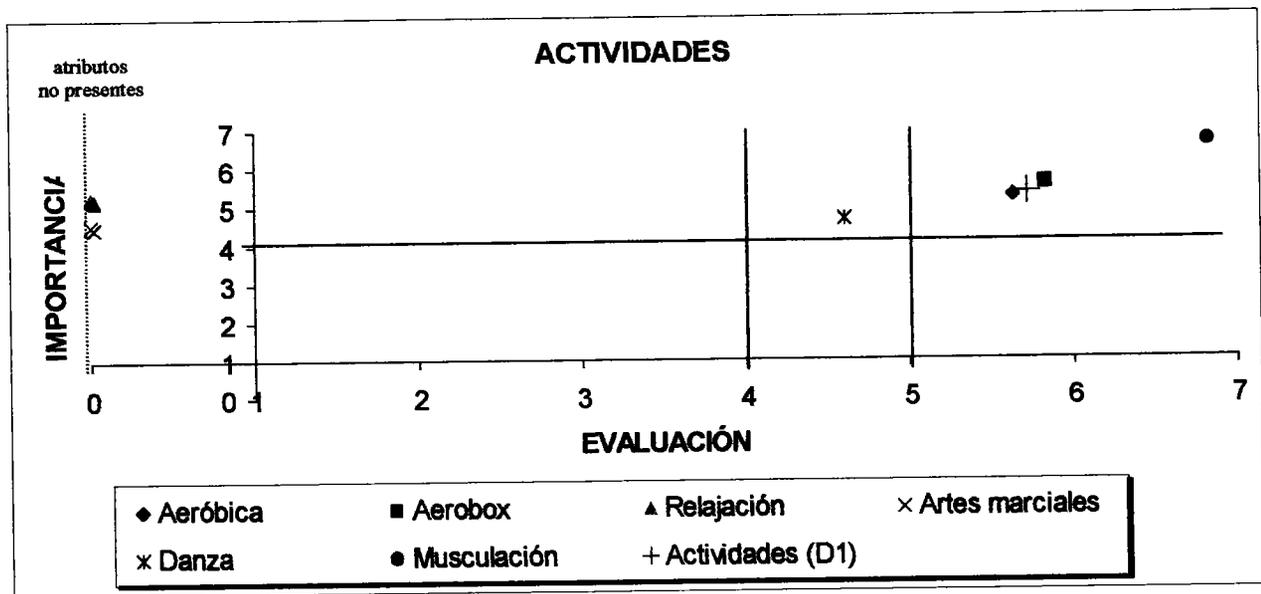
**Cuadro N °2**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
\$0	5	16,7	16,7
Menos de \$2.000	3	10,0	26,7
Entre \$2.001 y \$4.000	2	6,7	33,3
Entre \$4.001 y \$6.000	8	26,7	60,0
Entre \$6.001 y \$8.000	3	10,0	70,0
Entre \$8.001 y \$10.000	5	16,7	86,7
Más de \$10.000	4	13,3	100
Total	30	100	

## Matriz Evaluación / Importancia Gimnasio 6: Body Fitness

### Dimensión 1: Actividades (D1)

ACTIVIDADES		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Aeróbica	5,63	5,27
Aerobox	5,83	5,6
Relajación	-	5,3
Artes marciales	-	4,57
Danza	4,6	4,67
Musculación	6,83	6,63
Actividades (D1)	5,72	5,34



El gimnasio Body Fitness, sin lugar a duda se encuentra relativamente bien posicionado en cuanto a las actividades que desarrolla, pues tres de las cuatro actividades presentes (aeróbica, aerobox y musculación) se posicionan en el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-.

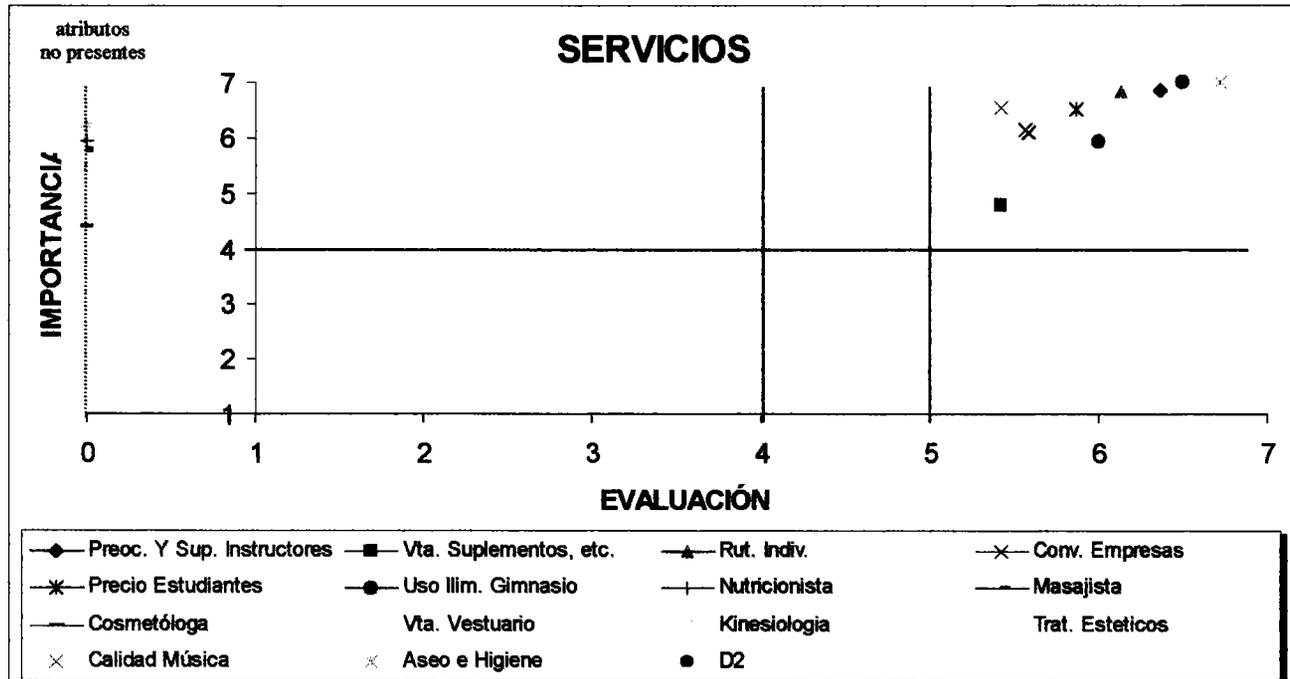
La actividad “danza” (baile entretenido) se encuentra posicionada en el cuadrante II que indica –regular evaluación y alta importancia-

El ítem general “Actividades (D1)” se encuentra posicionado en el cuadrante III, esto debido principalmente a la regular evaluación del ítem danza.

Las actividades no existentes en este gimnasio son: relajación y artes marciales; cabe destacar que dichas actividades se encuentran con una valoración positiva (importancia mayor a 4.0), de las cuales destaca la actividad de relajación con un nivel de importancia asignado por los entrevistados de 5.3.

### Dimensión 2: Actividades (D2)

SERVICIOS		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Preocupación y sup. Instructores	6,37	6,87
Vta Suplementos, etc.	5,43	4,8
Rutinas Individuales	6,13	6,83
Convenio con empresas e instituciones	5,57	6,13
Precios rebajados a estudiantes	5,87	6,5
Uso ilimitado del gimnasio	6,5	7
Nutricionista	-	5,93
Masajista	-	5,8
Cosmetóloga	-	4,43
Venta de vestuario	-	3,77
Kinesiología	-	6,2
Tratamientos estéticos	-	5,47
Calidad de la música	5,43	6,53
Calidad de aseo e higiene	6,73	7
Servicios (D2)	6,00	5,95



En cuanto a los servicios presentes en Body Fitness, la totalidad de estos se encuentran posicionados sobre el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-, ellos son: preocupación y supervisión de instructores, rutinas individuales, convenio con empresas e instituciones, precios rebajados a

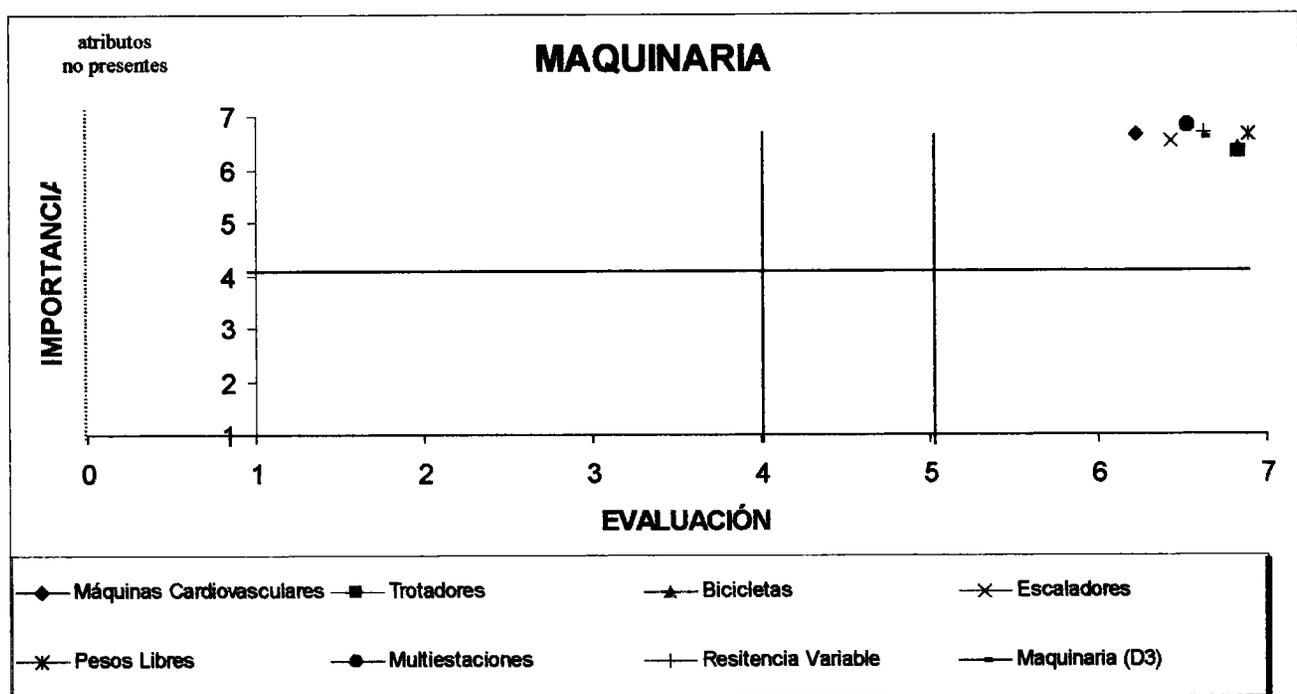
estudiantes, uso ilimitado del gimnasio, venta de suplementos (alimentos y medicamentos), calidad de la música y aseo e higiene. Por lo tanto, la dimensión 2 “Servicios (D2)” también se encuentra ubicada en este cuadrante

Los servicios inexistentes en Body Fitness son: nutricionista, masajista, cosmetóloga, kinesiología y tratamientos estéticos; cabe destacar que estos servicios se encuentran en el rango positivo de importancia de los respondientes (sobre 4.0). Destacándose el ítem kinesiología con un mayor nivel de importancia otorgado por los respondientes. (6.2)

Cabe destacar que dentro de los ítemes de servicio inexistentes, la venta de vestuario es el único que presenta un nivel de importancia bajo (3.77).

### Dimensión 3: Maquinaria. (D3)

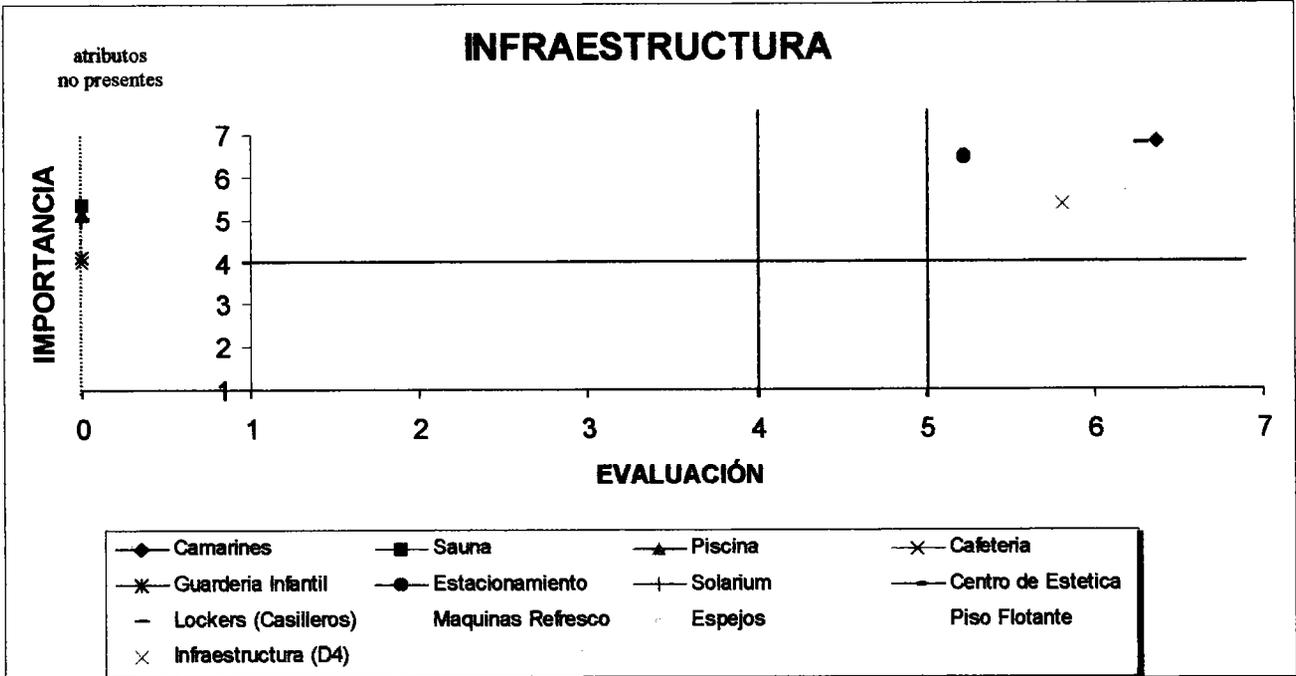
MAQUINARIA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Máquinas Cardiovasculares	6,23	6,63
Trotadores	6,83	6,3
Bicicletas	6,83	6,4
Escaladores	6,43	6,53
Pesos Libres	6,9	6,63
Multiestaciones	6,53	6,83
Resistencia Variable	6,63	6,67
Maquinaria (D3)	6,63	6,57



Bajo el contexto de la maquinaria, Body Fitness posee todos los ítemes de esta dimensión (máquinas cardiovasculares, trotadores, bicicletas, escaladores, pesos libres, multiestaciones y resistencia variable) y están todos estos posicionados sobre el cuadrante III –alta evaluación y alta importancia- Lo que explica la posición de la dimensión 3 “Maquinaria (D3)” en este mismo cuadrante

**Dimensión 4 (Infraestructura):**

INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	6,37	6,8
Sauna	-	5,37
Piscina	-	5,17
Cafetería	-	4,03
Guardería Infantil	-	4,13
Estacionamiento	5,23	6,47
Solarium	-	5
Centro de Estética	-	5,03
Lockers (Casilleros)	6,27	6,77
Máquinas Refresco	5	5,3
Espejos	6,2	5,73
Piso Flotante	-	4,43
Infraestructura (D4)	5,81	5,35



En cuanto a la infraestructura de Body Fitness, se puede apreciar que todos sus ítemes se encuentran posicionados en el cuadrante III – Alta evaluación y alta importancia- los cuales son: camarines,

estacionamiento, lockers(casilleros), máquinas de refresco, espejos. Lo que explica la posición de la dimensión 4 “Infraestructura (D4)” en este mismo cuadrante.

Los ítemes de infraestructura no existentes en este gimnasio son: sauna, piscina, cafetería, guardería infantil, solarium, centro de estética y piso flotante.

### **Análisis y Recomendaciones:**

#### **Dimensión I (actividades):**

En el plano de las actividades existentes, Body Fitness se encuentra muy bien posicionada (cuadrante III), destacándose en especial la actividad de musculación que ha superado las expectativas de los entrevistados con un nivel de evaluación superior a la importancia otorgada (6.83 y 6.63 respectivamente)

En el plano de las actividades que no se encuentran dentro del gimnasio, cobra especial relevancia la inclusión del ítem relajación, que presenta una media de importancia igual 5.3, aunque no es sencilla la implementación de dicha actividad para el gimnasio Body Fitness, ya que el salón existente no cuenta con las características físicas necesaria para dicha práctica.

El salón en cuestión se encuentra muy expuesto en uno de sus costados, haciendo necesario instalar una separación que asegure el aislamiento visual y acústico de sus usuarios, con el objeto de poder así realizar clases de relajación.

Dado que más del 70% de los entrevistados cancela una mensualidad igual o superior a los \$17.500 y que casi un 30% de los mismos estarían dispuestos a pagar entre \$4.000 y \$6.000 adicionales en caso de contar con una mayor gama de atributos dentro del gimnasio; es tarea de la empresa cruzar dicha información con la cantidad de usuarios que asisten regularmente al gimnasio, para así evaluar la conveniencia de dicha inversión.

Aunque las artes marciales cuentan con un nivel de importancia considerable por parte de los entrevistados; (4.57) dicha actividad parece no estar dentro del enfoque actual de Body Fitness, por lo que no se recomienda evaluar la posibilidad de su inclusión.

## **Dimensión 2 (Servicio):**

Body Fitness cuenta se encuentra en una muy buena condición respecto a la gama de los servicios que entrega.

En cuanto a los servicios inexistentes, se recomendaría a la empresa evaluar la posibilidad de incluir en 1er lugar el servicio de kinesiología (6.2 de importancia) y en 2º el de nutricionista (5.93).

Dentro de la realidad del gimnasio en cuestión, podemos decir que este cuenta con el espacio, la estética e instalaciones apropiadas para destinarlas a esas dos actividades, que por lo demás, no necesariamente tendría Body Fitness que contratar a este tipo de profesional, una opción válida sería la de ofrecer la posibilidad a uno de estos profesionales de atender en ciertos días y horarios de la semana a los usuarios de Body Fitness que soliciten dicho servicio. Otorgándole así un “plus” al gimnasio por contar con este tipo de servicio.

## **Dimensión 3 (Maquinaria):**

En cuanto a la maquinaria existente, Body Fitness no tiene de que preocuparse, ya que cuenta con toda la gama de máquinas en el gimnasio y todas éstas muy bien evaluadas por parte de los entrevistados, en algunos casos inclusive superando las expectativas de los respondientes.

## **Dimensión 4 (Infraestructura):**

En términos de ítemes de infraestructura, al igual que la maquinaria existente, Body Fitness cuenta con una muy buena posición de los componentes de esta dimensión.

En el plano de los ítemes de infraestructura inexistentes el que cobró una mayor importancia por parte de los entrevistados fue el de un sauna (5.37 de importancia); al igual que en el caso de los servicios Body Fitness cuenta con las instalaciones que posibilitarían el realizar dicha inversión.

**ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO PARA  
GIMNASIO TOTAL**

## **GIMNASIO 7: GIMNASIO TOTAL**

### **Descripción del Gimnasio:**

Gimnasio total, se encuentra ubicado en 3 Norte (2 y 3 Oriente), Fono: (09) 2222802

Horario de funcionamiento: Lunes a viernes de 10:00 – 13:00 / 17:30 – 22:30. Y sábado de 10:00 a 13:00 hrs.

Posee entre 300 y 400 mts.<sup>2</sup> construidos.

Las clases de aerobox se imparten 13 veces por semana: de lunes martes y viernes a las 20:00 y 21:00 hrs.; martes y jueves a las 19:00, 20:00 y 21:00 hrs. Respectivamente. Y sábado de 11:00 a 12:00 hrs.

Las clases de danza son impartidas 3 veces por semana; lunes, miércoles y viernes a las 19:00 hrs.

La actividad de musculación se encuentra disponible toda la semana (lunes a sábado)

En cuanto a la maquinaria que se encuentra presente podemos mencionar:

4 máquinas cardiovasculares

8 bicicletas mecánicas

15 pesos libres

2 multiestación

5 Máquinas de resistencia Variable

Dentro de la muestra de 30 entrevistados en el gimnasio; 16 corresponden al sexo masculino (53.3%) y 14 al sexo femenino (46.7%)

A continuación se presenta dos cuadros:

**Cuadro N° 1:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto al gasto en la mensualidad destinada al gimnasio.

**Cuadro N° 2:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto a cuanto más (\$) estarían dispuestos a pagar, por sobre el gasto de mensualidad actual, en caso de contar con una mayor gama de atributos a su disposición dentro del gimnasio.

**Cuadro N° 1**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
Menos de \$7.000	5	16,7	16,7
Entre \$7.001 y \$12.000	21	70,0	86,7
Entre \$12.001 y \$15.000	4	13,3	100,0
Total	30	100,0	

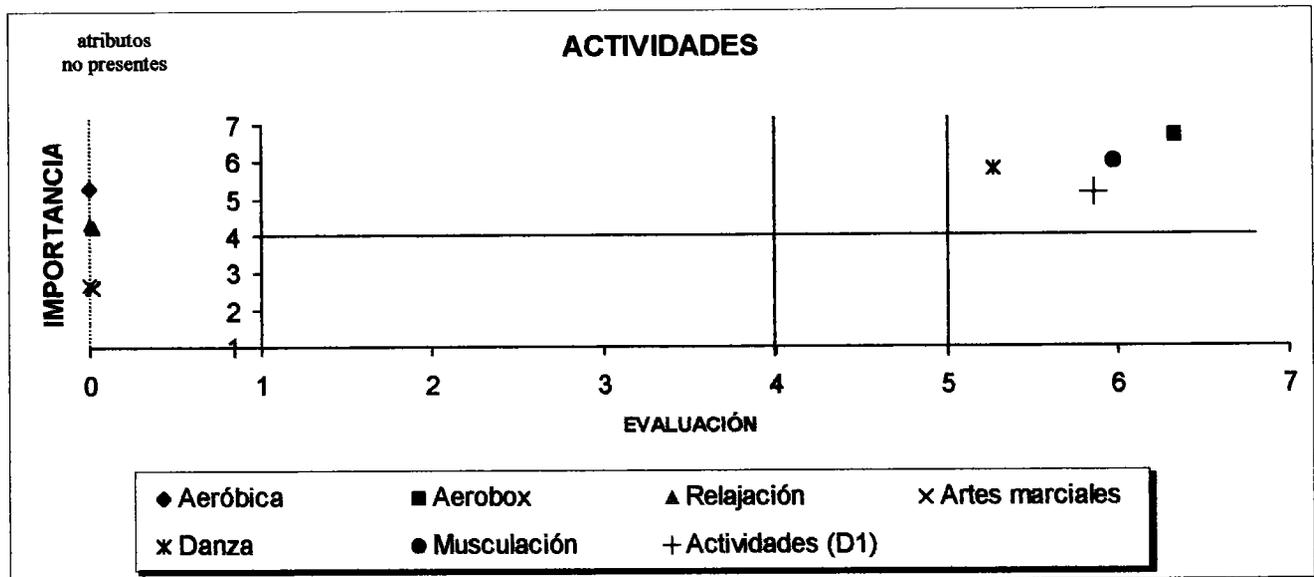
**Cuadro N° 2**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
\$0	6	20,0	20,0
Menos de \$2.000	6	20,0	40,0
Entre \$2.001 y \$4.000	7	23,3	63,3
Entre \$6.001 y \$8.000	2	6,7	70,0
Entre \$8.001 y \$10.000	8	26,7	96,7
Más de \$10.000	1	3,3	100,0
Total	30	100,0	

## Matriz Evaluación / Importancia Gimnasio 7: Gimnasio Total

### Dimensión 1: Actividades. (D1)

ACTIVIDADES		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Aeróbica	-	5,33
Aerobox	6,33	6,7
Relajación	-	4,33
Artes marciales	-	2,73
Danza	5,27	5,8
Musculación	5,97	6
Actividades (D1)	5,86	5,15

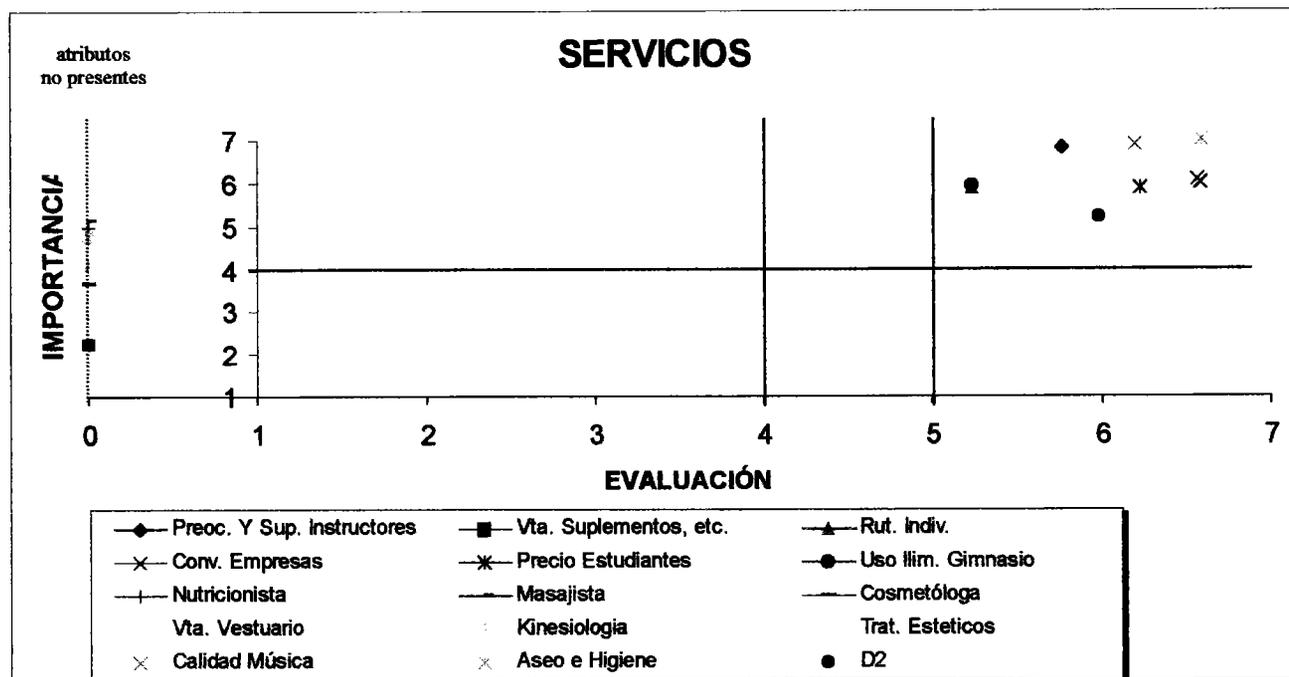


Gimnasio total, sin lugar a duda se encuentra muy bien posicionado en cuanto a las actividades que desarrolla, pues todas las actividades desarrolladas por dicho gimnasio (aerobox, danza y musculación) se posicionan en el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-. Lo que explica el posicionamiento de la dimensión 1 “Actividades (D1)” en este mismo cuadrante.

Las actividades que no están presentes en este gimnasio son: aeróbica, relajación y artes marciales; cabe destacar que dichas actividades se encuentran con una valoración positiva (importancia mayor a 4.0), de las cuales destaca la actividad de aeróbica con un nivel de importancia asignado por los entrevistados de 5.33.

## Dimensión 2: Servicios. (D2)

SERVICIOS		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Preocupación y sup. Instructores	5,77	6,8
Vta Suplementos, etc.	-	2,24
Rutinas Individuales	5,23	5,87
Convenio con empresas e instituciones	6,57	6,07
Precios rebajados a estudiantes	6,23	5,87
Uso ilimitado del gimnasio	5,23	5,93
Nutricionista	-	5
Masajista	-	5,13
Cosmetóloga	-	3,67
Venta de vestuario	-	3,37
Kinesiología	-	4,77
Tratamientos estéticos	-	4,1
Calidad de la música	6,2	6,9
Calidad de aseo e higiene	6,6	7
Servicios (D2)	5,98	5,19

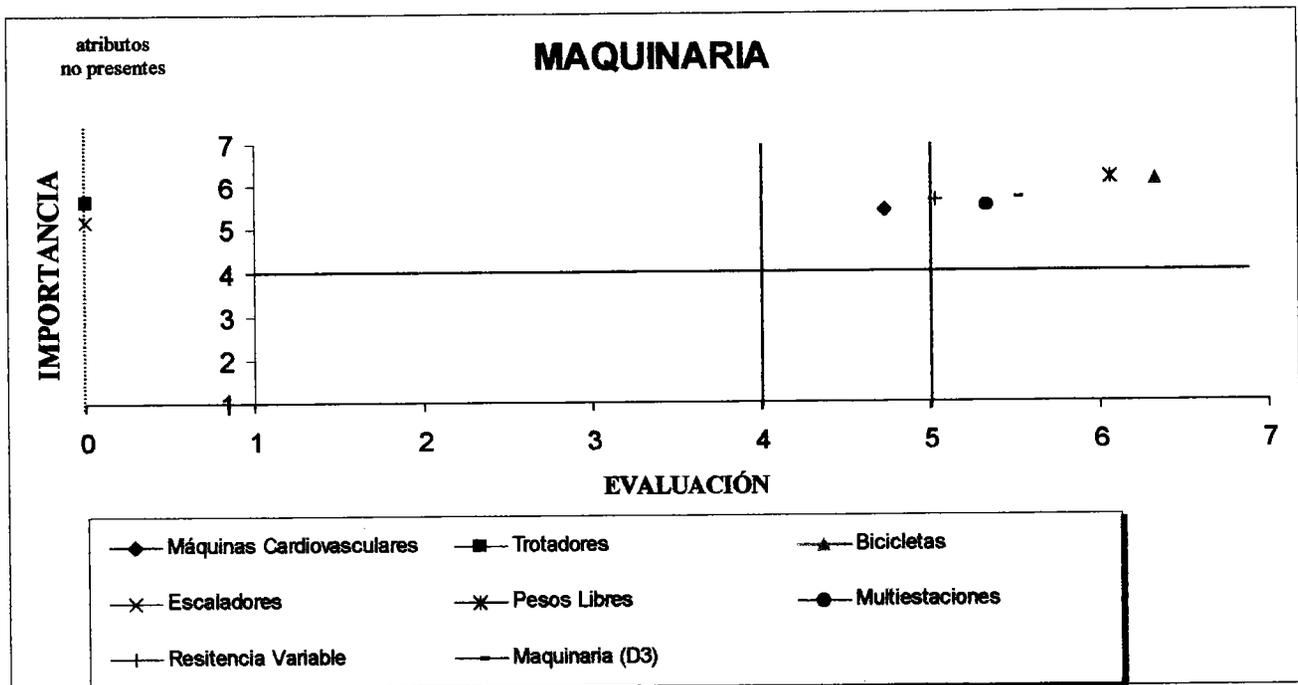


El gimnasio Soledad Jorquera, sin lugar a duda se encuentra muy bien posicionado en cuanto a los servicios otorgados, pues todos estos servicios (preocupación y supervisión de instructores, rutinas individuales, convenio con empresas e instituciones, precios rebajados a estudiantes, uso ilimitado del gimnasio, calidad de la música y aseo e higiene) se posicionan en el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-. Por lo tanto, esto explica la posición de la dimensión 2 “servicios (D2)” en este mismo cuadrante.

Los servicios que no se encuentran en Gimnasio total son: venta suplementos, nutricionista, masajista, cosmetóloga, venta de vestuario, kinesiología y tratamientos estéticos; cabe destacar que de dichas actividades, tres se encuentran con una valoración negativa (importancia menor a 4.0), de las cuales destaca la actividad de venta de suplementos (alimentos especiales) con un nivel de importancia asignado por los entrevistados de sólo 2.24. Y de las con mayor nivel de importancia asignada por los entrevistados destaca el ítem masajista con una puntuación de 5.13.

### Dimensión 3: Maquinaria. (D3)

MAQUINARIA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Máquinas Cardiovasculares	4,73	5,4
Trotadores	-	5,67
Bicicletas	6,33	6,13
Escaladores	-	5,2
Pesos Libres	6,07	6,17
Multiestaciones	5,33	5,5
Resistencia Variable	5,03	5,63
Maquinaria (D3)	5,50	5,67



En cuanto a la maquinaria presentes en Gimnasio Total, se puede observar que en el cuadrante III – alta evaluación y alta importancia – se encuentran posicionados los siguientes ítems: bicicletas, escaladores, pesos libres, multiestaciones y resistencia variable.

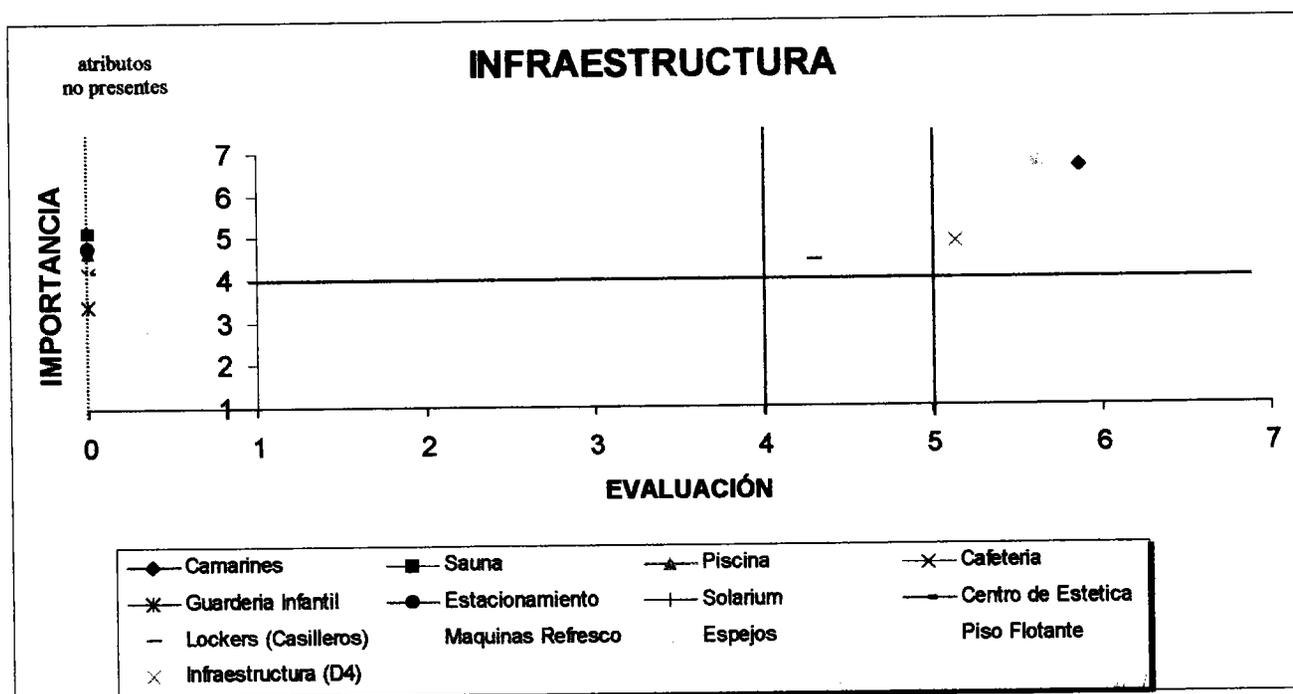
Por otro lado, las máquinas cardiovasculares se encuentran posicionadas en el cuadrante II, -regular evaluación y alta importancia- lo que indica que este ítem es el peor evaluado por parte de los entrevistados.

La dimensión 3 “Maquinaria (D3)” se encuentra posicionada en el cuadrante III, a pesar de la regular evaluación de las máquinas cardiovasculares.

La maquinaria inexistente en este gimnasio son los trotadores, los cuales presentan un alto nivel de importancia otorgado por los entrevistados. (5.67

#### Dimensión 4: Infraestructura. (D4)

INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	5,87	6,63
Sauna	-	5,13
Piscina	-	4,67
Cafetería	-	4,2
Guardería Infantil	-	3,4
Estacionamiento	-	4,77
Solarium	-	4,8
Centro de Estética	-	4,17
Lockers (Casilleros)	4,3	4,43
Máquinas Refresco	4,77	5,27
Espejos	5,63	6,73
Piso Flotante	-	4,2
Infraestructura (D4)	5,14	4,87



En cuanto a la infraestructura de Gimnasio Total, se puede apreciar que solo dos de sus ítemes se encuentran posicionados en el cuadrante III – Alta evaluación y alta importancia- los cuales son: camarines y espejos. También se puede apreciar que otros dos ítemes de esta dimensión (lockers y máquina de refrescos) se encuentran posicionados en el cuadrante II, lo que representa una – regular evaluación y alta importancia.

La dimensión 4 “Infraestructura (D4)” se encuentra posicionada en el cuadrante III, a pesar de la regular evaluación de dos de sus ítemes (lockers y máquina de refrescos).

Los ítemes de infraestructura no presentes en esta dimensión son: sauna, piscina, cafetería, guardería infantil, estacionamiento, solarium, centro de estética y piso flotante.

### **Análisis y Recomendaciones:**

#### **Dimensión I (actividades):**

Recomendamos al Gimnasio Total incluir dentro de sus actividades la de aeróbica, ya que cuenta por un lado con las instalaciones para ello y dicha práctica es considerada altamente importante por parte de los entrevistados (5.33). Sólo se debe tener cuidado con compatibilizar de buena forma los horarios con la practica de aerobox ya existente.

En cuanto a las actividades existentes, todas estas se encuentran en buena posición (3<sup>er</sup> cuadrante), por lo cual sólo queda recomendar que mantengan dichos atributos en las mismas condiciones.

#### **Dimensión 2 (Servicios):**

Gimnasio Total se encuentra muy bien en lo que a servicios existentes se refiere, le recomendamos habilitar la sala que se encuentra disponible en la implementación del servicio de masajista, ya que este mostró un nivel de valoración (importancia) por parte de los entrevistados del orden de 5.13, siendo así el servicio inexistente con mayor importancia. Cabe señalar en todo caso, que el servicio de nutricionista fue el segundo ítem inexistente con mayor importancia (5.0). Por lo tanto las dos opciones son interesantes para Gimnasio Total.

Cabe destacar que de los 11 Gimnasios presentes en Talca (los 8 presentes en nuestro estudio y además el Gimnasio Regional, Club Deportivo Católica del Maule y New Life) sólo 3 de estos brindan el servicio de masajista (Sian-Kaal, Isadora y Soledad Jorquera). En cambio, respecto al servicio de Nutricionista sólo uno de los 11 gimnasios de Talca brinda el servicio en cuestión.

### **Dimensión 3 (Maquinaria):**

Dentro de la maquinaria existente se recomienda a Gimnasio Total tomar en cuenta las máquinas cardiovasculares, puesto que, estas presentaron sólo una regular evaluación y gozan de una alta importancia por parte de los entrevistados (4.73 y 5.4 respectivamente); es conveniente revisar la cantidad de máquinas cardiovasculares presentes, ya que son sólo 4 unidades y esto puede estar por detrás de esta baja evaluación.

En el contexto de la maquinaria inexistente en el gimnasio, el ítem trotadores tiene una alta importancia otorgada por los entrevistados (5.67) por lo que se recomienda a Gimnasio Total invertir en dicha maquinaria.

### **Dimensión 4 (Infraestructura):**

Respecto a los ítemes de infraestructura existente, los casilleros cuentan con una regular evaluación pero a la vez una importancia sólo medianamente alta, si no significa una inversión considerable, se recomienda a Gimnasio Total potenciar dicho ítem, probablemente la regular evaluación se deba a que estos no poseen puertas que aseguren las pertenencias de los usuarios.

En cuanto a los ítemes de infraestructura inexistente, los resultados arrojados por la matriz dejan poca posibilidad de hacer recomendaciones coherentes, ya que, los ítemes considerados como más importantes por los entrevistados son en nuestra opinión inalcanzables o poco justificables dado el nivel de mensualidad promedio que se cobra en dicho gimnasio (70% de los entrevistados cancela entre \$7.000 y \$12.000), los ítemes en cuestión fueron: 1<sup>er</sup> lugar: Sauna, 2<sup>do</sup>: Solarium, 3<sup>o</sup> Estacionamiento y 4to: piscina.

**ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO PARA  
GIMNASIO ISADORA**

## **GIMNASIO 8: “ISADORA”**

### **Descripción del Gimnasio:**

El gimnasio Isadora, se encuentra ubicado en 4 Norte (1 Poniente y 1 Oriente), N° 745,

Fono: (71) 232301.

Horario de funcionamiento: Lunes a viernes de 9:00 - 12:30 hrs. / 16:00 - 22:00 hrs. Y sábado de 9:00 a 13:00 hrs.

Posee entre 500 y 600 mts.<sup>2</sup> construidos.

Las clases de aeróbica se imparten 19 veces por semana: lunes, miércoles y viernes a las 9:00, 10:00, 19:00 y 20:00 hrs. Los días martes y jueves a las 9:00, 10:00 y 20:00 hrs. y los sábados a las 10:30 hrs.

Las clases de danza se imparten 2 veces por semana: baile entretenido, martes y jueves a las 19:00 hrs.

La actividad de musculación se encuentra disponible toda la semana (lunes a sábado)

En cuanto a la maquinaria que se encuentra presente podemos mencionar:

3 máquinas cardiovasculares

2 trotadores

1 bicicleta mecánica

3 escaladores

26 pesos libres (entre barras y mancuernas)

1 multiestación

10 máquinas de resistencia Variable

Entre los servicios más destacados, cuenta con nutricionista, masajista y venta de vestuario. Y dentro de los ítemes de infraestructura más destacados se encuentra la existencia de un solarium.

Dentro de la muestra de 30 entrevistados en el gimnasio; 18 corresponden al sexo masculino (60%) y 12 al sexo femenino (40%)

A continuación se presenta dos cuadros:

**Cuadro N° 1:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto al gasto en la mensualidad destinada al gimnasio.

**Cuadro N° 2:** Muestra los porcentajes de los entrevistados respecto a cuanto más (\$) estarían dispuestos a pagar, por sobre el gasto de mensualidad actual, en caso de contar con una mayor gama de atributos a su disposición dentro del gimnasio.

**Cuadro N° 1**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
Entre \$7.001 y \$12.000	10	33,3	33,3
Entre \$12.001 y \$15.000	9	30,0	63,3
Entre \$15.001 y \$17.500	10	33,3	96,7
Más de \$25.000	1	3,3	100,0
Total	30	100,0	

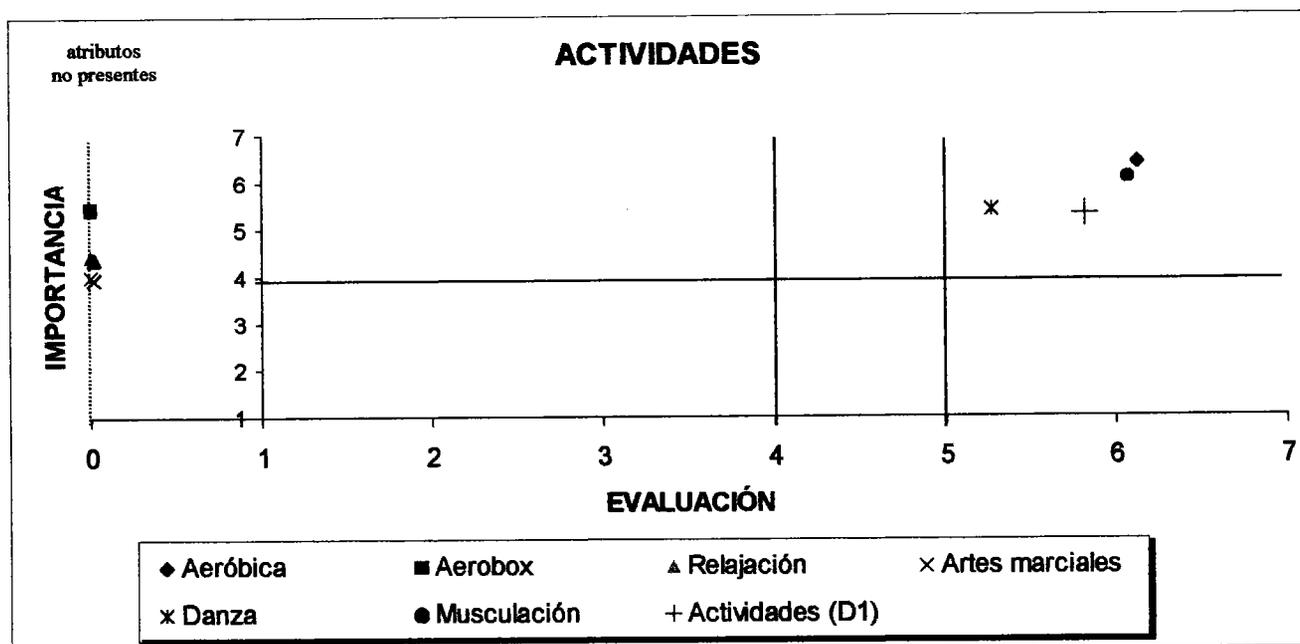
**Cuadro N° 2**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acum.</b>
\$0	1	3,3	3,3
Menos de \$2.000	8	26,7	30,0
Entre \$2.001 y \$4.000	12	40,0	70,0
Entre \$4.001 y \$6.000	7	23,3	93,3
Entre \$6.001 y \$8.000	1	3,3	96,7
Más de \$10.000	1	3,3	100,0
Total	30	100,0	

## Matriz Evaluación / Importancia Gimnasio 8: Isadora

### Dimensión 1: Actividades. (D1)

ACTIVIDADES		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Aeróbica	6,13	6,4
Aerobox	-	5,47
Relajación	-	4,47
Artes marciales	-	4,03
Danza	5,27	5,4
Musculación	6,07	6,07
Actividades (D1)	5,82	5,31

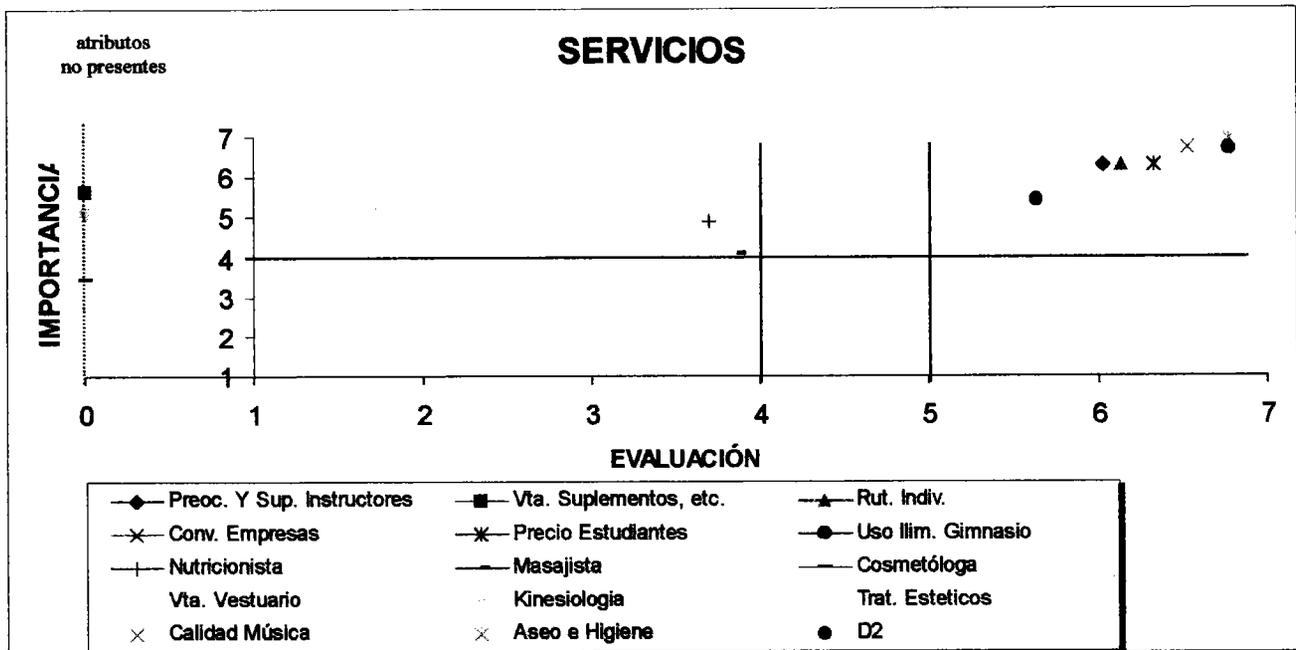


El gimnasio Isadora, sin lugar a duda se encuentra muy bien posicionado en cuanto a las actividades que desarrolla, pues todas las actividades desarrolladas por dicho gimnasio (aeróbica, danza y musculación) se posicionan en el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia-. Lo cual explica el posicionamiento de la dimensión 1 “Actividades (D1)” en este mismo cuadrante.

Las actividades no desarrolladas en este gimnasio son: aerobox, relajación y artes marciales; cabe destacar que dichas actividades se encuentran con una valoración positiva (importancia mayor a 4.0), de las cuales destaca la actividad de aerobox con un nivel de importancia asignado por los entrevistados de 5.47.

## Dimensión 2: Servicios. (D2)

SERVICIOS		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Preocupación y sup. Instructores	6,03	6,3
Vta Suplementos, etc.	-	5,63
Rutinas Individuales	6,13	6,3
Convenio con empresas e instituciones	6,1	6,6
Precios rebajados a estudiantes	6,33	6,3
Uso ilimitado del gimnasio	6,77	6,73
Nutricionista	3,7	4,9
Masajista	3,87	4,1
Cosmetóloga	-	3,47
Venta de vestuario	4,27	3,8
Kinesiología	-	5,13
Tratamientos estéticos	5,53	4,3
Calidad de la música	6,53	6,73
Calidad de aseo e higiene	6,77	6,93
Servicios (D2)	5,64	5,43



En cuanto a los servicios presentes en Isadora, la mayoría de estos se encuentran posicionados sobre el cuadrante III -alta evaluación y alta importancia- ,ellos son: preocupación y supervisión de instructores, rutinas individuales, convenio con empresas e instituciones, precios rebajados a estudiantes, uso ilimitado del gimnasio, tratamientos estéticos, calidad de la música y aseo e higiene.

Otros dos componentes de la dimensión 2 presentes en el gimnasio (nutricionista y masajista) se encuentran en el cuadrante I -baja evaluación y alta importancia-, siendo estos los servicios peor evaluados por los entrevistados.

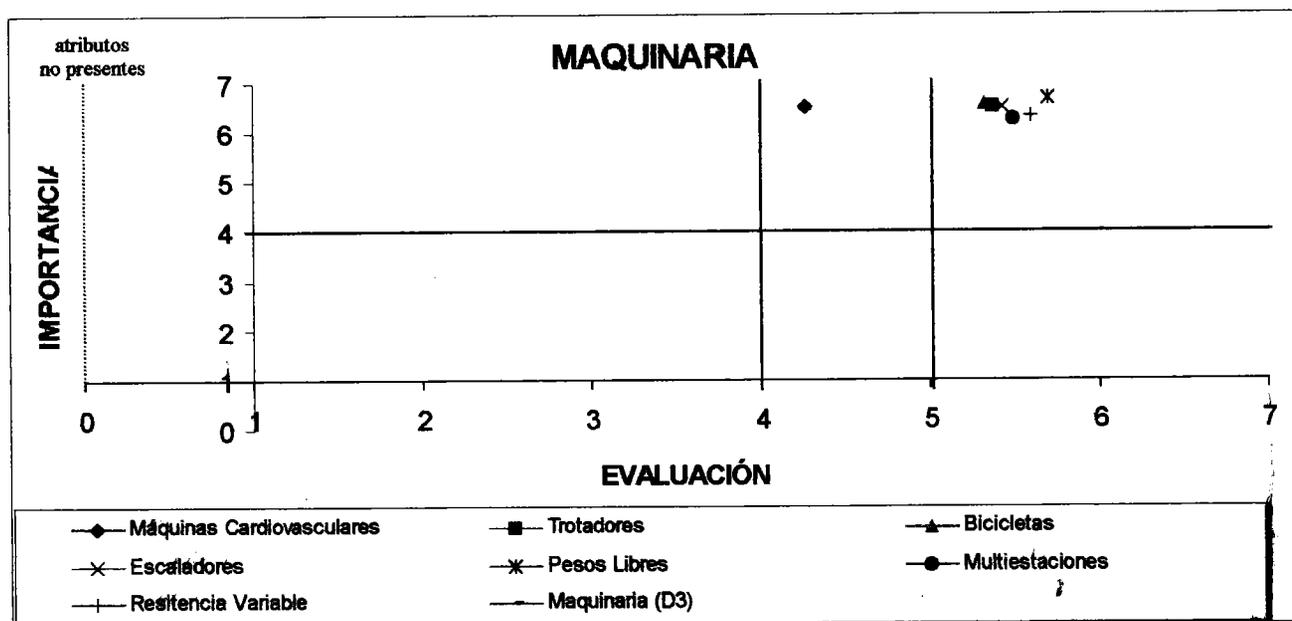
También existe un servicio (venta de vestuario) posicionado en el cuadrante V –regular evaluación y baja importancia- el cual constituye el atributo con menor importancia por parte de los entrevistados.

La dimensión 2 “Servicios (D2)” se encuentra posicionada en el cuadrante III, esto a pesar de la regular evaluación de los ítems ubicados en el cuadrante II, y de ítem ubicado en el cuadrante I,

Los servicios inexistentes en el gimnasio son: venta de suplementos (alimentos especiales), cosmetóloga y kinesiología.

### Dimensión 3: Maquinaria. (D3)

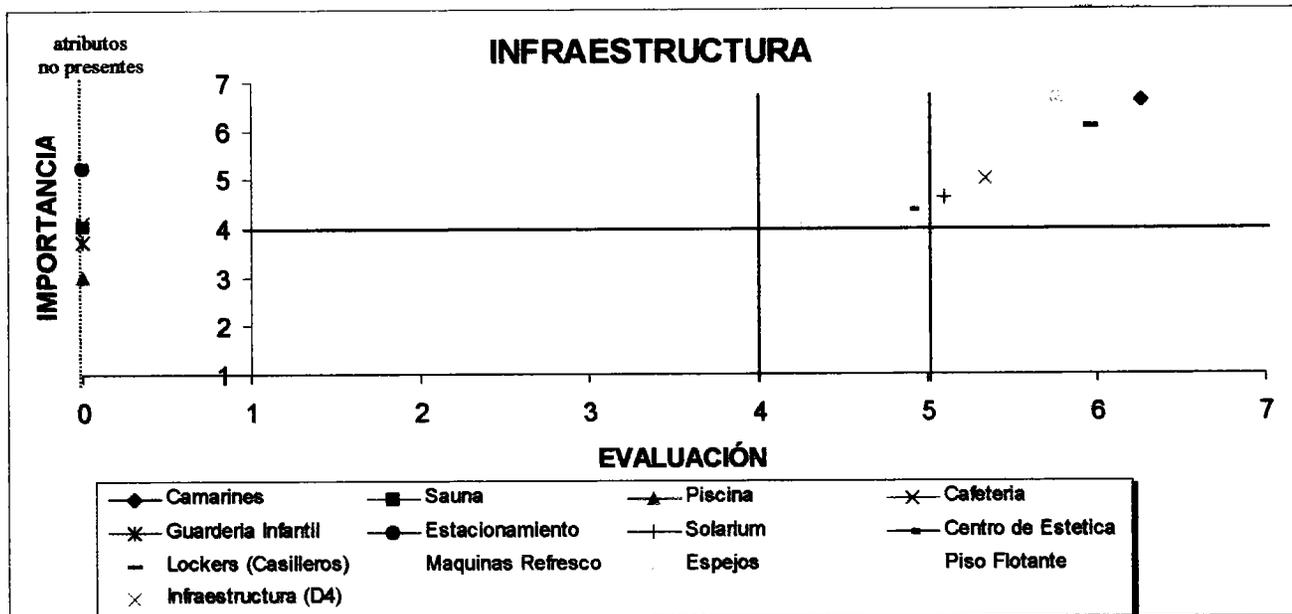
MAQUINARIA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Máquinas Cardiovasculares	4,27	6,53
Trotadores	5,37	6,53
Bicicletas	5,33	6,57
Escaladores	5,43	6,53
Pesos Libres	5,7	6,67
Multiestaciones	5,5	6,27
Resistencia Variable	5,6	6,33
Maquinaria (D3)	5,31	6,49



En cuanto a la maquinaria, se puede apreciar que este gimnasio cuenta con todas, de las cuales sólo una (máquinas cardiovasculares) se encuentra posicionada en el cuadrante II –regular evaluación y alta importancia-. Todas las otras maquinarias (trotadores, bicicletas, escaladores, pesos libres, multiestaciones y máquinas de resistencia variable) se encuentran muy bien posicionadas, puesto que se encuentran en el cuadrante III, que indica –buena evaluación y alta importancia-. Lo que explica el posicionamiento de la dimensión 3 “Maquinaria (D3)” en este mismo cuadrante.

#### Dimensión 4: Infraestructura. (D4)

INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	6,27	6,6
Sauna	-	4,03
Piscina	-	3,03
Cafetería	-	4,13
Guardería Infantil	-	3,73
Estacionamiento	-	5,27
Solarium	5,1	4,63
Centro de Estética	4,9	4,37
Lockers (Casilleros)	5,97	6,1
Máquinas Refresco	4,07	6,03
Espejos	5,77	6,67
Piso Flotante	-	5,5
Infraestructura (D4)	5,35	5,01



En cuanto a los ítems de infraestructura existentes en Isadora, se puede apreciar que cuatro de sus ítems se encuentran posicionados en el cuadrante III – Alta evaluación y alta importancia- los cuales son: camarines, solarium, lockers y espejos.

Otros dos ítems de esta dimensión (centro de estéticas y máquina de refrescos) se encuentran posicionados en el cuadrante II, lo que representa una – regular evaluación y alta importancia.

La dimensión 4 “Infraestructura (D4)”, se encuentra ubicada en el cuadrante III, esto es debido principalmente a la buena posición de 4 de sus ítems en este mismo cuadrante.

Los ítemes de infraestructura no presentes en este gimnasio son: sauna, piscina, cafetería, guardería infantil, estacionamiento y piso flotante.

### **Análisis y Recomendaciones:**

#### **Dimensión I (actividades):**

Dentro de las actividades que no se encuentran dentro del gimnasio, cobra especial relevancia la inclusión del ítem aerobox que presenta una media de importancia igual 5.47; en este sentido conviene insertar la practica de dicha actividad, puesto que, se cuentan con las instalaciones apropiadas para ello, haciendo necesario sólo el contratar al profesional correspondiente y que compatibilice con los horarios ya existentes de aeróbica.

En cuanto a las actividades presentes en el gimnasio, estas se encuentran en buena posición, lo que indica que la mejor alternativa es seguir administrando dichos ítemes como se vienen haciendo hasta ahora.

#### **Dimensión 2 (Servicio):**

En cuanto a los ítemes de servicio existentes, debe la empresa averiguar el por que la mala evaluación de los servicios de nutricionista y masajista (3.7 y 3.87 respectivamente) dicha situación es preocupante, ya que si bien estamos refiriéndonos a 2 atributos muy poco presentes en el mercado de los gimnasios en Talca, poco están estos ayudando a Isadora a diferenciarse del resto, lo que en un principio se podría evidenciar como una fortaleza para Isadora se convierte (dada la baja evaluación) en una debilidad para el gimnasio, Se debe hacer notar también que dichos atributos cuentan con una importancia de 4.9 y 4.1 respectivamente. En este sentido, puesto que, la importancia otorgada por los respondientes al servicio de masajista es de sólo 4.1; podría la empresa considerar el destinar los recursos de este servicio (que está siendo mal evaluado) a la implementación del servicio de kinesiología, que cuenta con una valoración (importancia) de 5.13 por parte de los entrevistados.

También se invita a la empresa a evaluar la posibilidad de brindar el servicio de venta de suplementos, alimentos especiales, medicamentos, etc dada la alta importancia que los respondientes le otorgaron a este ítem (5.63).

### **Dimensión 3 (Maquinaria):**

Con respecto a la maquinaria presente en el gimnasio, el único ítem que se encuentra con una regular evaluación por parte de los entrevistados son las máquinas cardiovasculares; todos los demás ítemes se encuentran con una muy buena evaluación. Puesto que son sólo 3 las máquinas cardiovasculares presentes, esto puede ser la causal de la regular evaluación del ítem, por lo tanto recomendamos a Isadora invertir en la adquisición de estos artículos.

### **Dimensión 4 (Infraestructura):**

En términos de ítemes de infraestructura, se le recomienda a Isadora invertir en piso flotante, ya que una de las actividades más intensivas en este gimnasio es la práctica de aeróbica (se imparten 19 clases semanales) por tanto es aconsejable para el gimnasio contar con la presencia de piso flotante, más aún si desea se incluir la práctica de aerobox mencionada anteriormente. Cabe señalar que la importancia otorgada por los entrevistados a ese ítem fue del orden de 5.5.

Si bien el centro de estética cuenta con una evaluación sólo regular (4.9), aún así este supera las expectativas de los entrevistados, ya que el nivel de importancia otorgado es menor a dicho valor, por tanto, en estricto rigor no se justifica mayores inversiones en este ítem, sólo su mantenimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

**Aaker, D; Day, G.** 1989. Investigación de Mercados. Editorial Mc Graw Hill. 3ª Edición.

**Baro, E; Alvarez, J.** 2000. “Satisfacción de los beneficiarios de las cajas de compensación en la ciudad de Talca”. Tesis de Ingeniería Comercial. Universidad de Talca. 68 pp.

**Berry, L; Bennet, D; Brown, C.** 1989. Calidad y Servicio: Una ventaja estratégica para Instituciones Financieras. Edición Díaz de Santos.

**Calidad y Servicio.** 1992. “La Batalla que Viene”. Editorial Trineo S.A. Revista ICARE.

**Deming W.** 1989. Calidad, Productividad y Competitividad. Ediciones Díaz de Santos, S.A. Madrid.

**Harper, W, Boyd Jr; Ralph Westfall.** 1975. Investigación de Mercado: “Textos y Casos”. Editorial Hispano Americana. Mexico.

**Kinnear, T; Taylor, J.** 1995. Investigación de Mercados. Quinta Edición. Editorial Mc Graw-Hill.

**Lambin.** 1995. Marketing Estratégico. Tercera Edición. Editorial Mc Graw-Hill.

**Los costos de tener un gimnasio en el hogar.** La Tercera, Santiago de Chile, 4 de mayo del 2000. Ciencia y Salud. Artículo editado por el periodista Sebastián Vásquez.

**Organización Panamericana de la Salud.** 2002. Actividad física: Hoja informativa. Enero 2002.

**Robbins, S.** 1987. Administración, Teoría y Practica. Primera Edición. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana.

**Servicio Nacional del Consumidor.** Agosto de 2001. Estudio de la Calidad de Gimnasios en la ciudad de Santiago. Disponible en [http://www.sernac.cl/educacion/estudios/gym\\_completo.PDF](http://www.sernac.cl/educacion/estudios/gym_completo.PDF). Consultado el 23 de junio de 2002.

**Zamora, J; Valenzuela, F.** 2001. "Síntesis de Métodos de Mediciones Multivariadas". Apuntes de la asignatura de Investigación de Mercados. Talca. Universidad de Talca. 6 pp.

**Zikmund, W.** 1995. Investigación de Mercados. Sexta Edición. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.

# **ANEXO III**

## **Datos Demográficos de los Entrevistados**

# **PARTE 1**

## **Datos Demográficos de los Entrevistados a Nivel Global**

**Sexo \* Aeróbica (Gim. asiste) Crosstabulation**

Count

		Aeróbica (Gim. asiste)						Total
		0	Entre Mal Evaluado y Regular	Regular	Entre Regular y Bien Evaluado	Bien Evaluado	Muy Bien Evaluado	
Sexo	Masculino	16	3	13	8	36	44	120
	Femenino	14		14	13	12	67	120
Total		30	3	27	21	48	111	240

**Sexo \* Musculación (Gim. asiste) Crosstabulation**

Count

		Musculación (Gim. asiste)						Total
		Mal Evaluado	Entre Mal Evaluado y Regular	Regular	Entre Regular y Bien Evaluado	Bien Evaluado	Muy Bien Evaluado	
Sexo	Masculino			13	16	25	66	120
	Femenino	3	1	19	19	23	55	120
Total		3	1	32	35	48	121	240

**Sexo \* Nivel Educativo Crosstabulation**

Count

		Nivel Educativo					Total
		Básica	Media	Técnica Profesional	Universitaria	Post-Grado	
Sexo	Masculino	3	20	39	55	3	120
	Femenino	1	21	37	60	1	120
Total		4	41	76	115	4	240

**Sexo \* Ingreso Familiar Crosstabulation**

Count

		Ingreso Familiar										Total
		Entre \$0 y \$120.000	Entre \$120.001 y \$160.000	Entre \$160.001 y \$200.000	Entre \$200.001 y \$260.000	Entre \$260.001 y \$300.000	Entre \$300.001 y \$350.000	Entre \$350.001 y \$400.000	Entre \$400.001 y \$500.000	Entre \$500.001 y \$600.000	Más de \$600.000	
Sexo	Masculino	7	7	16	4	6	14	7	12	17	30	120
	Femenino	5	4	12	12	11	7	9	12	15	33	120
Total		12	11	28	16	17	21	16	24	32	63	240

**Sexo \* Calidad aseo (Gim. asiste) Crosstabulation**

Count

		Calidad aseo (Gim. asiste)						Total
		Mal Evaluado	Entre Mal Evaluado y Regular	Regular	Entre Regular y Bien Evaluado	Bien Evaluado	Muy Bien Evaluado	
Sexo	Masculino		3	6	16	30	65	120
	Femenino	1		10	16	34	59	120
Total		1	3	16	32	64	124	240

**Sexo \* Precios a estudiantes (Gim. asiste) Crosstabulation**

Count

		Precios a estudiantes (Gim. asiste)					Total
		Regular	Entre Regular y Bien Evaluado	Bien Evaluado	Muy Bien Evaluado	No sabe de la existencia	
Sexo	Masculino	12	23	37	48		120
	Femenino	13	14	33	58	2	120
Total		25	37	70	106	2	240

**Sexo \* Precios a estudiantes (Gim. asiste) Crosstabulation**

Count

		Precios a estudiantes (Gim. asiste)				Total
		Regular	Entre Regular y Bien Evaluado	Bien Evaluado	Muy Bien Evaluado	
Sexo	Masculino	12	23	37	48	120
	Femenino	13	14	35	58	120
Total		25	37	72	106	240

**Sexo \* Trotadores (Gim. asiste) Crosstabulation**

Count

		Trotadores (Gim. asiste)					Total
		0	Regular	Entre Regular y Bien Evaluado	Bien Evaluado	Muy Bien Evaluado	
Sexo	Masculino	91	4	3	10	12	120
	Femenino	89	3	6	5	17	120
Total		180	7	9	15	29	240

**Sexo \* Bicicletas (Gim. asiste) Crosstabulation**

Count

		Bicicletas (Gim. asiste)							Total
		0	Mal Evaluado	Entre Mal Evaluado y Regular	Regular	Entre Regular y Bien Evaluado	Bien Evaluado	Muy Bien Evaluado	
Sexo	Masculino	15		4	14	18	34	35	120
	Femenino	15	2		17	27	10	49	120
Total		30	2	4	31	45	44	84	240

**Sexo \* Espejos (Gim. asiste) Crosstabulation**

Count

		Espejos (Gim. asiste)					Total	
		Muy Mal Evaluado	Entre Mal Evaluado y Regular	Regular	Entre Regular y Bien Evaluado	Bien Evaluado		Muy Bien Evaluado
Sexo	Masculino		6	12	27	30	45	120
	Femenino	1	1	13	21	44	40	120
Total		1	7	25	48	74	85	240

**Sexo \* Piso flotante (Gim. asiste) Crosstabulation**

Count

		Piso flotante (Gim. asiste)					Total	
		0	Mal Evaluado	Regular	Entre Regular y Bien Evaluado	Bien Evaluado		Muy Bien Evaluado
Sexo	Masculino	92		6	8	10	4	120
	Femenino	88	1	6	10	7	8	120
Total		180	1	12	18	17	12	240

# **PARTE 2**

## **Datos Demográficos de los Entrevistados (Individualizado por Gimnasio)**

# Gimnasio 1: Sian-Kaal

## Sexo \* Plus por gimnasio Ideal Crosstabulation

Count

		Plus por gimnasio ideal						Total	
		\$0	Menos de \$2.000	Entre \$2.001 y \$4.000	Entre \$4.001 y \$6.000	Entre \$6.001 y \$8.000	Entre \$8.001 y \$10.000		Más de \$10.000
Sexo	Masculino		1	2	3	3	3		12
	Femenino	8	2	3	4			1	18
Total		8	3	5	7	3	3	1	30

## Sexo \* Nivel Educacional Crosstabulation

Count

		Nivel Educacional			Total
		Media	Técnica Profesional	Universitaria	
Sexo	Masculino		4	8	12
	Femenino	5	5	8	18
Total		5	9	16	30

## Sexo \* Ingreso Familiar Crosstabulation

Count

		Ingreso Familiar								Total	
		Entre \$120.001 y \$160.000	Entre \$160.001 y \$200.000	Entre \$200.001 y \$260.000	Entre \$260.001 y \$300.000	Entre \$300.001 y \$350.000	Entre \$350.001 y \$400.000	Entre \$400.001 y \$500.000	Entre \$500.001 y \$600.000		Más de \$600.000
Sexo	Masculino	1	1		2	2		3	1	2	12
	Femenino	1	6	4	1		2	2		2	18
Total		2	7	4	3	2	2	5	1	4	30

## Gimnasio 2: Hermanos Rojas

### Sexo \* Plus por gimnasio ideal Crosstabulation

Count

		Plus por gimnasio ideal					Total
		\$0	Entre \$2.001 y \$4.000	Entre \$4.001 y \$6.000	Entre \$6.001 y \$8.000	Entre \$8.001 y \$10.000	
Sexo	Masculino	7	6	1	1	3	18
	Femenino		1	4	5	2	12
Total		7	7	5	6	5	30

### Sexo \* Nivel Educacional Crosstabulation

Count

		Nivel Educacional				Total
		Media	Técnica Profesional	Universitaria	Post-Grado	
Sexo	Masculino	5	5	6	2	18
	Femenino	4	5	3		12
Total		9	10	9	2	30

### Sexo \* Ingreso Familiar Crosstabulation

Count

		Ingreso Familiar								Total	
		Entre \$0 y \$120.000	Entre \$120.001 y \$160.000	Entre \$160.001 y \$200.000	Entre \$200.001 y \$260.000	Entre \$260.001 y \$300.000	Entre \$300.001 y \$350.000	Entre \$350.001 y \$400.000	Entre \$400.001 y \$500.000		Entre \$500.001 y \$600.000
Sexo	Masculino	2	1	1		4	2	3	1	4	18
	Femenino	2			1		4	1	3	1	12
Total		4	1	1	1	4	6	4	4	5	30

### Gimnasio 3: Sport Life

#### Sexo \* Plus por gimnasio ideal Crosstabulation

Count

		Plus por gimnasio ideal						Total	
		\$0	Menos de \$2.000	Entre \$2.001 y \$4.000	Entre \$4.001 y \$6.000	Entre \$6.001 y \$8.000	Entre \$8.001 y \$10.000		Más de \$10.000
Sexo	Masculino	1		1	3	2	4	5	16
	Femenino		1		3		6	4	14
Total		1	1	1	6	2	10	9	30

#### Sexo \* Nivel Educcional Crosstabulation

Count

		Nivel Educcional			Total
		Media	Técnica Profesional	Universitaria	
Sexo	Masculino	4	6	6	16
	Femenino	2	5	7	14
Total		6	11	13	30

#### Sexo \* Ingreso Familiar Crosstabulation

Count

		Ingreso Familiar							Total	
		Entre \$0 y \$120.000	Entre \$120.001 y \$160.000	Entre \$260.001 y \$300.000	Entre \$300.001 y \$350.000	Entre \$350.001 y \$400.000	Entre \$400.001 y \$500.000	Entre \$500.001 y \$600.000		Más de \$600.000
Sexo	Masculino	1	1		1	1	1	8	3	16
	Femenino			2	4	1	1	1	5	14
Total		1	1	2	5	2	2	9	8	30

# Gimnasio 4: Top Light

## Sexo \* Plus por gimnasio ideal Crosstabulation

Count		Plus por gimnasio ideal						Total	
		\$0	Menos de \$2.000	Entre \$2.001 y \$4.000	Entre \$4.001 y \$6.000	Entre \$6.001 y \$8.000	Entre \$8.001 y \$10.000		Más de \$10.000
Sexo	Masculino		2	3	7		3		15
	Femenino	6	2		5	1		1	15
Total		6	4	3	12	1	3	1	30

## Sexo \* Nivel Educativo Crosstabulation

Count		Nivel Educativo				Total
		Básica	Media	Técnica Profesional	Universitaria	
Sexo	Masculino	3	3	2	7	15
	Femenino		3	6	6	15
Total		3	6	8	13	30

## Sexo \* Ingreso Familiar Crosstabulation

Count		Ingreso Familiar									Total	
		Entre \$0 y \$120.000	Entre \$120.001 y \$160.000	Entre \$160.001 y \$200.000	Entre \$200.001 y \$260.000	Entre \$260.001 y \$300.000	Entre \$300.001 y \$350.000	Entre \$350.001 y \$400.000	Entre \$400.001 y \$500.000	Entre \$500.001 y \$600.000		Más de \$600.000
Sexo	Masculino	1		1		3	1	1	1	3	4	15
	Femenino	2	1	2	1	4			2	2	1	15
Total		3	1	3	1	7	1	1	3	5	5	30

## Gimnasio 5: Soledad Jorquera

### Sexo \* Plus por gimnasio ideal Crosstabulation

Count

		Plus por gimnasio ideal						Total
		\$0	Menos de \$2.000	Entre \$2.001 y \$4.000	Entre \$4.001 y \$6.000	Entre \$8.001 y \$10.000	Más de \$10.000	
Sexo	Masculino	1	3	3	4	3		14
	Femenino	1	2	7	2	3	1	16
Total		2	5	10	6	6	1	30

### Sexo \* Nivel Educativo Crosstabulation

Count

		Nivel Educativo				Total
		Media	Técnica Profesional	Universitaria	Post-Grado	
Sexo	Masculino	3	5	5	1	14
	Femenino	4	6	6		16
Total		7	11	11	1	30

### Sexo \* Ingreso Familiar Crosstabulation

Count

		Ingreso Familiar							Total	
		Entre \$120.001 y \$160.000	Entre \$160.001 y \$200.000	Entre \$200.001 y \$260.000	Entre \$260.001 y \$350.000	Entre \$350.001 y \$400.000	Entre \$400.001 y \$500.000	Entre \$500.001 y \$600.000		Más de \$600.000
Sexo	Masculino	1	1	3	1	1	2		5	14
	Femenino			1	1	2		2	10	16
Total		1	1	4	2	3	2	2	15	30

## Gimnasio 6: Body Fitness

### Sexo \* Plus por gimnasio ideal Crosstabulation

Count

		Plus por gimnasio ideal						Total	
		\$0	Menos de \$2.000	Entre \$2.001 y \$4.000	Entre \$4.001 y \$6.000	Entre \$6.001 y \$8.000	Entre \$8.001 y \$10.000		Más de \$10.000
Sexo	Masculino	3		2	5		2	4	16
	Femenino	2	3		3	3	3		14
Total		5	3	2	8	3	5	4	30

### Sexo \* Nivel Educacional Crosstabulation

Count

		Nivel Educacional		Total
		Técnica Profesional	Universitaria	
Sexo	Masculino	2	14	16
	Femenino		14	14
Total		2	28	30

### Sexo \* Ingreso Familiar Crosstabulation

Count

		Ingreso Familiar				Total
		Entre \$160.001 y \$200.000	Entre \$300.001 y \$350.000	Entre \$500.001 y \$600.000	Más de \$600.000	
Sexo	Masculino	6	2		8	16
	Femenino			5	9	14
Total		6	2	5	17	30

## Gimnasio 7: Gimnasio Total

### Sexo \* Plus por gimnasio ideal Crosstabulation

Count

		Plus por gimnasio ideal						Total
		\$0	Menos de \$2.000	Entre \$2.001 y \$4.000	Entre \$6.001 y \$8.000	Entre \$8.001 y \$10.000	Más de \$10.000	
Sexo	Masculino	3	5	4	2	2		16
	Femenino	3	1	3		6	1	14
Total		6	6	7	2	8	1	30

### Sexo \* Nivel Educativo Crosstabulation

Count

		Nivel Educativo				Total
		Básica	Media	Técnica Profesional	Universitaria	
Sexo	Masculino		4	8	4	16
	Femenino	1	1	2	10	14
Total		1	5	10	14	30

### Sexo \* Ingreso Familiar Crosstabulation

Count

		Ingreso Familiar							Total
		Entre \$0 y \$120.000	Entre \$160.001 y \$200.000	Entre \$200.001 y \$260.000	Entre \$300.001 y \$350.000	Entre \$400.001 y \$500.000	Entre \$500.001 y \$600.000	Más de \$600.000	
Sexo	Masculino	3	1		2	2	4	4	16
	Femenino			3		5	2	4	14
Total		3	1	3	2	7	6	8	30

## Gimnasio 8: Isadora

### Sexo \* Plus por gimnasio ideal Crosstabulation

Count

		Plus por gimnasio ideal						Total
		\$0	Menos de \$2.000	Entre \$2.001 y \$4.000	Entre \$4.001 y \$6.000	Entre \$6.001 y \$8.000	Más de \$10.000	
Sexo	Masculino		3	5	5			13
	Femenino	1	5	7	2	1	1	17
Total		1	8	12	7	1	1	30

### Sexo \* Nivel Educacional Crosstabulation

Count

		Nivel Educacional				Total
		Media	Técnica Profesional	Universitaria	Post-Grado	
Sexo	Masculino	1	7	5		13
	Femenino	2	8	6	1	17
Total		3	15	11	1	30

### Sexo \* Ingreso Familiar Crosstabulation

Count

		Ingreso Familiar									Total
		Entre \$0 y \$120.000	Entre \$120.001 y \$160.000	Entre \$160.001 y \$200.000	Entre \$200.001 y \$260.000	Entre \$260.001 y \$300.000	Entre \$300.001 y \$350.000	Entre \$350.001 y \$400.000	Entre \$400.001 y \$500.000	Más de \$600.000	
Sexo	Masculino		3	5	1	1	1	2			13
	Femenino	1	2	4	2	4	2		1		17
Total		1	5	9	3	5	3	2	1	1	30

# **ANEXO IV**

## **Evaluación e Importancia Media de los Atributos por Parte de los Entrevistados**

# **Parte 1**

**Evaluación e Importancia media de los atributos por parte de los entrevistados  
(Global)**

ACTIVIDADES		
	Evaluación (media)	Importancia (media)
	(eje X)	(eje Y)
Aeróbica	6,13	5,7
Aerobox	5,74	5,62
Relajación	-	5,25
Artes marciales	5,85	4,4
Danza	5,24	5,11
Musculación	6,03	6,19
Actividades (D1)	5,80	5,38

SERVICIOS		
	Evaluación (media)	Importancia (media)
	(eje X)	(eje Y)
Preocupación y sup. Instructores	5,93	6,73
Vta Suplementos, etc.	5,43	4,37
Rutinas Individuales	5,4	6,05
Convenio con empresas e instituciones	5,65	6,08
Precios rebajados a estudiantes	6,1	6,39
Uso ilimitado del gimnasio	5,58	6,46
Nutricionista	3,70	5,75
Masajista	5,13	5,4
Cosmetóloga	4,84	4,43
Venta de vestuario	4,65	4,07
Kinesiología	5,43	5,69
Tratamientos estéticos	5,26	5,03
Calidad de la música	5,81	6,60
Calidad de aseo e higiene	6,2	6,94
Servicios (D2)	5,37	5,71

MAQUINARIA		
	Evaluación (media)	Importancia (media)
	(eje X)	(eje Y)
Máquinas Cardiovasculares	4,6	6,16
Trotadores	6,1	6,26
Bicicletas	5,79	6,46
Escaladores	5,44	6,15
Pesos Libres	5,65	6,34
Multiestaciones	5,18	6,1
Resistencia Variable	5,14	6,17
Maquinaria (D3)	5,41	6,23

INFRAESTRUCTURA		
	Evaluación (media) (eje X)	Importancia (media) (eje Y)
Camarines	5,31	6,77
Sauna	-	5,11
Piscina	-	4,67
Cafetería	-	4,45
Guardería Infantil	-	4,37
Estacionamiento	5,23	5,58
Solarium	5,1	4,99
Centro de Estética	5,05	4,69
Lockers (Casilleros)	4,78	5,70
Máquinas Refresco	4,69	5,21
Espejos	5,84	6,41
Piso Flotante	5,43	5,04
Infraestructura (D4)	5,05	5,25

## **Parte 2**

**Evaluación e Importancia media de los atributos por parte de los entrevistados  
(Individualizado por gimnasio)**

## Gimnasio 1: Sian Kaal

### Evaluación Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. asiste)	Aeróbica (Gim. asiste)	Relajación (Gim. asiste)	Artes marciales (Gim. asiste)	Danza (Gim. asiste)	Musculación (Gim. asiste)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. asiste)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.40	6.73	.00	.00	5.40	6.57	6.30	.00

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. asiste)	Convenios con empresas (Gim. asiste)	Precios a estudiantes (Gim. asiste)	Uso ilimitado gim. (Gim. asiste)	Nutricionista (Gim. asiste)	Masajista (Gim. asiste)	Cosmetóloga (Gim. asiste)	Vta. de vestuario (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.97	5.93	6.53	5.73	.00	5.80	.00	.00

Statistics

		Kinesiología (Gim. asiste)	Tratamientos estéticos (Gim. asiste)	Calidad de música (Gim. asiste)	Calidad aseo (Gim. asiste)	Máq. cardiovascul ares (Gim. asiste)	Trotadores (Gim. asiste)	Bicicletas (Gim. asiste)	Escaladores (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	4.10	5.67	5.87	4.57	.00	6.10	5.20

Statistics

		Pesos libres (Gim. asiste)	Multiestacio nes (Gim. asiste)	Máq. resistencia variable (Gim. asiste)	Camarines (Gim. asiste)	Sauna (Gim. asiste)	Piscina (Gim. asiste)	Cafetería (Gim. asiste)	Guardería infantil (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.70	5.27	5.47	4.40	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Estacionami entos (Gim. asiste)	Solarium (Gim. asiste)	Centro de estética (Gim. asiste)	Lockers (Gim. asiste)	Máq. de refrescos (Gim. asiste)	Espejos (Gim. asiste)	Piso flotante (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	.00	.00	3.73	.00	5.93	5.43

## Importancia Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. Ideal)	Aeróbox (Gim. Ideal)	Relajación (Gim. Ideal)	Artes marciales (Gim. Ideal)	Danza (Gim. Ideal)	Musculación (Gim. Ideal)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. Ideal)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.17	6.47	5.73	3.97	5.60	6.37	6.97	4.90

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. Ideal)	Convenios con empresas (Gim. Ideal)	Precios a estudiantes (Gim. Ideal)	Uso ilimitado gim. (Gim. Ideal)	Nutricionista (Gim. Ideal)	Masajista (Gim. Ideal)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.70	5.50	6.80	6.90	6.40	5.83	4.70	4.47

Statistics

		Kinesiología (Gim. Ideal)	Tratamientos estéticos (Gim. Ideal)	Calidad de musica (Gim. Ideal)	Calidad aseo (Gim. Ideal)	Máq. cardiovascu lares (Gim. Ideal)	Trotadores (Gim. Ideal)	Bicicletas (Gim. Ideal)	Escaladores (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.80	5.97	6.70	6.93	6.60	6.63	6.80	6.50

Statistics

		Pesos libres (Gim. Ideal)	Multiestacio nes (Gim. Ideal)	Máq. resistencia variable (Gim. Ideal)	Camarines (Gim. Ideal)	Sauna (Gim. Ideal)	Piscina (Gim. Ideal)	Cafetería (Gim. Ideal)	Guardería infantil (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.43	6.53	6.37	7.00	5.50	4.80	4.80	4.13

Statistics

		Estacionam ientos (Gim. Ideal)	Solarium (Gim. Ideal)	Centro de estética (Gim. Ideal)	Lockers (Gim. Ideal)	Máq. de refrescos (Gim. Ideal)	Espejos (Gim. Ideal)	Piso flotante (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.43	5.00	4.93	5.83	5.00	6.63	5.43

## Gimnasio 2: Hermanos Rojas

### Evaluación Media de los atributos

#### Statistics

		Aeróbica (Gim. asiste)	Aeróbico (Gim. asiste)	Relajación (Gim. asiste)	Artes marciales (Gim. asiste)	Danza (Gim. asiste)	Musculación (Gim. asiste)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. asiste)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.07	5.23	.00	.00	.00	5.40	4.90	.00

#### Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. asiste)	Convenios con empresas (Gim. asiste)	Precios a estudiantes (Gim. asiste)	Uso ilimitado gim. (Gim. asiste)	Nutricionista (Gim. asiste)	Masajista (Gim. asiste)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.00	4.97	5.57	5.57	.00	.00	4.67	.00

#### Statistics

		Kinesiología (Gim. asiste)	Tratamientos estéticos (Gim. asiste)	Calidad de música (Gim. asiste)	Calidad aseo (Gim. asiste)	Máq. cardiovascul ares (Gim. asiste)	Trotadores (Gim. asiste)	Bicicletas (Gim. asiste)	Escaladores (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	5.67	5.37	5.30	4.20	.00	4.87	.00

#### Statistics

		Pesos libres (Gim. asiste)	Multiestacio nes (Gim. asiste)	Máq. resistencia variable (Gim. asiste)	Camarines (Gim. asiste)	Sauna (Gim. asiste)	Piscina (Gim. asiste)	Cafetería (Gim. asiste)	Guardería infantil (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.20	.00	4.43	4.40	.00	.00	.00	.00

#### Statistics

		Estacionami entos (Gim. asiste)	Solarium (Gim. asiste)	Centro de estética (Gim. asiste)	Lockers (Gim. asiste)	Máq. de refrescos (Gim. asiste)	Espejos (Gim. asiste)	Piso flotante (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	.00	.00	3.57	.00	5.80	.00

## Importancia Media de los atributos

### Statistics

		Aeróbica (Gim. Ideal)	Aeróbox (Gim. Ideal)	Relajación (Gim. Ideal)	Artes marciales (Gim. Ideal)	Danza (Gim. Ideal)	Musculación (Gim. Ideal)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. Ideal)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.17	5.93	5.30	4.63	4.23	6.33	6.73	4.70

### Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. Ideal)	Convenios con empresas (Gim. Ideal)	Precios a estudiantes (Gim. Ideal)	Uso ilimitado gim. (Gim. Ideal)	Nutricionista (Gim. Ideal)	Masajista (Gim. Ideal)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.67	6.17	6.67	6.93	6.23	5.97	4.97	4.70

### Statistics

		Kinesiología (Gim. Ideal)	Tratamientos estéticos (Gim. Ideal)	Calidad de música (Gim. Ideal)	Calidad aseo (Gim. Ideal)	Máq. cardiovascu lares (Gim. Ideal)	Trotadores (Gim. Ideal)	Bicicletas (Gim. Ideal)	Escaladores (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.93	5.33	6.70	7.00	6.40	6.43	6.57	5.97

### Statistics

		Pesos libres (Gim. Ideal)	Multiestacio nes (Gim. Ideal)	Máq. resistencia variable (Gim. Ideal)	Camarines (Gim. Ideal)	Sauna (Gim. Ideal)	Piscina (Gim. Ideal)	Cafetería (Gim. Ideal)	Guardería Infantil (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.67	6.47	6.60	6.90	5.17	4.47	4.93	4.80

### Statistics

		Estacionam ientos (Gim. Ideal)	Solarium (Gim. Ideal)	Centro de estética (Gim. Ideal)	Lockers (Gim. Ideal)	Máq. de refrescos (Gim. Ideal)	Espejos (Gim. Ideal)	Piso flotante (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.67	5.37	5.13	5.43	5.43	6.70	4.13

## Gimnasio 3: Sport Life

### Evaluación Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. asiste)	Aeróbox (Gim. asiste)	Relajación (Gim. asiste)	Artes marciales (Gim. asiste)	Danza (Gim. asiste)	Musculación (Gim. asiste)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. asiste)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.97	4.90	.00	5.77	.00	5.63	5.50	.00

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. asiste)	Convenios con empresas (Gim. asiste)	Precios a estudiantes (Gim. asiste)	Uso ilimitado gim. (Gim. asiste)	Nutricionista (Gim. asiste)	Masajista (Gim. asiste)	Cosmetóloga (Gim. asiste)	Vta. de vestuario (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.23	5.27	6.07	4.47	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Kinesiología (Gim. asiste)	Tratamientos estéticos (Gim. asiste)	Calidad de musica (Gim. asiste)	Calidad aseo (Gim. asiste)	Máq. cardiovascul ares (Gim. asiste)	Trotadores (Gim. asiste)	Bicicletas (Gim. asiste)	Escaladores (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	.00	4.80	5.57	4.00	.00	5.33	4.77

Statistics

		Pesos libres (Gim. asiste)	Multiestacio nes (Gim. asiste)	Máq. resistencia variable (Gim. asiste)	Camarines (Gim. asiste)	Sauna (Gim. asiste)	Piscina (Gim. asiste)	Cafetería (Gim. asiste)	Guardería infantil (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.03	4.07	4.53	4.30	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Estacionami entos (Gim. asiste)	Solarium (Gim. asiste)	Centro de estética (Gim. asiste)	Lockers (Gim. asiste)	Máq. de refrescos (Gim. asiste)	Espejos (Gim. asiste)	Piso flotante (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	.00	.00	.00	.00	5.07	5.43

## Importancia Media de los atributos

### Statistics

		Aeróbica (Gim. Ideal)	Aeróbox (Gim. Ideal)	Relajación (Gim. Ideal)	Artes marciales (Gim. Ideal)	Danza (Gim. Ideal)	Musculación (Gim. Ideal)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. Ideal)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,27	4,17	6,10	5,57	5,23	6,37	6,90	3,20

### Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. Ideal)	Convenios con empresas (Gim. Ideal)	Precios a estudiantes (Gim. Ideal)	Uso ilimitado gim. (Gim. Ideal)	Nutricionista (Gim. Ideal)	Masajista (Gim. Ideal)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5,73	6,37	6,40	6,00	6,30	5,97	4,83	4,13

### Statistics

		Kinesiología (Gim. Ideal)	Tratamientos estéticos (Gim. Ideal)	Calidad de musica (Gim. Ideal)	Calidad aseo (Gim. Ideal)	Máq. cardiovascu lares (Gim. Ideal)	Trotadores (Gim. Ideal)	Bicicletas (Gim. Ideal)	Escaladores (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6,13	5,47	5,97	7,00	6,00	6,27	6,60	6,07

### Statistics

		Pesos libres (Gim. Ideal)	Multiestacio nes (Gim. Ideal)	Máq. resistencia variable (Gim. Ideal)	Camarines (Gim. Ideal)	Sauna (Gim. Ideal)	Piscina (Gim. Ideal)	Cafetería (Gim. Ideal)	Guardería infantil (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6,17	6,40	6,17	6,77	4,97	5,37	4,87	5,00

### Statistics

		Estacionam ientos (Gim. Ideal)	Solarium (Gim. Ideal)	Centro de estética (Gim. Ideal)	Lockers (Gim. Ideal)	Máq. de refrescos (Gim. Ideal)	Espejos (Gim. Ideal)	Piso flotante (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5,77	5,10	4,20	5,83	4,50	5,80	5,27

## Gimnasio 4: Top Light

### Evaluación Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. asiste)	Aeróbox (Gim. asiste)	Relajación (Gim. asiste)	Artes marciales (Gim. asiste)	Danza (Gim. asiste)	Musculación (Gim. asiste)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. asiste)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.23	5.50	.00	5.93	5.67	5.27	6.43	.00

Statistics

		Rubinas Individ. (Gim. asiste)	Convenios con empresas (Gim. asiste)	Precios a estudiantes (Gim. asiste)	Uso ilimitado gim. (Gim. asiste)	Nutricionista (Gim. asiste)	Masajista (Gim. asiste)	Cosmetóloga (Gim. asiste)	Vta. de vestuario (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.60	5.13	6.07	5.17	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Kinesiología (Gim. asiste)	Tratamientos estéticos (Gim. asiste)	Calidad de musica (Gim. asiste)	Calidad aseo (Gim. asiste)	Máq. cardiovascul ares (Gim. asiste)	Trotadores (Gim. asiste)	Bicicletas (Gim. asiste)	Escaladores (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	.00	6.13	6.27	4.53	.00	.00	5.27

Statistics

		Pesos libres (Gim. asiste)	Multiestacio nes (Gim. asiste)	Máq. resistencia variable (Gim. asiste)	Camari nes (Gim. asiste)	Sauna (Gim. asiste)	Piscina (Gim. asiste)	Cafetería (Gim. asiste)	Guardería infantil (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.33	.00	4.87	5.50	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Estacionami entos (Gim. asiste)	Solarium (Gim. asiste)	Centro de estética (Gim. asiste)	Lockers (Gim. asiste)	Máq. de refrescos (Gim. asiste)	Espejos (Gim. asiste)	Piso flotante (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	.00	.00	4.83	.00	5.80	.00

## Importancia Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. Ideal)	Aeróbox (Gim. Ideal)	Relajación (Gim. Ideal)	Artes marciales (Gim. Ideal)	Danza (Gim. Ideal)	Musculación (Gim. Ideal)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. Ideal)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.57	5.13	5.83	4.97	5.33	5.27	6.63	5.17

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. Ideal)	Convenios con empresas (Gim. Ideal)	Precios a estudiantes (Gim. Ideal)	Uso ilimitado gim. (Gim. Ideal)	Nutricionista (Gim. Ideal)	Masajista (Gim. Ideal)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.07	6.27	6.80	6.53	6.17	5.57	4.83	4.60

Statistics

		Kinesiología (Gim. Ideal)	Tratamientos estéticos (Gim. Ideal)	Calidad de musica (Gim. Ideal)	Calidad aseo (Gim. Ideal)	Máq. cardiovascu lares (Gim. Ideal)	Trotadores (Gim. Ideal)	Bicicletas (Gim. Ideal)	Escaladores (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.93	4.83	6.80	7.00	6.23	6.17	6.47	6.37

Statistics

		Pesos libres (Gim. Ideal)	Multiestacio nes (Gim. Ideal)	Máq. resistencia variable (Gim. Ideal)	Camarines (Gim. Ideal)	Sauna (Gim. Ideal)	Piscina (Gim. Ideal)	Cafetería (Gim. Ideal)	Guardería infantil (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.40	5.90	6.27	6.90	5.33	5.53	4.47	5.23

Statistics

		Estacionam ientos (Gim. Ideal)	Solarium (Gim. Ideal)	Centro de estética (Gim. Ideal)	Lockers (Gim. Ideal)	Máq. de refrescos (Gim. Ideal)	Especios (Gim. Ideal)	Piso flotante (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.83	4.90	4.87	6.00	5.37	6.43	5.67

## Gimnasio 5: Soledad Jorquera

### Evaluación Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. asiste)	Aeróbox (Gim. asiste)	Relajación (Gim. asiste)	Artes marciales (Gim. asiste)	Danza (Gim. asiste)	Musculación (Gim. asiste)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. asiste)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.57	.00	.00	.00	.00	6.50	6.10	.00

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. asiste)	Convenios con empresas (Gim. asiste)	Precios a estudiantes (Gim. asiste)	Uso ilimitado gim. (Gim. asiste)	Nutricionista (Gim. asiste)	Masajista (Gim. asiste)	Cosmetóloga (Gim. asiste)	Vta. de vestuario (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.90	5.63	6.10	5.17	.00	5.73	5.00	5.03

Statistics

		Kinesiología (Gim. asiste)	Tratamientos estéticos (Gim. asiste)	Calidad de musica (Gim. asiste)	Calidad aseo (Gim. asiste)	Máq. cardiovascul ares (Gim. asiste)	Trotadores (Gim. asiste)	Bicicletas (Gim. asiste)	Escaladores (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.43	5.73	6.33	6.47	4.23	.00	5.77	5.53

Statistics

		Pesos libres (Gim. asiste)	Multiestacio nes (Gim. asiste)	Máq. resistencia variable (Gim. asiste)	Camarines (Gim. asiste)	Sauna (Gim. asiste)	Piscina (Gim. asiste)	Cafetería (Gim. asiste)	Guardería infantil (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.27	4.37	4.57	5.33	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Estacionami entos (Gim. asiste)	Solarium (Gim. asiste)	Centro de estética (Gim. asiste)	Lockers (Gim. asiste)	Máq. de refrescos (Gim. asiste)	Espesjos (Gim. asiste)	Piso flotante (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	.00	5.20	.00	4.93	6.50	.00

## Importancia Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. Ideal)	Aeróbox (Gim. Ideal)	Relajación (Gim. Ideal)	Artes marciales (Gim. Ideal)	Danza (Gim. Ideal)	Musculación (Gim. Ideal)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. Ideal)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.43	5.47	4.90	4.77	4.63	6.47	6.60	4.17

Statistics

		Rutinas individ. (Gim. Ideal)	Convenios con empresas (Gim. Ideal)	Precios a estudiantes (Gim. Ideal)	Uso ilimitado gim. (Gim. Ideal)	Nutricionista (Gim. Ideal)	Masajista (Gim. Ideal)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.23	5.53	5.77	5.77	5.10	4.90	4.53	3.70

Statistics

		Kinesiología (Gim. Ideal)	Tratamientos estéticos (Gim. Ideal)	Calidad de musica (Gim. Ideal)	Calidad aseo (Gim. Ideal)	Máq. cardiovascu lares (Gim. Ideal)	Trotadores (Gim. Ideal)	Bicicletas (Gim. Ideal)	Escaladores (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.63	4.77	6.50	6.67	5.50	6.10	6.17	6.07

Statistics

		Pesos libres (Gim. Ideal)	Multiestacio nes (Gim. Ideal)	Máq. resistencia variable (Gim. Ideal)	Camarines (Gim. Ideal)	Sauna (Gim. Ideal)	Piscina (Gim. Ideal)	Cafetería (Gim. Ideal)	Guardería infantil (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.60	4.93	5.20	6.57	5.40	4.30	4.23	4.50

Statistics

		Estacionam ientos (Gim. Ideal)	Solarium (Gim. Ideal)	Centro de estética (Gim. Ideal)	Lockers (Gim. Ideal)	Máq. de refrescos (Gim. Ideal)	Espejos (Gim. Ideal)	Piso flotante (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.43	5.10	4.83	5.20	4.77	6.57	5.70

## Gimnasio 6: Body Fitness

### Evaluación Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. asiste)	Aeróbox (Gim. asiste)	Relajación (Gim. asiste)	Artes marciales (Gim. asiste)	Danza (Gim. asiste)	Musculación (Gim. asiste)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. asiste)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.63	5.63	.00	.00	4.60	6.83	6.37	5.43

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. asiste)	Convenios con empresas (Gim. asiste)	Precios a estudiantes (Gim. asiste)	Uso ilimitado gim. (Gim. asiste)	Nutricionista (Gim. asiste)	Masajista (Gim. asiste)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.13	5.57	5.87	6.50	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Kinesiología (Gim. asiste)	Tratamientos estéticos (Gim. asiste)	Calidad de musica (Gim. asiste)	Calidad aseo (Gim. asiste)	Máq. cardiovascul ares (Gim. asiste)	Trotadores (Gim. asiste)	Bicicletas (Gim. asiste)	Escaladores (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	.00	5.43	6.73	6.23	6.83	6.83	6.43

Statistics

		Pesos libres (Gim. asiste)	Multiestacio nes (Gim. asiste)	Máq. resistencia variable (Gim. asiste)	Camarines (Gim. asiste)	Sauna (Gim. asiste)	Piscina (Gim. asiste)	Cafetería (Gim. asiste)	Guardería infantil (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.90	6.53	6.63	6.37	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Estacionami entos (Gim. asiste)	Solarium (Gim. asiste)	Centro de estética (Gim. asiste)	Lockers (Gim. asiste)	Máq. de refrescos (Gim. asiste)	Espejos (Gim. asiste)	Piso flotante (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.23	.00	.00	6.27	5.00	6.20	.00

## Importancia Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. Ideal)	Aeróbox (Gim. Ideal)	Relajación (Gim. Ideal)	Artes marciales (Gim. Ideal)	Danza (Gim. Ideal)	Musculación (Gim. Ideal)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. Ideal)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.27	5.60	5.30	4.57	4.67	6.63	6.87	4.80

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. Ideal)	Convenios con empresas (Gim. Ideal)	Precios a estudiantes (Gim. Ideal)	Uso ilimitado gim. (Gim. Ideal)	Nutricionista (Gim. Ideal)	Masajista (Gim. Ideal)	Cosmóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.83	6.13	6.50	7.00	5.93	5.80	4.43	3.77

Statistics

		Kinesiología (Gim. Ideal)	Tratamientos estéticos (Gim. Ideal)	Calidad de musica (Gim. Ideal)	Calidad aseo (Gim. Ideal)	Máq. cardiovascu lares (Gim. Ideal)	Trotadores (Gim. Ideal)	Bicicletas (Gim. Ideal)	Escaladores (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.20	5.47	6.53	7.00	6.63	6.30	6.40	6.53

Statistics

		Pesos libres (Gim. Ideal)	Multiestacio nes (Gim. Ideal)	Máq. resistencia variable (Gim. Ideal)	Camarines (Gim. Ideal)	Sauna (Gim. Ideal)	Piscina (Gim. Ideal)	Cafetería (Gim. Ideal)	Guardería infantil (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.63	6.83	6.77	6.80	5.37	5.17	4.03	4.13

Statistics

		Estacionam ientos (Gim. Ideal)	Solarium (Gim. Ideal)	Centro de estética (Gim. Ideal)	Lockers (Gim. Ideal)	Máq. de refrescos (Gim. Ideal)	Espejos (Gim. Ideal)	Piso flotante (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.47	5.00	5.03	6.77	5.30	5.73	4.43

## Gimnasio 7: Gimnasio Total

### Evaluación Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. asiste)	Aeróbox (Gim. asiste)	Relajación (Gim. asiste)	Artes marciales (Gim. asiste)	Danza (Gim. asiste)	Musculación (Gim. asiste)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. asiste)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	6.33	.00	.00	5.27	5.97	5.77	.00

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. asiste)	Convenios con empresas (Gim. asiste)	Precios a estudiantes (Gim. asiste)	Uso ilimitado gim. (Gim. asiste)	Nutricionista (Gim. asiste)	Masajista (Gim. asiste)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.23	6.57	6.23	5.23	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Kinesiología (Gim. asiste)	Tratamientos estéticos (Gim. asiste)	Calidad de musica (Gim. asiste)	Calidad aseo (Gim. asiste)	Máq. cardiovascul ares (Gim. asiste)	Trotadores (Gim. asiste)	Bicicletas (Gim. asiste)	Escaladores (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	.00	6.20	6.60	4.73	.00	6.33	.00

Statistics

		Pesos libres (Gim. asiste)	Multiestacio nes (Gim. asiste)	Máq. resistencia variable (Gim. asiste)	Camarines (Gim. asiste)	Sauna (Gim. asiste)	Piscina (Gim. asiste)	Cafetería (Gim. asiste)	Guardería infantil (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.07	5.33	5.03	5.87	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Estacionami entos (Gim. asiste)	Solarium (Gim. asiste)	Centro de estética (Gim. asiste)	Lockers (Gim. asiste)	Máq. de refrescos (Gim. asiste)	Espejos (Gim. asiste)	Piso flotante (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	.00	.00	4.30	4.77	5.63	.00

## Importancia Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. Ideal)	Aeróbox (Gim. Ideal)	Relajación (Gim. Ideal)	Artes marciales (Gim. Ideal)	Danza (Gim. Ideal)	Musculación (Gim. Ideal)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. Ideal)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.33	6.70	4.33	2.73	5.80	6.00	6.80	2.40

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. Ideal)	Convenios con empresas (Gim. Ideal)	Precios a estudiantes (Gim. Ideal)	Uso ilimitado gim. (Gim. Ideal)	Nutricionista (Gim. Ideal)	Masajista (Gim. Ideal)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.87	6.07	5.87	5.93	5.00	5.13	3.67	3.37

Statistics

		Kinesiología (Gim. Ideal)	Tratamientos estéticos (Gim. Ideal)	Calidad de musica (Gim. Ideal)	Calidad aseo (Gim. Ideal)	Máq. cardiovascu lares (Gim. Ideal)	Trotadores (Gim. Ideal)	Bicicletas (Gim. Ideal)	Escaladores (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.77	4.10	6.90	7.00	5.40	5.67	6.13	5.20

Statistics

		Pesos libres (Gim. Ideal)	Multiestacio nes (Gim. Ideal)	Máq. resistencia variable (Gim. Ideal)	Camarines (Gim. Ideal)	Sauna (Gim. Ideal)	Piscina (Gim. Ideal)	Cafetería (Gim. Ideal)	Guardería infantil (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.17	5.50	5.63	6.63	5.13	4.67	4.20	3.40

Statistics

		Estacionam ientos (Gim. Ideal)	Solarium (Gim. Ideal)	Centro de estética (Gim. Ideal)	Lockers (Gim. Ideal)	Máq. de refrescos (Gim. Ideal)	Espejos (Gim. Ideal)	Piso flotante (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.77	4.80	4.17	4.43	5.27	6.73	4.20

## Gimnasio 8: Isadora

### Evaluación Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. asiste)	Aeróbox (Gim. asiste)	Relajación (Gim. asiste)	Artes marciales (Gim. asiste)	Danza (Gim. asiste)	Musculación (Gim. asiste)	Preoc. y Super. Instructores (Gim. asiste)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.13	.00	.00	.00	5.27	6.07	6.03	.00

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. asiste)	Convenios con empresas (Gim. asiste)	Precios a estudiantes (Gim. asiste)	Uso ilimitado gim. (Gim. asiste)	Nutricionista (Gim. asiste)	Masajista (Gim. asiste)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.13	6.10	6.33	6.77	3.70	3.87	.00	4.27

Statistics

		Kinesiología (Gim. asiste)	Tratamientos estéticos (Gim. asiste)	Calidad de musica (Gim. asiste)	Calidad aseo (Gim. asiste)	Máq. cardiovascul ares (Gim. asiste)	Trotadores (Gim. asiste)	Bicicletas (Gim. asiste)	Escaladores (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	5.53	6.53	6.77	4.27	5.37	5.33	5.43

Statistics

		Pesos libres (Gim. asiste)	Multiestacio nes (Gim. asiste)	Máq. resistencia variable (Gim. asiste)	Camarines (Gim. asiste)	Sauna (Gim. asiste)	Piscina (Gim. asiste)	Cafetería (Gim. asiste)	Guardería Infantil (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.70	5.50	5.60	6.27	.00	.00	.00	.00

Statistics

		Estacionami entos (Gim. asiste)	Solarium (Gim. asiste)	Centro de estética (Gim. asiste)	Lockers (Gim. asiste)	Máq. de refrescos (Gim. asiste)	Espejos (Gim. asiste)	Piso flotante (Gim. asiste)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		.00	5.10	4.90	5.97	4.07	5.77	.00

## Importancia Media de los atributos

Statistics

		Aeróbica (Gim. Ideal)	Aeróbox (Gim. Ideal)	Relajación (Gim. Ideal)	Artes marciales (Gim. Ideal)	Danza (Gim. Ideal)	Musculación (Gim. Ideal)	Preoc. y Superv. Instructores (Gim. Ideal)	Vta. de Suplementos & Medic. (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.40	5.47	4.47	4.03	5.40	6.07	6.30	5.63

Statistics

		Rutinas Individ. (Gim. Ideal)	Convenios con empresas (Gim. Ideal)	Precios a estudiantes (Gim. Ideal)	Uso ilimitado gim. (Gim. Ideal)	Nutricionista (Gim. Ideal)	Masajista (Gim. Ideal)	Cosmetóloga (Gim. Ideal)	Vta. de vestuario (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.30	6.60	6.30	6.73	4.90	4.10	3.47	3.80

Statistics

		Kinesiología (Gim. Ideal)	Tratamientos estéticos (Gim. Ideal)	Calidad de musica (Gim. Ideal)	Calidad aseo (Gim. Ideal)	Máq. cardiovascu lares (Gim. Ideal)	Trotadores (Gim. Ideal)	Bicicletas (Gim. Ideal)	Escaladores (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.13	4.30	6.73	6.93	6.53	6.53	6.57	6.53

Statistics

		Pesos libres (Gim. Ideal)	Multiestacio nes (Gim. Ideal)	Máq. resistencia variable (Gim. Ideal)	Camarines (Gim. Ideal)	Sauna (Gim. Ideal)	Piscina (Gim. Ideal)	Cafetería (Gim. Ideal)	Guardería infantil (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		6.67	6.27	6.33	6.60	4.03	3.03	4.13	3.73

Statistics

		Estacionam ientos (Gim. Ideal)	Solarium (Gim. Ideal)	Centro de estética (Gim. Ideal)	Lockers (Gim. Ideal)	Máq. de refrescos (Gim. Ideal)	Espejos (Gim. Ideal)	Piso flotante (Gim. Ideal)
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		5.27	4.63	4.37	6.10	6.03	6.67	5.50

# **ANEXO V**

## **Cálculo de la Satisfacción Global de los Entrevistados**

## Cálculo de la Satisfacción Global de los Entrevistados

La evaluación global de los entrevistados se calculó de la siguiente manera:

Son 34 los atributos presentes en los gimnasios de Talca, lo que corresponde de esa manera al 100% de los atributos.

			% del Total	Evaluación Media
1	se encuentra ubicado en el rango	1.0 – 3.9	2.94 %	3.7
5	se encuentran ubicados en el rango	4.0 – 4.9	14.71%	4.71
23	se encuentran ubicados en el rango	5.0 – 5.9	67.65%	5.46
<u>5</u>	<u>se encuentran ubicados en el rango</u>	<u>6.0 – 7.0</u>	<u>14.71%</u>	<u>6.11</u>
34 atributos			100%	

La sumatoria de los porcentajes de cada rango respecto al total, multiplicados por su respectiva evaluación media = 5.4 aproximado.