



Facultad de Ciencias de la Administración

Carrera de Administración de Empresas

Plan de Marketing estratégico para un crossfit en la
ciudad de Cuenca

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado
en Licenciado en Administración de Empresas**

Autor:

Moscoso Vásquez José Daniel

Director:

Ortega Vásquez Xavier Esteban

Cuenca – Ecuador

Año

2023

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación lo dedico a toda mi familia que mediante su arduo apoyo he logrado cumplir mis metas, y también a todos mis compañeros de clase que hicieron el tiempo en las aulas sean mejores.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi padre y mi madre que han sido mi soporte principal en mi vida y siempre me han sabido guiar de la manera correcta, a mis abuelos que siempre me han apoyado y me han impulsado a siempre seguir adelante.

Índice de Contenidos

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
Índice de Contenidos.....	iii
Índice De Ilustraciones	v
Índice De Tablas	vi
Índice De Gráficos	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	viii
Capítulo 1.....	1
1. Crossfit La Jaula	1
1.1 Introducción	1
1.2 Historia.....	2
1.2.1 Misión:.....	9
1.2.2 Visión:	9
1.2.3 Valores:.....	9
1.2.4 Objetivos:.....	10
1.2.5 Estructura Organizacional:	10
1.3 Análisis Interno de la Empresa.....	12
1.3.1 Proveedores	12
1.3.2 Clientes:	13
1.3.3 Competencia:	14
1.3.4 FODA:	21
Capítulo 2.....	23
2.1 Introducción:	23
2.2 Análisis de la industria del fitness	23
2.2.1 Factores críticos relevantes para estar competitivamente activo en la industria	23
2.3 Estudiar el entorno micro.....	25
2.3.2 Las 5 fuerzas de Porter de la industria.	25
2.3.3 Cadena de Valor:.....	28
2.4 Estudiar el entorno Macro:.....	30
2.4.1 FODA de la industria:.....	30
Capítulo 3: Investigación de mercado de Crossfit LJ	32
3.1: Plantear objetivos de la investigación:.....	32

3.1.1: Objetivo General:.....	32
3.1.2: Objetivos específicos:.....	32
3.2: Estudio cualitativo:	33
3.2.1 Grupo Focal:	33
3.2.2: Entrevista a expertos:.....	36
3.3 Estudio Cuantitativo:	40
3.3.1 Encuestas:	41
3.3.2 Resultados:.....	46
Capítulo 4: Plan de Marketing Estratégico:	57
4.1 Segmentación:.....	57
4.2 Posicionamiento:.....	58
4.3 Portafolio:	59
4.4 Precio:	60
4.5 Plaza:.....	61
4.6 Promoción:.....	62
Conclusiones:	63
Recomendaciones:	64
Referencias Bibliográficas	65

Índice De Ilustraciones

Ilustración 1. Antigua Imagen de La Jaula.....	4
Ilustración 2. Nueva imagen de la Jaula.....	4
Ilustración 3. Zona 1 y 2 (Box y zona de levantamiento)	5
Ilustración 4. Zona 3 (zona de máquinas)	6
Ilustración 5. Zona 4 (zona de implementos).....	6
Ilustración 6. Zona 5 (caunter)	7

Índice De Tablas

Tabla 1. Crossfit LJ (Capulispamba)	8
Tabla 2. Crossfit LJ (Av. las Américas).....	8
Tabla 3. Crossfit LJ (Rio Amarillo).....	8
Tabla 4. Crossfit LJ Av de las Américas	13
Tabla 5. Crossfit LJ sector Capulispamba	14
Tabla 6. Cuadro comparativo de la competencia directa	14
Tabla 7. Posicionamiento	15
Tabla 8. Precio	15
Tabla 9. Ubicación	15
Tabla 10. Servicios.....	15
Tabla 11. Cobertura.....	16
Tabla 12. Tecnología.....	16
Tabla 13. Capacitación de entrenador.....	16
Tabla 14. Cuadro comparativo de competencia indirecta.....	17
Tabla 15. Posicionamiento.....	18
Tabla 16. Precio	18
Tabla 17. Ubicación	19
Tabla 18. Servicio	19
Tabla 19. Cobertura.....	20
Tabla 20. Tecnología.....	20
Tabla 21. Capacitación de entrenadores	21
Tabla 22. Segmentación.....	57
Tabla 23. Posicionamiento.....	58
Tabla 24. Portafolio.....	60
Tabla 25. Precio	60
Tabla 26. Plaza.....	61
Tabla 27. Promoción.....	62

Índice De Gráficos

Gráfico 1. Estructura Organizacional.....	10
Gráfico 2. Margen: Por lo general el margen de ganancia en esta industria es medio-alto	28
Gráfico 3. Pregunta 1. Género	46
Gráfico 4. Pregunta 2. Edad.....	46
Gráfico 5. Pregunta 3. ¿Considera que la práctica de ejercicio es?	47
Gráfico 6. Pregunta 4. ¿Práctica alguna actividad física?.....	47
Gráfico 7. Pregunta 5. ¿Qué actividad física practica?	48
Gráfico 8. Pregunta 6. ¿Cuál es el motivo principal que le motiva o motivaría a practicar una actividad física?	49
Gráfico 9. Pregunta 7. ¿Aparte del entrenamiento que otro servicio adicional quisiera obtener usted?	49
Gráfico 10. Pregunta 8. Indique los factores que considere importantes en un establecimiento a la hora de entrenar.....	50
Gráfico 11. Pregunta 9. ¿Ha escuchado hablar sobre Crossfit?	51
Gráfico 12. Pregunta 10. ¿Ha practicado alguna vez crossfit?	51
Gráfico 13. Pregunta 11. ¿A qué centro en donde imparten crossfit usted asistió?	52
Gráfico 14. Pregunta 12. ¿Por qué asistió usted a ese centro?.....	52
Gráfico 15. Pregunta 13. ¿Usted tiene conocimiento que la mayoría de centros en donde imparten crossfit no están afiliados a Crossfit inc?.....	53
Gráfico 16. Pregunta 14. ¿Conoce usted Crossfit La Jaula?	54
Gráfico 17. Pregunta 15. ¿Por qué medio usted conoció Crossfit La Jaula?	54
Gráfico 18. Pregunta 16. ¿Usted ha entrenado en Crossfit La Jaula?	55
Gráfico 19. Pregunta 17. ¿Cuál fue el motivo por el cual usted decidió entrenar en Crossfit La Jaula?.....	55
Gráfico 20. Pregunta 18. ¿Usted recomendará a Crossfit La Jaula a sus amigos y familia?	56



RESUMEN

Crossfit La Jaula ha estado en la industria del fitness por más de 8 años, con entrenadores altamente capacitados y clases de alta calidad, sin embargo, no tiene una ventaja competitiva frente a otros centros deportivos de la ciudad, esto debido a que no ha contado con un plan de marketing estratégico.

En la presente investigación, se comienza por un análisis cualitativo de la empresa, el mismo que reflejará el posicionamiento de la empresa. Mediante encuestas se logrará plantear estrategias de marketing a seguir, para que Crossfit La Jaula pueda tener una ventaja competitiva sostenible.

Palabras clave: competencia, estrategias, investigación de mercado, plan de marketing, posicionamiento, promoción, ventaja competitiva.

ABSTRACT

Crossfit La Jaula has been in the fitness industry for more than 8 years, with highly qualified trainers and high-quality classes, however, it does not have a competitive advantage over other sports centers in the city, this is because it has not counted with a strategic marketing plan.

In the present investigation, it begins with a qualitative analysis of the company, the same one that will reflect the positioning of the company. Through surveys, it will be possible to propose marketing strategies to follow, so that Crossfit La Jaula can have a sustainable competitive advantage.

Keywords: competition, competitive advantage, market research, marketing plan, positioning, promotion, strategies.



Este certificado se encuentra en el repositorio digital de la Universidad del Azuay, para verificar su autenticidad escanee el código QR

Este certificado consta de: 1 página

Capítulo 1

1. Crossfit La Jaula

1.1 Introducción

En los últimos años se ha visto un gran crecimiento de la industria del fitness, en donde no solo hay más establecimientos que dan un servicio de entrenamiento, si no también hay distintas formas de brindar salud y fitness, como, por ejemplo: la venta de implementos deportivos, cafeterías y restaurantes de comida saludable, centros de fisioterapia, etc; son algunos ejemplos de lo que engloba la industria del fitness (Kuhn, 2013).

Entonces ¿Qué es el fitness? Según Ayala et al. (Franco et al., 2011), el fitness se puede definir como un estado de bienestar y salud física que se obtiene, no solo por llevar una vida sana, sino también por la práctica de ejercicios.

Crossfit viene a ser parte de una rama del fitness que engloba varios deportes en general, donde se predica no solo llevar un estilo de vida saludable, si no también estar siempre en movimientos constante, para tener un mejor estilo de vida (Meyer et al., 2017).

Crossfit en Cuenca existe hace unos pocos años atrás, es un deporte casi nuevo y novedoso encaminado a jóvenes y adultos de todas las edades, sin discriminación de género ni edad.

Los hermanos Moncayo fundaron Crossfit La Jaula (LJ) hace 8 años atrás, con la finalidad de brindar un servicio de calidad y buen entrenamiento a sus clientes, con el paso del tiempo La Jaula fue tomando popularidad por su gran progreso y atletas, así hace 5 años decidieron abrir otro crossfit más en la ciudad.

Ahora los hermanos Moncayo ven hacia el futuro con una marca ya posicionada en la ciudad y en el Ecuador como lo es Crossfit LJ.

Con distintas estrategias ellos desean un plan de marketing estratégico para sus crossfits en la ciudad de Cuenca.

1.2 Historia

Crossfit LJ tuvo sus primeros pasos en la industria del fitness a los finales del año 2015, de la mano de los hermanos Israel y Esteban Moncayo Arcos, nació como un pequeño emprendimiento que tuvo como nombre La Jaula Box Fit.

La jaula en sus inicios estaba manejada por los dos propietarios, Israel y Esteban se repartían las actividades del box, incluyendo limpieza, administración, contabilidad, y las horas de clase; estos dos hermanos se repartían las actividades para sacar adelante el negocio.

Al principio el mercado del negocio fue las personas del barrio (Capulispamba) y los barrios cercanos a la Jaula, buscando cambiar su estilo de vida ya sea por simplemente practicar deporte o por bajar de peso, aparte en esos años en Ecuador no se tenía un conocimiento amplio sobre que era crossfit, por esa situación crossfit como deporte no era tan conocido ni valorado como lo es ahora.

Con el paso del tiempo en la Jaula fueron aumentando los clientes, como era el inicio del negocio no se contó con un plan de marketing, ni publicidad en medios de difusión, la única técnica que se empleo fue el de boca en boca. En los primeros meses del año siguiente hubo un gran aumento de clientes, de los 15 a 20 clientes que se tenía al inicio, se aumentó a 60 clientes más o menos; la mayoría de ellos eran familiares y amigos de los clientes que iniciaron.

Ante tan buena acogida por los clientes, en el segundo semestre del año 2016 la Jaula ya contaba con un tercer entrenador; no estaba certificado, pero tenía la experiencia necesaria para poder impartir y auxiliar en clases que tenían bastante acogimiento. En cuanto a publicidad, se empezó utilizando las redes sociales principales en ese entonces, Facebook e Instagram, aunque la mayoría de los clientes nuevos aun eran personas conocidas, amigos o familiares de las personas que ya entrenaban en la Jaula.

En el año 2017 la Jaula tuvo un gran cambio, decidió expandirse y abrir un segundo lugar de entrenamiento. Buscaron algo más cercano al centro de la ciudad, y consiguieron un lugar en la Av. de las Américas y los naranjos.

La Jaula como empresa ya contaba con 5 entrenadores que se repartían las horas de manera ordenada en los dos crossfits, sus entrenadores en la mayoría eran certificados, y cabe recalcar que

se manejaba la misma línea de tiempo en los entrenamientos de ambas jaulas (calentamiento general, calentamiento específico, workout y cool down).

Entre las dos jaulas los clientes subieron a un número cercano a 180 personas, donde el 60% de esos clientes estaban en la Jaula ubicada en la Avenida de las Américas.

Cada vez la Jaula se hacía más conocida por sus entrenadores y su modalidad de entrenamiento y calidad de llevar las clases.

En el 2020 la pandemia azotó al mundo y llevo a una cuarentena masiva, todos los negocios no podían abrir sus puertas a los clientes debido a la situación que vivía el mundo.

La jaula en los inicios de la pandemia no tenía ningún plan de contingencia, jamás pensó que eso pasaría. Logro adaptarse a mediados del 2020 donde se tomó la decisión de alquilar los implementos como barras, bumpers, dumbbells, etc e impartir clases on line de crossfit no solo a las personas que tenían los implementos sino también a personas que no los poseían.

En ese mismo año, cuando se salió de la cuarentena, la Jaula volvió a tener la misma o hasta más acogida, para el año 2021 cada Jaula consta de 4 entrenadores, todos ellos capacitados y con experiencia para impartir clases, debido a la gran cantidad de clientes que tiene.

Entre las Jaulas había 220 clientes.

En el mismo año la Jaula decide cambiar su imagen a una más moderna y también se afilia a crossfit inc, donde cambia su nombre a Crossfit LJ (abreviatura de La Jaula).



Ilustración 1. Antigua Imagen de La Jaula



Ilustración 2. Nueva imagen de la Jaula

En el año 2022 se expande mucho más y en agosto decide abrir un crossfit más en el sector de Rio Amarillo en las afueras de la ciudad de Cuenca.

Descripción de Crossfit LJ

Crossfit LJ o Crossfit la Jaula es una empresa del fitness dedicada a dar un excelente servicio brindando clases de crossfit. Está localizada en la ciudad de Cuenca. La primera “Jaula” en la ciudad tuvo su apertura a finales del año 2015; el segundo crossfit tuvo su apertura a inicios del año 2017 y el tercer establecimiento de la Jaula a principios de agosto del 2022 en la ciudad de Azogues.

Crossfit LJ tiene 3 centros de entrenamiento, el primero se encuentra en la panamericana Norte y Unión Soviética en el sector de Capulispamba; el otro se encuentra en la Avenida de las Américas y los Naranjos en el sector de la bomba Eloy Alfaro; y el tercero ubicado a las afueras de la ciudad de Cuenca en la Av. Del Tejar y Av. De la Hierba Luisa sector Rio Amarillo.

Los tres crossfits se encuentran distribuidos en 5 zonas. Una zona que se denomina box, donde los clientes realizan la actividad conocida como crossfit; dentro del mismo espacio se encuentra la segunda zona, en un costado de la primera zona, a este espacio se le denomina espacio de levantamiento; una tercera zona en la parte frente a la zona de levantamiento donde se encuentran todas las maquinas como: remo, air bikes, energy bikes, skys y bicicletas estáticas; el cuarto

espacio es en donde se encuentran todos los implementos como barra, discos, kettlebells, med balls, etc.; y la quinta parte que es la zona de un caunter con unas mesas y sillas para poder descansar y adquirir bebidas isotónicas. Todo esto abastece a una clase de 25 a 30 personas. Todos los boxes tienen casi las mismas dimensiones por lo tanto manejan las mismas zonas en todos.

Ilustración 3. Zona 1 y 2 (Box y zona de levantamiento)



Ilustración 4. Zona 3 (zona de máquinas)



Ilustración 5. Zona 4 (zona de implementos)



Ilustración 6. Zona 5 (caunter)



Las clases impartidas tienen una duración aproximada de sesenta minutos, en donde se sigue la misma línea de tiempo en todas las clases, primero un calentamiento general, luego un calentamiento específico, después la rutina, para finalmente terminar con un enfriamiento o calm down. Los horarios de atención varían entre jaulas; en el box ubicado en Capulispamba los horarios de lunes a viernes son 5 am, 6:15 am, 7:30am y 10 am en la mañana; en la tarde son 3pm, 4:15 pm, 5:30pm, 6:45pm y 8pm, y los días sábados los horarios son 6 am, 7am y 8am; mientras que en la que está ubicada en la Av. De las Américas y la que se encuentra en Rio Amarillo los horarios de lunes a viernes son de 5 am a 10 am, en la mañana, en la tarde son de 3 pm a 8 pm, mientras que los días sábado don de 8 am a 10 am.

Todas las clases están guiadas por un coach o entrenador, lo suficientemente capacitado, quien es el encargado de manejar la clase de la mejor manera y de enseñar, ayudar y supervisar los movimientos a realizarse en la clase. Las clases que son desde las 5 pm se manejan dos entrenadores debido a la gran cantidad de alumnos que demandan el servicio; tener dos

entrenadores ayuda a mejorar la atención, la forma de llevar la clase, y a dar un servicio de calidad, no obstante, muchas de las veces no se cuentan con los equipos suficientes para todos los alumnos.

La forma de pago depende de los planes y de la disposición que tenga el consumidor para entrenar; aparte depende a cuál de las tres Jaula el consumidor asiste:

Tabla 1. Crossfit LJ (Capulispamba)

Tipo de plan	Precio
Plan Anual	\$350
Plan semestral	\$200
Plan Mensual	\$40
3 días a la semana	\$35
Pago Diario	\$4
Tarjeta de 60 clases	\$60

Tabla 3. Crossfit LJ (Rio Amarillo)

Tipo de plan	Precio
Plan Anual	\$350
Plan semestral	\$200
Plan Mensual	\$40
3 días a la semana	\$30
Pago Diario	\$5
Tarjeta de 60 clases	\$60

Tabla 2. Crossfit LJ (Av. las Américas)

Tipo de plan	Precio
Plan Anual	\$350
Plan semestral	\$200
Plan Mensual	\$45
3 días a la semana	\$35
Pago Diario	\$5
Tarjeta de 60 clases	\$60

Si bien los pagos varían entre cada Jaula, los precios están adaptados a los precios que tiene el mercado. Crossfit LJ tiene 4 entrenadores certificados y debidamente capacitados para poder impartir una clase de crossfit; esta certificación la entrega crossfit inc.

1.2.1 Misión:

Según Moncayo (2018), la misión que tiene Crossfit LJ es mejorar el estilo y la calidad de vida de los clientes mediante un entrenamiento variado y seguro que sea beneficioso tanto a corto como a largo plazo.

1.2.2 Visión:

Moncayo (2018), plantea que la visión de la empresa como tal sería, ser líder en el mercado de crossfit en la ciudad de Cuenca ofreciendo facilidad de acceso a las instalaciones con la apertura de más sucursales alrededor de la ciudad, de tal manera de promover la práctica del ejercicio, mantener una vida sana y mejorar el estado físico de la población de Cuenca para el año 2020.

1.2.3 Valores:

Crossfit LJ se plantea los siguientes valores:

Puntualidad: Iniciar y terminar la clase en las horas establecidas para así valorar y respetar el tiempo de cada cliente.

Honestidad: Fomentar la honestidad con nuestros clientes aceptando críticas y consejos.

Compromiso: Comprometer al personal para el desarrollo de las actividades, y llegar a cumplir con los objetivos de la empresa.

Responsabilidad ecológica: No causar un impacto o daño al medio ambiente. Realizar actividades como reciclar y reusar.

Responsabilidad social: Fomentar un estilo de vida saludable, dando ejemplo todo el personal.

Seguridad: Ofrecer seguridad a los clientes en las rutinas y en movimientos sin causar lesiones ni daños a la integridad física.

Libertad de pensamiento y expresión: Acoger sugerencias, recomendaciones, críticas constructivas, etc. Debatir de manera correcta defendiendo a la empresa y al deporte.

La tarea de la empresa es dar a conocer estos valores al personal, para que sean transmitidos a los clientes.

1.2.4 Objetivos:

Los objetivos vistos como los estados o a las situaciones que una empresa pretende alcanzar son planteados para un periodo en específico, en el caso de CrossFit La Jaula los objetivos son planteados anualmente dependiendo de los recursos que tengan disponible para alcanzarlos.

Los objetivos para el periodo 2022 – 2023 son los siguientes:

- Promover un estilo de vida saludable entre los clientes de Crossfit La Jaula.
- Incrementar el número de locales a nivel local y nacional.
- Ubicarse como el mejor CrossFit de la ciudad de Cuenca y estar entre los 3 mejores crossfits del Ecuador.
- Certificar a todos los entrenadores y así tener a los mejores entrenadores de la ciudad.
- Tener a los mejores atletas a nivel nacional.

1.2.5 Estructura Organizacional:

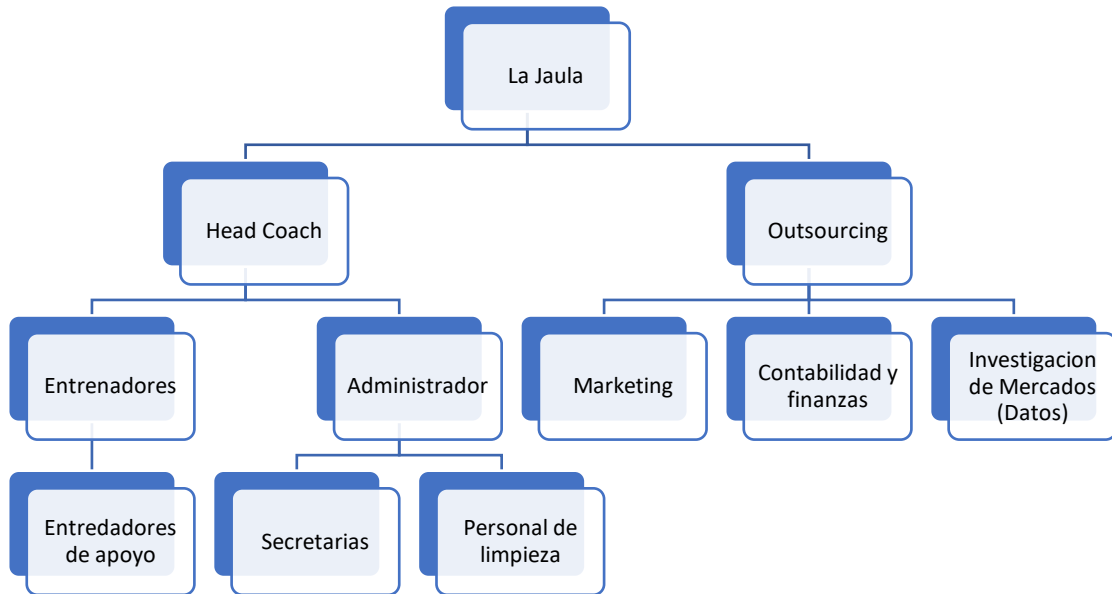


Gráfico 1. Estructura Organizacional

FUNCIONES:

Head Coach

- Planificar de manera adecuada la programación que se llevara a cabo en la semana tanto para clientes como para atletas de alto rendimiento.
- Atender las inquietudes y quejas de los clientes y de los demás entrenadores.
- Dirigir correctamente a los entrenadores sobre cómo llevar las clases y que realicen un trabajo de calidad.
- Supervisar que las políticas de la empresa se están llevando a cabo de la mejor manera.

Administrador

- Estar al día en pagos a los entrenadores y el resto del personal.
- Pagar los servicios de outsourcing y demás servicios.
- Realizar y mantener alianzas con marcas como: Lycan, Once Once y Dinamic, que son necesarias para brindar un servicio de calidad.

Entrenadores

- Brindar un servicio de calidad a todos los clientes.
- Escalar los entrenamientos, de ser necesario, dependiendo de las necesidades y capacidades de cada cliente
- Verificar que cada implemento este en su sitio correcto después de cada clase y al final del día.
- Informar la head coach sobre inconvenientes con clientes o con falta de cumplimiento de alguna política de la empresa.

Secretarias

- Brindar un servicio de calidad y una atención al cliente adecuada y con respeto.
- Hacer informes sobre los ingresos y egresos que tuvo la empresa en cada mes.
- Recibir pagos de mensualidades, así como también de pagos en el bar saludable.

Entrenadores de apoyo

- Estar atento a personas principiantes o nuevas para poderles guiar en el transcurso de cada entrenamiento.

Personal De Limpieza

- Limpiar la zona de entrenamiento.
- Limpiar baños y caunter.
- Limpiar y desinfectar implementos al final del día.

Outsourcing:

Crossfit LJ contrata terceros para las siguientes actividades:

Marketing:

- Manejo de redes sociales de la Jaula.
- Subir el post semanal denominados “información para el atleta”
- Dar posibles promociones que se podrían implementar en el crossfit.
- Crear contenido para las redes sociales.

Contabilidad Y Finanzas:

- Hacer las declaraciones de impuestos de cada mes.
- Llevar la contabilidad de la Jaula.
- Cancelar las declaraciones.

Investigación De Mercado:

- Llevar la información y datos de clientes activos y no activos.
- Llevar información de cuantos hay por clase.
- Llevar información de cuantas personas nuevas llegan y en que mes.

1.3 Análisis Interno de la Empresa

1.3.1 Proveedores

Entre los proveedores de Crossfit LJ se encuentran los siguientes:

- Implementos deportivos: Lycan, brindando un gran descuento en todos sus implementos por la alianza que mantiene Crossfit LJ con ellos.
- Indumentaria: Para los entrenadores la marca Once Once brinda la indumentaria necesaria como uniforme. Por lo general una vez cada 4 meses se saca ropa de marca La Jaula con la alianza de Once Once y se la vende en todas las Jaulas con un stock limitado.
- Piso: La empresa Biocaucho, es el encargado de brindar el piso de alto impacto para crossfit.
- Bar: En la zona del counter hay servicio de bebidas, estas bebidas tienen distintos proveedores:
 - Coca Cola Company: Powerade grande y pequeño
 - Fitenergy SA: Bebida energizante BANG.
 - Noa: Yogures griegos
 - Hemol: Aguas y Leches de soya.

1.3.2 Clientes:

Actualmente Crossfit LJ tiene más o menos 268 clientes distribuidos entre los tres crossfits; siendo el que mayor demanda tiene el que está ubicado en la Avenida de las Américas, con más de 152 clientes diarios.

Las edades de los clientes varían:

Tabla 4. Crossfit LJ Av de las Américas

<u>Edades</u>	<u>Número de clientes</u>
De 5 a 15 años	26
De 16 a 25 años	38
De 26 a 35 años	33
De 36 a 45 años	29
De 46 a 55 años	12
De 55 años en adelante	14
Total	152

Tabla 5. Crossfit LJ sector Capulispamba

Edades	Número de clientes
De 5 a 15 años	33
De 16 a 25 años	21
De 26 a 35 años	23
De 36 a 45 años	27
De 46 a 55 años	8
De 55 años en adelante	4
Total	116

Lamentablemente por ahora Crossfit LJ no tiene una manera de afianzar a los clientes a su marca.

1.3.3 Competencia:

Competencia directa: La competencia directa que tiene la Jaula es todos los boxes sin afiliación que imparten crossfit en Cuenca; que por el momento son alrededor de 14 boxes en la ciudad. Mientras que en la ciudad de Azogues son 4 boxes que imparten crossfit sin afiliación.

Tabla 6. Cuadro comparativo de la competencia directa

Crossfit en Cuenca	Posicionamiento	Precio	Ubicación	Servicios	Cobertura	Tecnología	Capacitación de entrenadores	Puntos
Crossfit LJ	5	4	5	4	5	4	5	32
Fit Me	4	3	5	3	4	3	2	24
Barracuda	-3	1	-3	0	-1	2	-1	-5
Pulso	-2	3	-1	2	1	2	3	8
Mattur Box	3	3	3	2	1	-2	0	10
El Box Cuenca	5	4	5	3	4	4	3	28
Zomos	3	1	-4	-2	2	-2	-2	-4
CMD	4	5	3	4	4	3	5	28
354 Box	2	4	4	3	3	2	-2	16
Granada	3	3	4	2	3	1	-4	12
Furia	1	-2	-3	1	2	-3	-4	-8
Forza Fit	3	4	5	4	3	4	2	25
Fitness Camp	2	2	-2	1	0	2	-2	3
StrongFit	4	4	4	4	4	4	4	28

Cuadro de comparación:

Tabla 7. Posicionamiento

Posición	Crossfit en Cuenca	Puntos
1	Crossfit LJ	5
1	El Box Cuenca	5
3	StrongFit	4
3	Fit Me	4
3	CMD	4
6	Granada	3
6	ForzaFit	3
6	Zomos	3
6	Mattur Box	3
10	354 Box	2
10	Fitness Camp	2
12	Furia	1
13	Pulso	-2
14	Barracuda	-3

Tabla 8. Precio

Posición	Crossfit en Cuenca	Puntos
1	CMD	5
2	Crossfit LJ	4
2	El Box Cuenca	4
2	354 Box	4
2	Forza Fit	4
2	StrongFit	4
7	Fit Me	3
7	Pulso	3
7	Mattur Box	3
7	Granada	3
11	Fitness Camp	2
12	Barracuda	1
12	Zomos	1
14	Furia	-2

Tabla 9. Ubicación

Posición	Crossfit en Cuenca	Puntos
1	Crossfit LJ	5
1	Fit Me	5
1	El Box Cuenca	5
1	Forza Fit	5
5	354 Box	4
5	Granada	4
5	StrongFit	4
8	Mattur Box	3
8	CMD	3
10	Pulso	-1
11	Fitness Camp	-2
12	Barracuda	-3
12	Furia	-3
14	Zomos	-4

Tabla 10. Servicios

Posición	Crossfit en Cuenca	Puntos
1	Crossfit LJ	4
1	CMD	4
1	Forza Fit	4
1	StrongFit	4
5	Fit Me	3
5	El Box Cuenca	3
5	354 Box	3
8	Pulso	2
8	Mattur Box	2
8	Granada	2
11	Furia	1
11	Fitness Camp	1
13	Barracuda	0
14	Zomos	-2

Tabla 11. Cobertura

Posición	Crossfit en Cuenca	Puntos
1	Crossfit LJ	5
2	Fit Me	4
2	El Box Cuenca	4
2	CMD	4
2	StrongFit	4
6	354 Box	3
6	Granada	3
6	Forza Fit	3
9	Zomos	2
9	Furia	2
11	Pulso	1
11	Mattur Box	1
13	Fitness Camp	0
14	Barracuda	-1

Tabla 12. Tecnología

Posición	Crossfit en Cuenca	Puntos
1	Crossfit LJ	4
1	El Box Cuenca	4
1	Forza Fit	4
1	StrongFit	4
5	Fit Me	3
5	CMD	3
7	Barracuda	2
7	Pulso	2
7	354 Box	2
7	Fitness Camp	2
11	Granada	1
12	Mattur Box	-2
12	Zomos	-2
14	Furia	-3

Tabla 13. Capacitación de entrenador

Posición	Crossfit en Cuenca	Puntos
1	Crossfit LJ	5
1	CMD	5
3	StrongFit	4
4	Pulso	3
4	El Box Cuenca	3
6	Fit Me	2
6	Forza Fit	2
8	Mattur Box	0
9	Barracuda	-1
10	Zomos	-2
10	354 Box	-2
10	Fitness Camp	-2
13	Granada	-4
13	Furia	-4

Competencia indirecta: La competencia indirecta es toda empresa que este en la industria del fitness. En la ciudad existen varios centros de entrenamiento funcional, gimnasios, entrenadores personales, etc. Según la experiencia de los dueños de Crossfit LJ los que son más significativos en lo que a competencia se refiere son los gimnasios. En la ciudad de Cuenca existen alrededor de 60 gimnasios por toda la ciudad. A continuación, la tabla mostrara los 20 más importantes y de mayor demanda en Cuenca:

Tabla 14. Cuadro comparativo de competencia indirecta

Gimnasios en Cuenca	Posicionamiento	Precio	Ubicación	Servicios	Cobertura	Tecnología	Capacitación de entrenadores	Puntos
Dorian	5	4	4	4	3	2	4	26
Fitness Club	3	3	4	3	1	2	3	19
Titanes	-3	1	-2	1	-3	-4	-4	-14
Art Gym	-2	-2	-3	-1	-4	1	-2	-13
Pitbull Sport Gym	-4	-3	-5	1	-2	-3	1	-15
Sparta Gym	4	3	4	4	4	3	2	24
Fox gym	5	4	5	4	3	3	3	27
Gorila Mega Gym	3	4	4	3	3	2	3	22
Axxion Fitness	4	4	4	4	3	3	3	25
Cam Gym	5	4	4	3	2	4	4	26
My gym	2	3	3	2	1	1	3	15
Troya Gym	3	1	2	1	2	2	2	13
Gimnasio G	1	2	3	2	1	2	3	14
G&G	3	3	4	4	3	2	1	20
Hulk Gym	-1	1	-4	2	1	0	-3	-4
The magic Gym	-3	-2	1	-5	-2	1	-4	-14
Bunker Sport Gym	-3	-2	0	2	2	-3	1	-3
Fitness Room	5	4	5	3	3	3	4	27
Bernys Fit Dance	4	4	4	4	3	2	4	25
Fortsa Gym	3	2	3	2	2	3	3	18

Cuadros Comparativos:

Tabla 15. Posicionamiento

Posición	Gimnasios en Cuenca	Puntos
1	Fitness Room	5
1	Dorian	5
1	Fox gym	5
1	Cam Gym	5
5	Sparta Gym	4
5	Axxion Fitness	3
5	Bernys Fit Dance	3
8	Fitness Club	3
8	Gorila Mega Gym	3
8	Troya Gym	3
8	Fortsa Gym	3
8	G&G	3
13	My gym	2
14	Gimnasio G	1
15	Hulk Gym	-1
16	Art Gym	-2
17	Titanes	-3
17	The magic Gym	-3
	Bunker Sport	
17	Gym	-3
20	Pitbull Sport Gym	-4

Tabla 16. Precio

Posición	Gimnasio en Cuenca	Puntos
1	Dorian	4
1	Fox gym	4
1	Gorila Mega Gym	4
1	Axxion Fitness	4
1	Cam Gym	4
1	Fitness Room	4
1	Bernys Fit Dance	4
8	Fitness Club	3
8	Sparta Gym	3
8	My gym	3
8	G&G	3
12	Gimnasio G	2
12	Fortsa Gym	2
14	Titanes	1
14	Troya Gym	1
14	Hulk Gym	1
17	Art Gym	-2
17	The magic Gym	-2
17	Bunker Sport Gym	-2
20	Pitbull Sport Gym	-3

Tabla 17. Ubicación

Posición	Gimnasio en Cuenca	Puntos
1	Fox gym	5
1	Fitness Room	5
3	Dorian	4
3	Fitness Club	4
3	Sparta Gym	4
3	Gorila Mega Gym	4
3	Axxion Fitness	4
3	Cam Gym	4
3	G&G	4
3	Bernys Fit Dance	4
11	My gym	3
11	Gimnasio G	3
11	Fortsa Gym	3
14	Troya Gym	2
15	The magic Gym	1
16	Bunker Sport Gym	0
17	Titanes	-2
18	Art Gym	-3
19	Hulk Gym	-4
20	Pitbull Sport Gym	-5

Tabla 18. Servicio

Posición	Gimnasio en Cuenca	Puntos
1	Dorian	4
1	Sparta Gym	4
1	Fox gym	4
1	Axxion Fitness	4
1	G&G	4
1	Bernys Fit Dance	4
7	Fitness Club	3
7	Gorila Mega Gym	3
7	Cam Gym	3
7	Fitness Room	3
11	My gym	2
11	Gimnasio G	2
11	Hulk Gym	2
11	Bunker Sport Gym	2
11	Fortsa Gym	2
16	Titanes	1
16	Pitbull Sport Gym	1
16	Troya Gym	1
19	Art Gym	-1
20	The magic Gym	-5

Tabla 19. Cobertura

Posición	Gimnasio en Cuenca	Puntos
1	Dorian	3
1	Fox gym	3
1	Gorila Mega Gym	3
1	Axxion Fitness	3
1	G&G	3
1	Fitness Room	3
1	Bernys Fit Dance	3
1	Sparta Gym	3
9	Cam Gym	2
9	Troya Gym	2
9	Bunker Sport Gym	2
9	Fortsa Gym	2
13	Fitness Club	1
13	My gym	1
13	Gimnasio G	1
13	Hulk Gym	1
17	Pitbull Sport Gym	-2
17	The magic Gym	-2
19	Titanes	-3
20	Art Gym	-4

Tabla 20. Tecnología

Posición	Gimnasio en Cuenca	Puntos
1	Cam Gym	4
2	Sparta Gym	3
2	Fox gym	3
2	Axxion Fitness	3
2	Fitness Room	3
2	Fortsa Gym	3
7	Dorian	2
7	Fitness Club	2
7	Gorila Mega Gym	2
7	Troya Gym	2
7	Gimnasio G	2
7	G&G	2
7	Bernys Fit Dance	2
14	Art Gym	1
14	My gym	1
14	The magic Gym	1
17	Hulk Gym	0
18	Pitbull Sport Gym	-3
18	Bunker Sport Gym	-3
20	Titanes	-4

Tabla 21. Capacitación de entrenadores

Posición	Gimnasio en Cuenca	Puntos
1	Dorian	4
1	Cam Gym	4
1	Fitness Room	4
1	Bernys Fit Dance	4
5	Fitness Club	3
5	Fox gym	3
5	Gorila Mega Gym	3
5	Axxion Fitness	3
5	My gym	3
5	Gimnasio G	3
5	Fortsa Gym	3
12	Sparta Gym	2
12	Troya Gym	2
14	Pitbull Sport Gym	1
14	G&G	1
14	Bunker Sport Gym	1
17	Art Gym	-2
18	Hulk Gym	-3
19	Titanes	-4
19	The magic Gym	-4

1.3.4 FODA:

Esta herramienta permite conocer la situación actual de la empresa, tomando en cuenta los factores internos y externos que influyen en su funcionamiento.

Fortalezas:

- Las clases impartidas están a cargo de entrenadores altamente capacitados y con su debida certificación.
- La infraestructura y la maquinaria para realizar los entrenamientos tiene una capacidad para 25 personas, esto está por encima de la media que maneja la industria.
- Tiene un gran número de máquinas para realizar Crossfit.
- Los implementos que utiliza son de la mejor calidad en el mercado.
- Crossfit La Jaula cuenta con tres locales ubicados estratégicamente.

Debilidades

–El manejo de la publicidad y redes es muy pobre debido a falta de orden y designación de actividades.

–No existe una persona encargada de llevar cuentas de caja e inventario.

–En horarios con abundante flujo de clientes existe una falta de implementos.

–Baños y vestidores muy desordenados.

–Carencia de casilleros.

–Falta de tecnología para formas de pago y manejo de clientes.

Oportunidades:

–En los últimos 10 años Crossfit como deporte y como marca ha tenido un crecimiento exponencial.

–Alianzas con empresas de implementos deportivos y empresas de la industria de salud y deporte.

–Actualmente, y debido a la pandemia, más personas les interesa el deporte, por esta razón, hay mucha más demanda de centros deportivos y de entrenamiento.

Amenazas:

–Gran número de competidores en la industria.

–Personas no capacitadas se creen entrenadores y ponen en riesgo la salud de las personas.

–Falta de información y estudios del deporte en la salud de las personas.

–Gran variedad de movimientos que pueden llevar a futuras lesiones si no se los enseña de manera correcta.

–Se encuentra programaciones de manera muy sencilla en internet.

–Crossfit es un deporte que se lo puede practicar en cualquier lugar.

Capítulo 2

2.1 Introducción:

En este capítulo analizaremos a profundidad la industria del fitness, como se desenvuelve en la ciudad y en el país.

Se analizarán varios factores críticos que mantienen a las empresas de la industria competitivamente activas, así como el FODA, las 5 fuerzas de Porter y la cadena de valor de la industria.

2.2 Análisis de la industria del fitness

2.2.1 Factores críticos relevantes para estar competitivamente activo en la industria

Desde la experiencia y los años que llevan en la industria del fitness, varios entrenadores exitosos en el Ecuador definieron 8 factores críticos de suma importancia para poder estar competitivamente activo (Izquierdo et al., 2019).

– **Infraestructura e instalaciones adecuadas:** La infraestructura es uno de los factores críticos fundamentales en el que los consumidores más se fija el rato de pagar su membresía en cualquier deporte o tipo de entrenamiento. Una infraestructura amplia en donde puedan entrar varios equipos y clientes es necesario para poder triunfar en la industria del fitness. Un cimiento amplio puede ayudar a los dueños a distribuir de mejor manera sus clientes y sus máquinas.

Con relación a las instalaciones, un baño amplio y vestidores es lo que buscan los consumidores en un buen centro de entrenamiento deportivo. Aparte que las instalaciones cuenten con un estacionamiento es parte fundamental para mayor comodidad del cliente.

– **Implementos:** Tener implementos deportivos de buena calidad se ha vuelto muy importante en la industria del fitness, implementos duraderos y cómodos para los consumidores mantendrá enganchado a los clientes.

El mercado de implementos deportivos está innovando con distintos tipos de materiales, haciendo los implementos cada vez más cómodos y fáciles de usar para las personas, si un centro de entrenamiento deportivo, quiere estar en constante pelea en el mercado, tiene que tener implementos cómodos y duraderos.

– **Entrenadores capacitados/certificados:** Tener un entrenador o varios, dependiendo del número de clientes que posean, siempre y cuando estos entrenadores cuenten con la certificación o capacitación requerida.

En crossfit existen varios niveles de certificación. Para tan solo dar clase o ser un ayudante de clase se necesita un Level 1. Para poder tener un crossfit a tu cargo como entrenador de cabeza o head coach se necesita un Level 2, la condición para poder pasar un Level 2 es tener 3 años de experiencia como Level 1 dando clase en un crossfit y hacer la mayoría de cursos on-line en la página de crossfit.com. El siguiente nivel es el Leve 3 de crossfit, en donde tienes que tener ya más de 3 años siendo un head coach en un crossfit avalado por Crossfit inc. Finalmente llega el staff de crossfit, esto es para poder impartir los cursos antes mencionados (Level 1, Level 2 y Level 3) en donde tienes que hacer una investigación y un artículo científico con relación a crossfit.

– **Tecnología:** Las máquinas y las formas de llevar las membresías de los clientes pesa bastante para que los clientes queden satisfechos con el servicio.

Maquinas como remos, bicis, corredoras, etc innovan rara vez, por lo tanto, tener máquinas de última época es mejor y más atractivo para los clientes.

Las aplicaciones ayudan a que el servicio sea más fácil para el dueño y para mejorar los datos que llevan. Aparte también estos sistemas ayudan a los clientes a poder llevar mejor su progreso y ver que toca día a día.

– **Limpieza y organización:** El orden y una buena organización es importante visualmente para los clientes. Mantener un orden armónico en las cosas pone la balanza a favor el rato de elegir en donde entrenar.

Al igual mantener la limpieza del lugar y de los implementos para que el resto de clientes pueda usar sin problema hoy en día es importante por la pandemia que vivimos y será un punto a favor cuando el cliente elije el lugar en donde entrenar (Izquierdo et al., 2020).

– **Atención al cliente:** Tener el debido respeto siempre a los clientes, recibir sus quejas, dudas y recomendaciones con la mejor actitud hará que el negocio prospere, ya que es una buena sensación para los clientes cuando son escuchados.

– **Posicionamiento de la marca:** El nombre de tu centro de entrenamiento es importante que lo sepan bien tus clientes, que sea corto y fácil de acordarse, para poder llamar la atención de los clientes.

Que tu marca sea posicionada en la mente de los clientes ayuda a elegir el lugar para ellos entrenar.

– **Ubicación:** Que el centro de entrenamiento deportivo tiene que ser estratégico, en una calle medio concurrida y conocida para que los clientes se ubiquen fácilmente y sin problema, estar a la vista del consumidor el nombre del centro hace mucho más fácil la elección de los clientes.

2.3 Estudiar el entorno micro

2.3.2 Las 5 fuerzas de Porter de la industria.

– **El poder de los clientes en la industria:** Existen varios determinantes para examinar el poder de negociación de los clientes, a continuación, cada uno de ellos analizado:

- Volumen de los clientes: Fuerza alta. En la industria del fitness cada vez existen más clientes, esto debido a que ya sea por obligación, debido a una situación delicada de salud o por a ayudar y acompañar a un amigo, o tan solo por decisión propia, la gente va cambiando de mentalidad y opta por llevar un estilo de vida más saludable practicando cualquier tipo de deporte.
- Costes cambiantes de los clientes con los de las empresas: Fuerza alta. Como el fitness es una industria que no tiene regulación en precios, los clientes siempre optaran al principio por lugares mucho mas baratos o con bajo coste para ellos.
- Información de clientes: Fuerza baja. Debido a la tecnología existen aplicaciones que nos ayudan a encontrar los gustos de los clientes y la información del deporte que le atrae o que le gusta.
- Precio: Fuerza media. En esta industria no hay leyes que regulen el precio de mercado por lo tanto hay lugares que básicamente regalan su trabajo por obtener más clientes.
- Diferencias de producto: Fuerza media. Existen varias diferencias de servicios de fitness, tales como: gimnasios, crossfits, aeróbicos, spinning, pesas, etc.
- Identidad de marca: Fuerza baja. Para triunfar en esta industria tienes que tener una identidad definida de a qué vas a dedicar tu tiempo y que le vas a brindar a tu cliente.
- Impacto de calidad: Fuerza alta. La calidad en el servicio y en los métodos de entrenamiento tienen que ser los mejores en esta industria, esto diferenciara de la competencia.

En la industria del fitness los clientes tienen un poder bastante alto. Ya que tiene varias opciones de donde puedan escoger, no solo como crossfit, si no como gimnasios, centros de entrenamiento funcional, etc. Aparte que no hay una regulación de precios por ende gimnasios o crossfit que quieren hacer competencia a ganar gente ponen precios demasiado bajos y los clientes prefieren escogerlos. A pesar de los precios más bajos en el mercado, últimamente, los consumidores están optando por preferir entrenadores certificados y con vasta experiencia en el mundo del fitness para poder mejorar y poder llegar a sus objetivos (Perreault & McCarthy, 2002).

– **El poder de los Proveedores:** Existen varios determinantes para examinar el poder de los proveedores, a continuación, cada uno de ellos analizado:

- Costes cambiantes de proveedores y empresas de la industria: Fuerza media. En la industria del fitness si los proveedores cambian los costes en los implementos deportivos, los costes de las empresas también cambian, aunque no cambian el precio; ahora en suplementos deportivo y en bebidas energéticas y comida, si el coste de las empresas bajo o subió, el precio también cambia.
- Presencia de factores sustitutivos: Fuerza alta. En implementos deportivos no existen sustitos, es un bien que no se puede sustituir, pero si podemos encontrar de distintas calidades con diferentes proveedores.

El poder de los proveedores en bebidas energéticas y de hidratación es baja ya que existen distintos tipos de proveedores y la mayoría de empresas de la industria se surten con los diferentes tipos de proveedores. Con relación a los proveedores de proteínas y suplementos deportivos igual el nivel es relativamente bajo ya que existen varias marcas y tipos con los mismos precios en el mercado. Ahora con relación a los proveedores de implementos deportivos, existe un poder bastante alto de la empresa Lycan ya que tiene implementos de calidad y durabilidad en la industria del fitness.

– **La amenaza de nuevos competidores:** Existen varias barreras de entrada que analizaremos a continuación:

- Diferenciación de productos: Fuerza alta. En la industria del fitness existen varios tipos de servicios que las diferencias son muy marcadas, como por ejemplo el gimnasio y el crossfit, ambos venden salud y un estilo de vida saludable pero cada uno utiliza distintos métodos de entrenamiento.

- Identidad de marca: Fuerza baja. Lamentablemente en esta industria muy pocas marcas logran tener su identidad, ya que la mayoría no tiene estrategias para impulsar su negocio y así lograr más clientes.
- Necesidad de capital: Fuerza alta. En esta industria no se necesita demasiado capital para la infraestructura, pero si se necesitó capital bastante amplio para los implementos deportivos y para la capacitación y certificación de entrenadores.
- Política gubernamental: Fuerza baja. Como se menciona repetitivamente, lamentablemente no existen políticas para regular la industria del fitness.

Amenaza media. La amenaza de los nuevos competidores es media. En la industria del fitness siempre existen nuevos competidores la mayoría del tiempo, por lo general, estos nuevos competidores llegan con nuevas y novedosas estrategias de entrenamiento que llaman la atención de los consumidores, por lo tanto, en esta industria hay que estar en constante estudio e innovación.

– **La amenaza de nuevos productos sustitutos:** Hay algunos determinantes de una amenaza de sustitución que a continuación se analiza:

- Costes cambiantes: Fuerza media. Los costes cambian dependiendo de que actividad desempeñe. Y así como los costes cambian el precio también cambia dependiendo de la actividad.
- Propensión de los clientes a sustituir. Fuerza alta. Hay algunos deportes en la industria que es mucho más costosos practicarlos que otros, ya que cambian la metodología de entrenamiento, por lo general, los clientes deciden sustituir el deporte que practican por uno más barato cuando el ingreso de ellos disminuye.

Amenaza alta. Las amenazas que tiene la industria del fitness en productos sustitutos es alta, ya que existen varios centros de entrenamiento como gimnasios, centros de calistenia, centro de levantamiento de pesas, centro de entrenamientos funcional, canchas sintéticas, y todo lo que tenga que ver con algún deporte en general.

– **La rivalidad entre competidores:** Las determinantes de la rivalidad entre competidores son:

- Crecimiento de la industria: Fuerza alta. La industria del fitness está en constante crecimiento, ya que cada vez practicar algún tipo de entrenamiento físico se está volviendo popular entre las personas.

- Diferencia de producto: Fuerza media. En esta industria los productos son muy diferentes, existe crossfit, gimnasio, calistenia, natación, futbol, etc. Que muchas veces se complementan unos a otros, pero cada uno utiliza su método para poder ayudar a los consumidores.
- Identidad de marca: Fuerza baja. Lamentablemente en esta industria ciertas empresas logran encontrar su propósito y a dónde quiere llegar como marca y como nombre de empresa, ya que la mayoría no tiene estrategias para impulsar su negocio y así lograr más consumidores y clientes.
- Diversidad de competidores: Fuerza alta. La industria del fitness es una de las más competitivas, ya que existe una gran cantidad de competidores y cada uno pone el precio que él cree justo y no analiza el resto de empresas que están en la industria.
- Barreras de salida: Fuerza baja. No existe barreras de salida para esta industria.

Rivalidad media. En la industria del fitness especialmente en el mundo del crossfit existe una comunidad, donde todos se ayudan, no hay una revalidad muy alta, cada uno tiene su trabajo y lo cumple, existen crossfit mucho más demandados que otros por su excelente servicio.

2.3.3 Cadena de Valor:



Gráfico 2. Margen: Por lo general el margen de ganancia en esta industria es medio-alto

Actividades primarias:

–**Logística interna:** Se trata de programar de manera correcta las actividades y los entrenamientos a realizarse durante todo el mes y también de organizar a todos los entrenadores para que puedan impartir clase de manera rápida y efectiva, siguiendo la línea de tiempo estratificada en la programación.

–**Logística externa:** En esta industria no existe una logística externa.

–**Operaciones:** Para que el servicio sea el mejor y de calidad, la industria del fitness por lo general siempre tiene: entrenadores que son los encargados de dar clase o poner rutinas y enseñar movimientos, secretarías que son las que reciben a los clientes y están pendientes de las ventas de bebidas hidratantes, proteínas, etc.

–**Marketing:** En esta industria la competencia es muy fuerte, por lo general el marketing se desarrolla mucho más en las redes sociales y de “boca en boca” donde cada cierto tiempo existen promociones donde se incentiva a la gente a cambiar su estilo de vida por uno más saludable.

–**Servicio:** Un servicio de calidad por los entrenadores es lo que hace que la empresa sea competitiva a nivel de la industria, la buena atención, la capacitación y el conocimiento que deben tener todos los entrenadores hace que un cliente se decida en donde entrenar.

Actividades secundarias:

–**Infraestructura:** La infraestructura de los centros de entrenamiento debe ser grande y amplia, para que los clientes se sientan cómodos y tengan el suficiente espacio para realizar sus entrenamientos.

–**Uso de la tecnología:** En la industria del fitness se está innovando en constantemente en la tecnología donde nuevas aplicaciones para poder hacer diferentes deportes están todo el tiempo saliendo. Y existen innovaciones en las máquinas que normalmente se usan para practicar algún tipo de deporte.

–**Recursos humanos:** Los entrenadores tienen que estar en constante capacitación y contar con la debida experiencia para poder manejar a las personas de la mejor manera.

–**Compras:** Las compras en los implementos para realizar las actividades físicas siempre van a estar a cargo del entrenador de cabecera o “head coach”, mientras que la de bebidas hidratantes, energéticas, proteínas, etc, van a estar a cargo de las secretarías.

2.4 Estudiar el entorno Macro:

2.4.1 FODA de la industria:

Existen diversas formas y métodos de entrenamiento en el mercado, motivo por el cual analizar aquellos factores que permiten diferenciarse y aquellos que implican una debilidad, constituye una fuente mediante la cual el método CrossFit puede fortalecerse y ganar posición en el mercado.

Fortalezas de la industria

- En el último tiempo las personas saben que el deporte es igual a una vida sana y saludable.
- Fácil acceso a información de métodos de entrenamiento para todos los deportes.
- Los productos tecnológicos, como relojes, celulares, aplicaciones que llevan su progreso, etc, cada vez son mejores para ayudar a las personas en sus entrenamientos.
- Inversión en infraestructura es barata.
- Campañas de concientización para que las personas se muevan más y lleven una vida más activa.

Debilidades de la industria

- Alto índice de lesiones por malas prácticas.
- Entrenadores sin la correcta capacitación otorgan un servicio de mala calidad ahuyentando clientes.
- Implementos deportivos y equipos son de alto costo para cualquier deporte.

Oportunidades de la industria

- Todas las empresas que se encuentran en la industria del fitness, tienen la finalidad de brindar salud a la población ecuatoriana, ya que el índice de obesidad a incrementado de forma significativa en el último tiempo.
- Acoplamiento deportivo, varios deportes se ayudan de otros para poder mejorar de manera más rápida y significativa.
- Posibilidad de alianzas estratégicas con restaurantes de comida saludable, proveedores de implementos deportivos, vendedores de suplementos deportivos y varias instituciones que ayuden a tener un estilo de vida saludable.

–La industria cada vez se hace más fuerte alrededor del mundo lo que hace que las barreras de entrada sean más fáciles.

Amenazas de la industria

–Nuevos métodos de entrenamientos que aún no son lo suficientemente estudiados ya se ponen en práctica por algunos entrenadores en la industria.

–Pandemias y enfermedades, hacen que la gente no pueda movilizarse a centros de entrenamiento deportivo.

–Existen proyectos financiados por el gobierno que no tienen costo.

–Demasiada información basura para que los clientes puedan crear su propio entrenamiento.

–No existe una regulación o leyes que regulen los precios de la industria del fitness.

Capítulo 3: Investigación de mercado de Crossfit LJ

3.1: Plantear objetivos de la investigación:

Crossfit LJ ha estado en la industria del fitness por más de 8 años en la ciudad de Cuenca, donde el crecimiento de personas por practicar algún tipo de deporte a crecido exponencialmente en el último tiempo debido a diferentes factores: la pandemia, buscar un estilo de vida saludable, verse y sentirse mejor, etc.

Debido a este crecimiento en la industria hubo mucho más acogida de clientes al inicio, lamentablemente en el último tiempo este crecimiento se ha visto estancado.

Por esta razón el conocer de mejor manera el mercado en donde se desarrolla la empresa ayudara a plantear estrategias a seguir para que la organización lleve sus actividades de manera más efectiva.

3.1.1: Objetivo General:

Determinar qué factores críticos permitirán a Crossfit LJ elaborar un plan de marketing estratégico con el fin de crear una ventaja competitiva.

3.1.2: Objetivos específicos:

- Conocer los factores por los cuales una persona no desarrolla una actividad física.
- Entender los motivos que llevan a una persona a desarrollar una activada física.
- Establecer que factores impiden que una persona realice Crossfit.
- Comprender cuales son los motivos por los que una persona realiza Crossfit.
- Conocer nuevos segmentos de mercado a los cuales pueda llegar a ofertar sus actividades Crossfit LJ.
- Determinar los motivos, beneficios, cualidades, demandas que tienen los cuencanos al elegir un centro en donde desarrollar una actividad física.
- Identificar a las principales actividades sustitutas que tiene Crossfit.
- Conocer cuáles son los medios más usados para la búsqueda de información de opciones para realizar una actividad física.

3.2: Estudio cualitativo:

Para el estudio cualitativo se tomará en cuenta técnicas como: grupos focales, entrevistas, experiencias personales, observaciones e información histórica que nos ayude a recopilar información sobre de cómo se percibe este deporte a nivel de la ciudad.

Para la etapa de investigación cualitativa del plan de marketing estratégico para un crossfit en la ciudad de Cuenca se realizara dos puntos: el primero un grupo focal que estará formado por 6 personas que realizan CrossFit por lo menos 6 meses, ya que con ese tiempo, ya pueden tener un criterio claro de que conlleva y que se necesita para realizar este deporte y poder expresar una opinión de que factores son los que le permiten seguir asistiendo al lugar de entrenamiento y los motivos negativos que encuentra en el día a día al desarrollar esta actividad.

Se contará también con personas que practican otra actividad física y así determinar cómo se lo ve al Crossfit desde el punto de vista de otros deportes. Se tendrá la presencia de entrenadores que den su opinión experta sobre el desarrollo de este deporte. Finalmente estarán presentes personas que no realizan ninguna actividad física para determinar los motivos que impiden que una persona realice deporte.

Además, en la investigación cualitativa se realizarán entrevistas a expertos en los campos de nutrición, salud y Crossfit, en donde nos darán su punto de vista del deporte. En el ámbito de nutrición se entrevistará a nutricionistas locales para saber si recomiendan o no Crossfit como deporte para mantener un estilo de vida saludable. En el ámbito de la salud los expertos serán cardiólogo, médico general y fisioterapeuta, donde ellos brindaran su punto de vista del deporte y si este es considerado peligroso o no para la vida de las personas.

Finalmente se entrevistará a un coach Level 2, este es un título otorgado por Crossfit inc. Para aquellos entrenadores que están suficientemente capacitados para poder transmitir este deporte al resto de personas.

3.2.1 Grupo Focal:

Los grupos focales es una herramienta que se utiliza en la investigación cualitativa, que consiste en efectuar una serie de preguntas a un grupo de personas con la finalidad de conocer los distintos criterios respecto a un tema.

Este grupo focal se desarrolló con la ayuda de 14 integrantes y se logró desarrollar el análisis de sus opiniones.

–3 entrenadores altamente capacitados ajenos a Crossfit La Jaula

–4 personas que practican distintos deportes (gimnasio, natación, bmx, hit box)

–4 personas que no desarrollan ninguna actividad física.

–3 personas que llevan a cabo la actividad de interés conocida como Crossfit, pero en establecimientos distintos (Arutam, Forza Fit, y Fit Me)

Temas a tratar en el grupo focal:

Motivos para hacer ejercicios

Los motivos que se habló en el grupo fueron varios pero los que sobresaltaron y tuvieron mayor discusión fueron: por estética, para verse bien y sentirse bien en frente a un espejo; por salud, ya que ahora para mantener un estilo de vida saludable se debe realizar actividad física; para quitar el estrés del día a día, coincidieron que al entrenar los problemas y el estrés disminuyen.

Factores que impiden que las personas practiquen deportes

Los factores que se discutieron a profundidad fueron dos:

–El tiempo: Un gimnasio o crossfit no abre las 24 horas del día toda la semana, lo que impide que las personas puedan asistir a los entrenamientos debido al corto tiempo que a veces tienen en sus agendas, la mayor parte del tiempo la pasan en el trabajo.

–Los niños: Las personas del grupo que tienen niños a su cargo, coincidieron que en varias ocasiones no pueden asistir a los entrenamientos debido a que deben cuidar los niños y en donde realizan deporte no está adaptado con una zona para niños.

Frecuencia con la que practican deportes

Más de un 60% del grupo coincidió que hacen deporte de 3 a 5 veces por semana, ya sea de lunes a viernes o tres veces entre semana y todo el fin de semana.

Factores que llevan a que la persona escoja un deporte

Varios fueron los puntos de discusión en este tópico, los que más resaltaron fueron: que el deporte sea amigable y que les guste realizar, que sea un deporte de compañerismo donde se tenga

un ambiente de amistad, y finalmente que no tenga un costo muy alto y no se necesite nada extra a la ropa deportiva para poder realizar los ejercicios o entrenamiento.

Actividades complementarias a la práctica deportiva

Las actividades complementarias que se hablaron no fueron muchas, se habló solo de seguir una dieta de comida saludable y caminar o correr los fines de semana que no se abren los centros de entrenamiento deportivo.

Ambiente y espacio del lugar de entrenamiento

70% de las personas coincidieron que el ambiente de entrenamiento debe ser amigable, es decir, entrenadores que puedan o sepan dirigirse de manera correcta a los clientes, ya que es un lugar donde ellos buscan salir de la rutina y desestresarse, de igual forma el 100% de todo el grupo coincidió que el lugar debe ser limpio y aseado en todo momento para poder sentirse a gusto entrenando.

Métodos que utiliza crossfit

Los entendidos en crossfit del grupo opinaron que los métodos de entrenamiento de crossfit son altamente eficaces y eficientes buscando siempre que las personas mejoren a un ritmo moderado. Ahora las personas que no tenían el conocimiento de los métodos de crossfit, acotaron que si bien no conocen los métodos que maneja crossfit han visto que las personas que realizan este tipo de actividad llegan a los objetivos deseados en un plazo corto a comparación de las personas que realizan otro tipo de deporte.

Valores añadidos a un método de entrenamiento

La gran parte del grupo coincidió que todos los centros o la gran mayoría de centro deportivos deberían añadir una guía nutricional dictada o recomendada por nutricionistas, aparte también concordaron en que se debería impartir charlas motivacionales para poder seguir entrenando y seguir en el proceso para alcanzar sus objetivos.

Medios de comunicación

Se pudo conocer que el 100% del grupo utiliza tres redes sociales para poder conocer y dar a conocer su progreso, estos son Instagram, Facebook y Tik Tok, estas son las redes que utilizan la

mayoría de los jóvenes para subir fotos o videos y enterarse de las noticias. Se discutió también que sería mejor tener una aplicación del centro deportivo donde puedan ver sus rutinas, progresos, puedan reservar sus clases, y adquieran puntos canjeables cada vez que logren un objetivo planteado

3.2.2: Entrevista a expertos:

La técnica de entrevista a expertos ayuda a entender distintos aspectos del tema tratado desde un punto de vista profesional.

Los profesionales elegidos son personas que abarcaran el campo de la salud de acuerdo al área que cada uno domina, la finalidad es conocer variables que no se toman en consideración desde un punto de vista neutro.

Entrevista a un Médico, fisioterapeuta y un cardiólogo de la ciudad de Cuenca:

Entrevista a Pablo Vásquez médico general de la ciudad de Cuenca, más de 35 años de experiencia en medicina y profesor de la universidad Católica de Cuenca:

¿Cuál es su visión general sobre el método CrossFit en la ciudad de Cuenca?

La visión que se tiene sobre cualquier tipo de deporte en general es muy buena, sobre CrossFit he escuchado muy poco, mis pacientes más jóvenes y mis alumnos hablan de que entrenan crossfit, he leído un poco sobre el tema y me parece un deporte bastante completo e interesante.

¿Qué tan importante considera practicar actividad física para mantener un buen estado de salud?

Hoy en día es de vital importancia hacer cualquier tipo de actividad física, ya sea un niño de 5 años como una persona adulta de 80 años, mantenerse en actividad ha demostrado alargar la vida de las personas, mantener un buen estado de salud tanto físico como mental.

¿Cuál considera como una edad adecuada para empezar a practicar un deporte?

Depende mucho del deporte a cuál quiera iniciar, pero la edad media para empezar a hacer actividad física de cualquier tipo es de 8 a 9 años de edad.

¿Están ligadas algunas enfermedades con el sedentarismo?

Hay varias enfermedades ligadas al sedentarismo, algunas de ellas son: obesidad, enfermedades cardiorrespiratorias, colesterol alto, diabetes, presión arterial entre otras más.

¿Existen factores que impiden que una persona practique CrossFit?

Considero que no, siempre y cuando el entrenador tenga las faltades intelectuales para poner una rutina a todo tipo de personas.

¿El uso de suplementos es para todas las personas que practican deporte?

Varios estudios han demostrado que es mejor el uso de ciertos suplementos deportivos pasados los 18 años de edad, hay algunos como la creatina que se puede ingerir a cualquier edad sin ningún problema.

Entrevista a Liss Peñaloza, fisioterapista de más de 3 años de experiencia en la ciudad de Cuenca:

¿Cuál es su visión general sobre el método CrossFit en la ciudad de Cuenca?

Crossfit es uno de los deportes más completos que se puede hacer, involucra varios grupos musculares en tan solo un ejercicio, a mi forma de verlo uno de los mejores deportes que pueden practicar y que lo recomiendo mucho a mis pacientes.

¿A que crossfit recomiendas a tus pacientes que vayan?

A un box que tengan instructores altamente capacitados y certificados, como El Box, la Jaula, Strongfit y Pulso.

¿Qué tan importante considera practicar actividad física para mantener un buen estado de salud?

Es de mucha importancia por lo menos 30 min de ejercicio al día, ya sea caminar, trotar, correr, saltar, etc, pero es bueno estar en movimiento ya que los músculos y articulaciones tienen que activarse para desarrollarse de mejor manera.

¿Cuál considera como una edad adecuada para empezar a practicar un deporte?

Para empezar en el deporte puede empezar desde muy pequeño de esa manera se desarrollará mejor su masa muscular y sus articulaciones, recomiendo que entre 5 y 6 años se podría empezar en cualquier tipo de deporte.

¿Están ligadas algunas enfermedades con el sedentarismo?

Hay varias enfermedades que nacen gracias al sedentarismo como: obesidad, diabetes, atrofia muscular, hasta algunos tipos de cáncer como: colon, útero entre otros.

¿Existen factores que impiden que una persona practique CrossFit?

No existen factores que impidan que la persona practique crossfit, a menos que este lesionado o con problemas cardiovasculares, donde un entrenador capacitado debería conocer que modificar para que pueda trabajar la persona sin ningún problema.

¿El uso de suplementos es para todas las personas que practican deporte?

En cuestión suplementos desconozco mucho del tema.

Entrevista al Medico Cardiólogo Diego Chango, master en ultrasonido cardiovascular con mas de 8 años de experiencia.

¿Cuál es su visión general sobre el método CrossFit en la ciudad de Cuenca?

Crossfit y los deportes en general son vitales para el desarrollo humano.

¿Qué tan importante considera practicar actividad física para mantener un buen estado de salud?

Es de suma importancia tener una actividad física o mantenerse activo y en movimiento para desarrollar una vida sana y una vejez saludable.

¿Cuál considera como una edad adecuada para empezar a practicar un deporte?

Considero que desde los 6 a 8 años de edad es bueno a empezar a estar en movimiento.

¿Están ligadas algunas enfermedades con el sedentarismo?

Varias enfermedades se dan gracias al sedentarismo, por eso recomiendo hacer mínimo 3 veces por semana ejercicio por más de 30 min al día, enfermedades como presión alta, enfermedades coronarias o al corazón, obesidad y diabetes.

¿Existen factores que impiden que una persona practique CrossFit?

Con un buen entrenador no se me ocurre algún factor que impida el desarrollo de esta actividad.

¿El uso de suplementos es para todas las personas que practican deporte?

En el deporte se utiliza demasiado tipos de drogas anabólicas que lo único que causan es un daño irreversible al organismo, los únicos suplementos que recomiendo son creatina, cafeína y beta alanina.

Entrevista a un coach level 2 de crossfit:

Entrevista a Esteban Moncayo, coach level 2 de crossfit con más de 8 años de experiencia, dueño de la Jaula.

¿Una persona que quiere practicar CrossFit debe tener una base deportiva previa?

No necesariamente, crossfit está diseñado para cualquier tipo de persona, sea sedentaria o no, de cualquier edad y sexo, lógicamente tenemos que tener conocimientos de si la persona tiene alguna enfermedad o cualquier tipo de problema para poderle escalar los movimientos y que pueda desarrollarse en el deporte de una manera saludable.

¿Qué aspectos debe conocer un entrenador para enseñar?

Lo más fundamental es conocer a escalar movimientos y ser conscientes de que este es un deporte que vende salud, no como en épocas pasadas que se consideraba más un deporte para competencia donde se llevaba el cuerpo a extremos con la mentalidad de ser el mejor.

¿Cuáles son las inquietudes más frecuentes que tiene una persona que está iniciando?

Las inquietudes que las personas saben presentar son:

- ¿Puedo hacer crossfit?
- ¿No me voy a lesionar?
- ¿Esto no es muy fuerte?

Son las tres que más me preguntan, mi respuesta siempre es la misma, si alguna vez se lesiona, o siente que crossfit no es un deporte para usted yo le devuelvo su dinero.

¿Cuáles son los factores que impiden que una persona practique CrossFit?

El único factor seria la falta de voluntad de la persona.

Entrevista a un nutricionista de la ciudad de Cuenca:

¿Qué es lo que buscan la mayor parte de sus pacientes?

La mayoría de clientes buscan bajar el índice de grasa y subir el índice de masa muscular. Y en ciertos casos lo que quieren es rendir en los entrenamientos y competencias.

¿En el caso de los deportistas, llevan una dieta estricta?

Para los nutricionistas una persona es deportista cuando hace ejercicio una hora al día por 5 o 6 días a la semana, ese tipo de personas no necesitan una dieta muy estricta por la cantidad de deporte que realizan, pero eso no significa que no debe comer sano.

¿Qué opina sobre la asesoría nutricional en los gimnasios?

En realidad, si la asesoría es impartida por una persona que estudio nutrición o nutrición deportiva seria perfecta, el problema es que la imparten entrenadores que siguieron tan solo un pequeño curso o según la experiencia y la dieta de ellos imparten la asesoría nutricional y en vez de ayudar al cliente lo perjudican.

¿Cómo se relaciona el ejercicio con la alimentación?

Para un estilo de vida saludable los dos tienen que ir estrechamente ligados.

¿Cuál es la mejor hora para hacer ejercicio?

No hay una hora específica para realizar ejercicio.

¿Qué opina sobre el CrossFit?

Es un deporte bastante exigente y de alta intensidad, yo recomiendo mucho a mis clientes ya que les saca de su zona de confort y hace que se esfuercen por cumplir su objetivo.

3.3 Estudio Cuantitativo:

Muestra:

Total de población urbana de Cuenca: 65.3%

Total de población en el rango de 16 a 60 años: 84%

Total de población que realiza una actividad deportiva: 41.8%

Población Total: 601884

$N = (636996 \times 65,3\%) \times 84\% \times 41,8\%$

N=146051

Z= 95%

p= 0,5

q= 0,5

e= 5%

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 146051 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(146051 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 383.15$$

R: Se deberá hacer 383 encuestas

Objetivos de la encuesta:

- Conocer información general.
- Tener conocimiento de que servicios los clientes buscan en un centro de entrenamiento.
- Recopilar que atributos busca los clientes en un crossfit.
- Saber que medios son los más conocidos por los clientes del crossfit.
- Conocer el nivel de posicionamiento de Crossfit LJ en el mercado.

3.3.1 Encuestas:

Formulario de preguntas:

1. Género

Marca solo un círculo.

- Hombre
- Mujer
- Otro

2. Edad

Marca solo un círculo.

- Menos de 18 años
- De 19 a 30 años
- De 31 a 50 años
- Más de 51 años

3. Considera que la práctica de ejercicio es:

Marca solo un círculo.

- Una necesidad
- Salud
- Un pasatiempo

4. ¿Practica alguna actividad física?

Si su respuesta es No, saltar a la pregunta 6

Marca solo un círculo.

- Si
- No

5. ¿Qué actividad física practica?

Selecciona todos los que correspondan.

- Fútbol
- Correr-caminar
- Gimnasio
- CrossFit
- Baile
- Otro: _____

6. ¿Cuál es el motivo principal que le motiva o motivaría a practicar una actividad física?

Marca solo un círculo.

- Salud
- Liberar el estrés
- Estética
- Competir
- Otro: _____

7. ¿Aparte del entrenamiento que otro servicio adicional quisiera obtener usted?

- Guía nutricional
- Bar saludable

- Asesoramiento en suplementos deportivos
- Otro: _____

8. Indique los factores que considere importantes en un establecimiento a la hora de entrenar.

- Señale dos opciones.
- Equipamiento en buenas condiciones
- Entrenadores capacitados
- Parqueadero adecuado
- Lugar de entrenamiento amplio

9. ¿Ha escuchado hablar sobre CrossFit?

Marca un círculo.

- Si
- No

10. ¿Ha practicado alguna vez crossfit?

Si su respuesta es no continua a la pregunta 14

Marca un círculo.

- Si
- No

11. ¿A qué centro en donde imparten crossfit usted asistió?

- Crossfit LJ
- El Box Cuenca
- Granada Box
- CMD
- Strongfit
- Otro: _____

12 ¿Porque asistió usted a ese centro?

Señale varias opciones de ser necesario

- Atención adecuada
- Coach certificados y capacitados
- Cercanía
- Lugar limpio

- Centro espacioso
- Precio
- Por amigos o familia
- Descuentos
- Por alianzas que este centro tiene con otras empresas
- Porque vio en las redes sociales
- Porque atletas de este centro ganaron competencias
- Otro: _____

13. ¿Usted tiene conocimiento que la mayoría de centros en donde imparten crossfit no están afiliados a Crossfit inc?

Marca un círculo.

- Si
- No

14 ¿Conoce usted Crossfit LJ?

Si su respuesta es no, ha culminado el cuestionario

Marca un círculo.

- Si
- No

15 ¿Por qué medio usted conoció Crossfit LJ?

- Televisión
- Radio
- Instagram
- Facebook
- TikTok
- La competencia Championship Ecuador
- Un familiar/amigo entrena ahí
- Revistas/Periódicos
- Otro: _____

16 ¿Usted ha entrenado en Crossfit LJ?

Marca un círculo.

- Si
- No

17 ¿Cuál fue el motivo por el cual usted decidió entrenar en Crossfit LJ?

Señale hasta 4 opciones

- Atención de calidad
- Coach certificados y capacitados
- Cercanía
- Lugar limpio
- Centro espacioso
- Precio
- Por amigos o familia
- Descuentos
- Por alianzas que este centro tiene con otras empresas
- Porque vio en las redes sociales
- Porque atletas de este centro ganaron competencias
- Otro: _____

18 ¿Usted recomendará a Crossfit LJ a sus amigos y familia?

Marca un círculo.

- Si
- No

3.3.2 Resultados:

Las encuestas se realizaron en varios gimnasios y a personas en las calles de la ciudad, se publicó en ciertos lugares y estos fueron los resultados:

Pregunta 1:

Género
384 respuestas

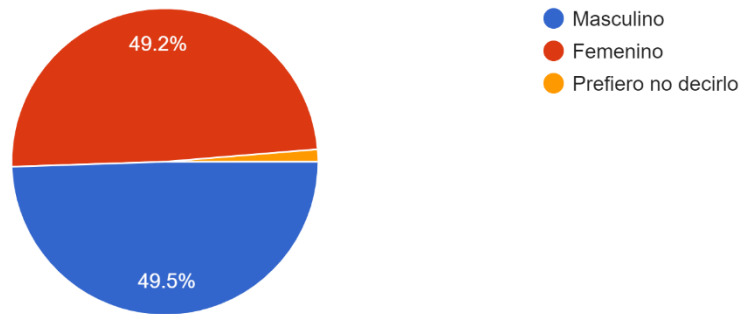


Gráfico 3. Pregunta 1. Género

Se hicieron 384 encuestas donde se entrevistaron más personas de género masculino que de género femenino, donde el género masculino tiene el 49.5%, y el 49.2% es para personas del género femenino y tan solo el 1.3% prefirió no mencionar su género.

Pregunta 2:

Edad
384 respuestas

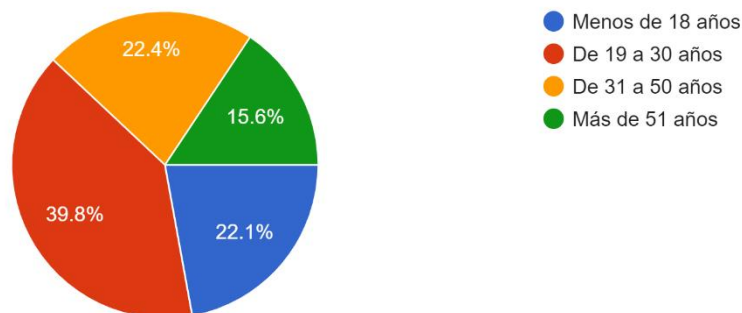


Gráfico 4. Pregunta 2. Edad

La edad de los encuestados fue más para las personas entre 19 y 30 años debido a que entre esa edad hay personas mucho más activas físicamente, este bloque de personas representan el 39.8% de los encuestados, le siguen las personas del bloque de 31 a 50 años con un 22.4%. Las personas de menos de 18 años representan el 22.1% y finalmente las personas mayores de 51 años que realicen actividad física son muy escasas y representan el 15.6% de los encuestados.

Pregunta 3:

Considera que la práctica de ejercicio es:

384 responses

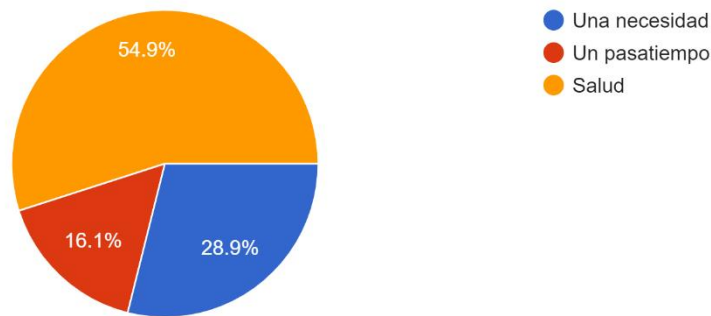


Gráfico 5. Pregunta 3. ¿Considera que la práctica de ejercicio es?

Más de la mitad de las personas encuestadas consideran que la práctica de alguna actividad física se desarrolla más por salud que por una necesidad o un pasatiempo. Esto es debido a que un estilo de vida saludable está ligado estrechamente con el desarrollo de alguna actividad física.

Pregunta 4:

¿Practica alguna actividad física?

384 responses

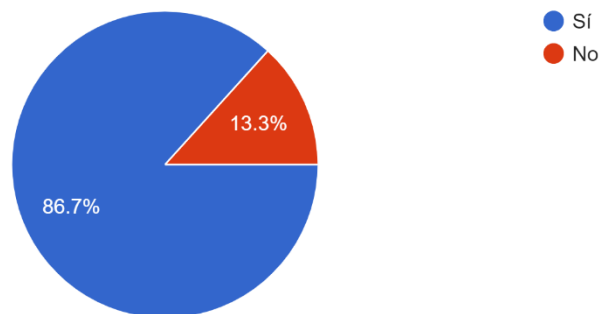


Gráfico 6. Pregunta 4. ¿Práctica alguna actividad física?

El 86.7% de todos los encuestados manifestaron que, si practican una actividad física, muestran que el 13.3% son personas sedentarias. Esto refleja que en la ciudad de Cuenca existe un alto índice de personas que practican algún tipo de deporte que los mantenga en movimiento.

Pregunta 5:

¿Qué actividad física practica?

384 respuestas

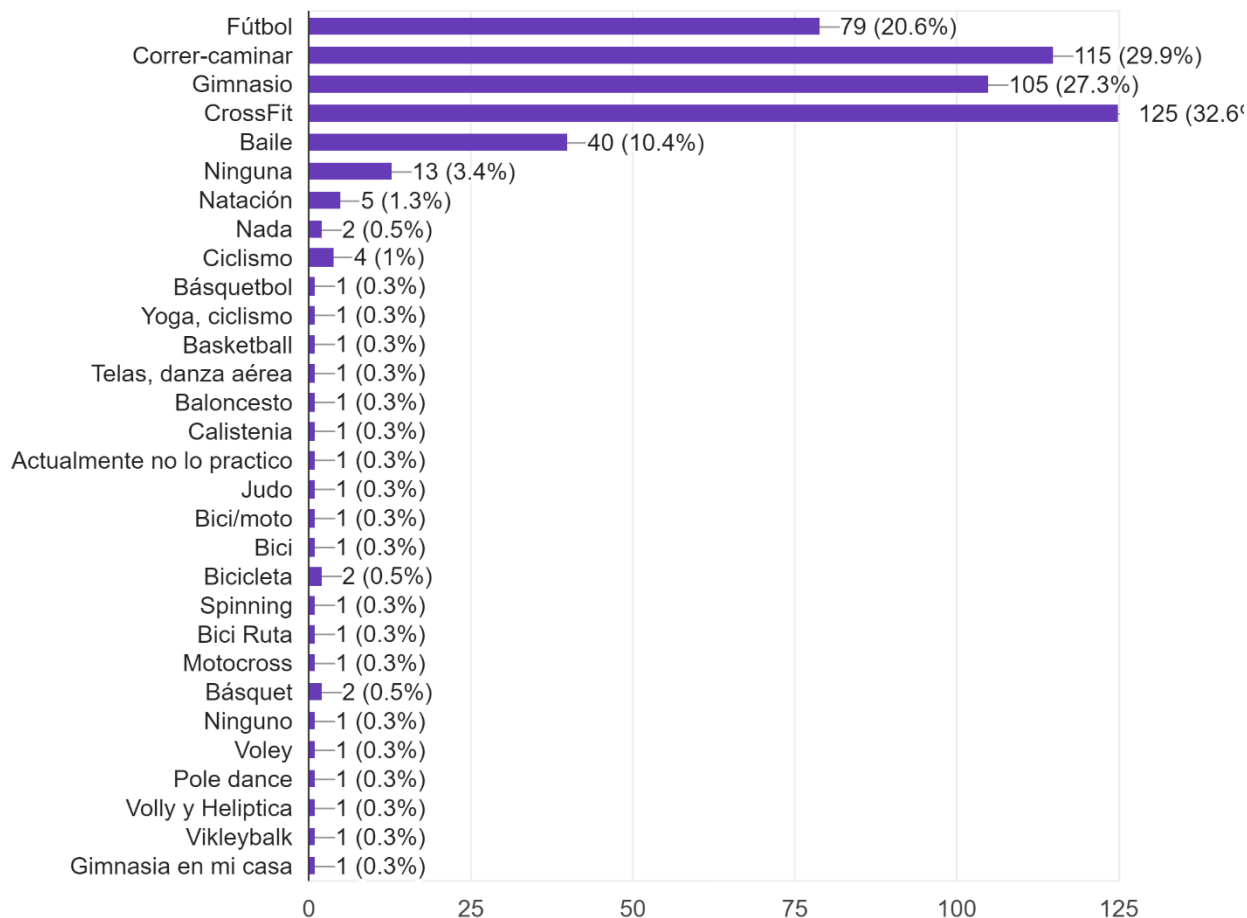


Gráfico 7. Pregunta 5. ¿Qué actividad física practica?

La pregunta 5 arroja que uno de los deportes que predomina en la actualidad es crossfit junto con correr o caminar y el gimnasio; Crossfit tiene un 32.69% mientras que correr o caminar un 29.9% y finalmente el gimnasio un 27.3%; el resto de los encuestados manifestaron hacer otro tipo de deporte como baile, natación, ciclismo entre otros.

Pregunta 6:

¿Cuál es el motivo principal que le motiva o motivaría a practicar una actividad física?

384 respuestas

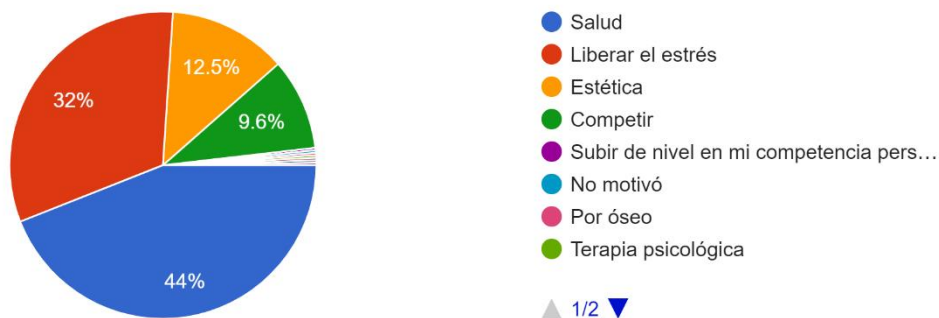


Gráfico 8. Pregunta 6. ¿Cuál es el motivo principal que le motiva o motivaría a practicar una actividad física?

Uno de los motivos por el cual las personas desarrollan una actividad física es la salud; con un 44% a favor en las encuestas, mientras que la segunda razón es la de liberar el estrés con un 32% de aceptación. El sobrante de los encuestados está entre la estética, la competencia, el óseo, etc.

Pregunta 7:

¿Aparte del entrenamiento que otro servicio adicional quisiera obtener usted?

384 respuestas



Gráfico 9. Pregunta 7. ¿Aparte del entrenamiento que otro servicio adicional quisiera obtener usted?

La respuesta más predominante es la de una guía nutricional como un servicio adicional, fue elegida por el 69.5% de todos los encuestados; le sigue el asesoramiento de suplementos deportivos con un 13.5% y después está el bar saludable con un 12.8%, aparte también los encuestados sugirieron servicios como: ropa, fisioterapia, guardería, entre otros.

Pregunta 8:

Indique los factores que considere importantes en un establecimiento a la hora de entrenar.

384 respuestas

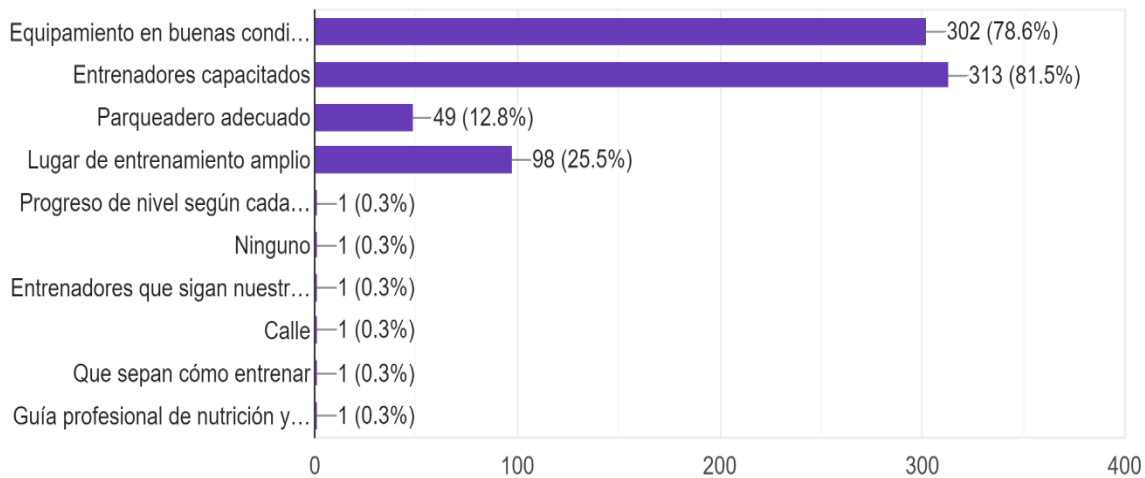


Gráfico 10. Pregunta 8. Indique los factores que considere importantes en un establecimiento a la hora de entrenar

Los dos factores que se consideran más importantes a la hora de elegir un establecimiento para poder llevar a cabo la actividad física son: los entrenadores correctamente capacitados, con un 81.5% de los encuestados, y el equipamiento en buenas condiciones, con un 78.6 % de los encuestados; podemos notar que el parqueadero adecuado y el lugar amplio no influyen de una manera muy alta si es que el equipamiento y el trabajo de los entrenadores es bueno.

Pregunta 9:

¿Ha escuchado hablar sobre CrossFit?

384 respuestas

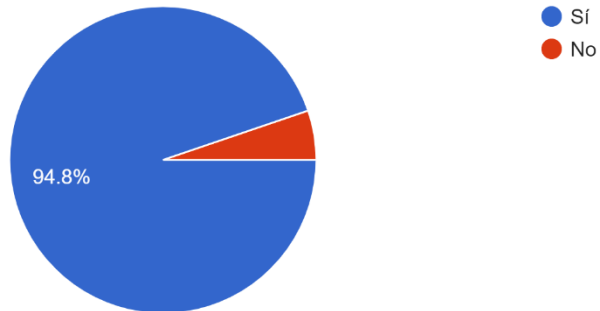


Gráfico 11. Pregunta 9. ¿Ha escuchado hablar sobre Crossfit?

Un número altamente significativo de encuestados ha escuchado hablar sobre crossfit; para ser exactos un 94.8% de ellos han escuchado alguna vez sobre crossfit y un número muy bajo; el 5.2%, no ha escuchado sobre este deporte.

Pregunta 10:

¿Ha practicado alguna vez crossfit?

384 respuestas

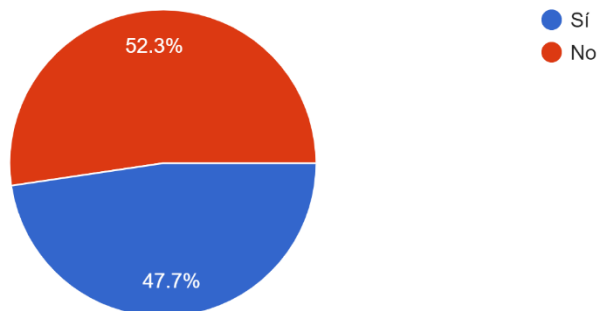


Gráfico 12. Pregunta 10. ¿Ha practicado alguna vez crossfit?

Si bien podemos ver que un gran número de personas ha escuchado sobre crossfit, tan solo el 47.7% de las personas que alguna vez han escuchado sobre crossfit lo han practicado, y el 52.3% a pesar de escuchar sobre crossfit han decidido no hacerlo.

Pregunta 11:

¿A que centro en donde imparten crossfit usted asistió?

173 respuestas

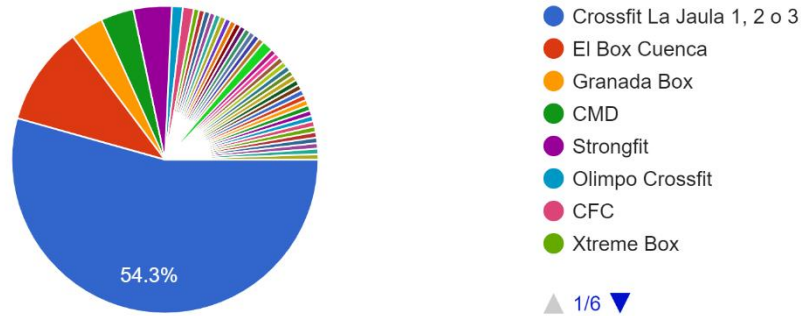


Gráfico 13. Pregunta 11. ¿A qué centro en donde imparten crossfit usted asistió?

De las personas que han practicado alguna vez crossfit, se puede notar que el que predomina el mercado es Crossfit la Jaula, con un 54.3% de aceptación entre los 3 locales que tiene, mientras que el resto del mercado se divide entre El Box Cuenca; como el segundo más escogido por los clientes cuencanos con un 10.4% de aceptación, Granada Box, CMD y Strongfit sumando un 11% de aceptación entre los 3.

Pregunta 12:

¿Por qué asistió usted a ese centro?

183 respuestas

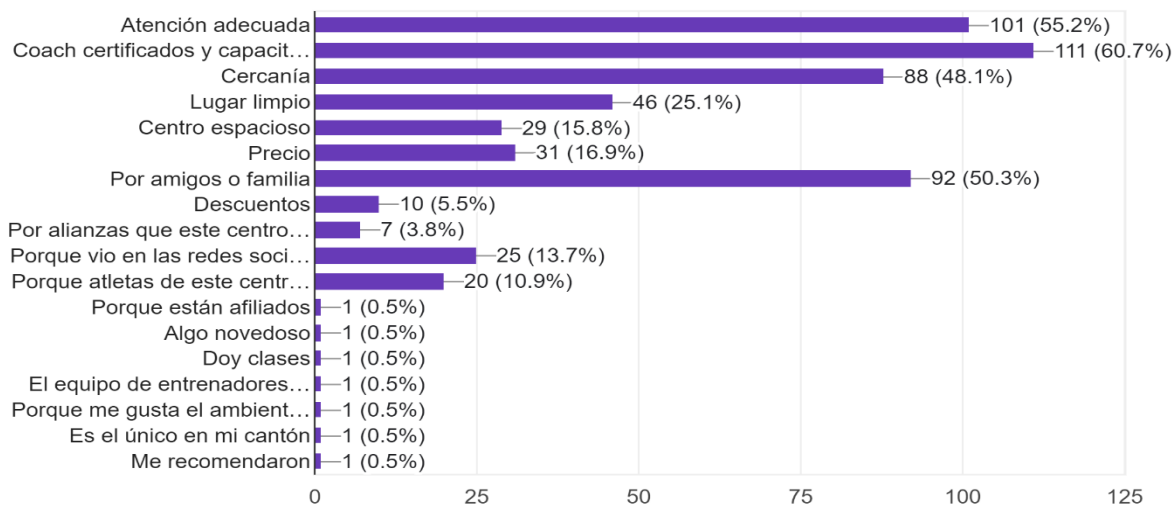


Gráfico 14. Pregunta 12. ¿Por qué asistió usted a ese centro?

Las razones predominantes por las cuales estos clientes asistieron al centro en donde imparten crossfit fueron: con un 60.7% de aceptación que los entrenadores sean certificados y capacitados, con un 55.2% de aceptación que la atención sea adecuada, en tercer lugar, con un 50.3% es por amigos y familia que entrenan en ese lugar, en cuarto puesto esta la cercanía del local con un 48.1%. El resto de razones como: centro espacioso, lugar limpio, precio, descuentos, etc no tuvieron una aceptación alta.

Pregunta 13:

¿Usted tiene conocimiento que la mayoría de centros en donde imparten crossfit no están afiliados a Crossfit inc?

382 responses

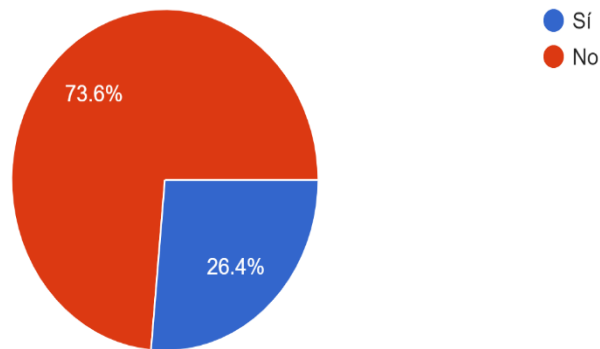


Gráfico 15. *Pregunta 13. ¿Usted tiene conocimiento que la mayoría de centros en donde imparten crossfit no están afiliados a Crossfit inc?*

Se puede notar que de las personas que han escuchado de crossfit la gran mayoría, el 73.6% exactamente, no tienen conocimiento de que la gran parte de centros donde imparten este deporte no están afiliados a Crossfit inc.

Pregunta 14:

¿Conoce usted Crossfit La Jaula?

383 respuestas

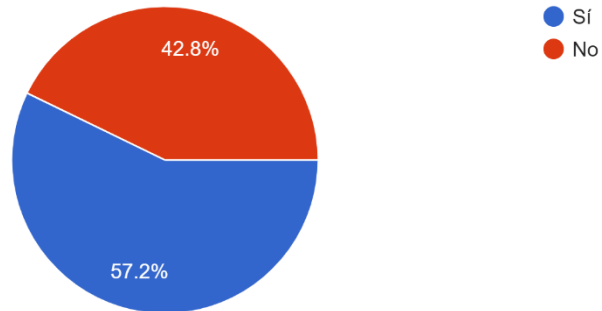


Gráfico 16. Pregunta 14. ¿Conoce usted Crossfit La Jaula?

De los encuestados el 57.2% ha escuchado sobre crossfit La Jaula en la ciudad de Cuenca, y el 42.8% no conoce sobre crossfit La Jaula, lo que demuestra que la Jaula a nivel de Cuenca no está altamente posicionada.

Pregunta 15:

¿Por qué medio usted conoció Crossfit La Jaula?

220 respuestas

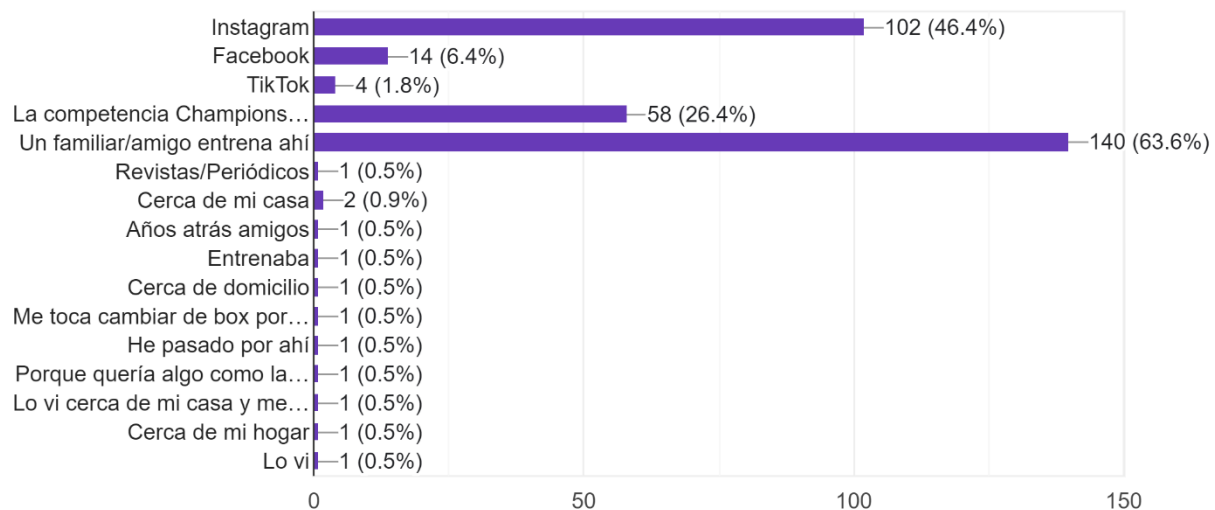


Gráfico 17. Pregunta 15. ¿Por qué medio usted conoció Crossfit La Jaula?

Se nota que las personas que conocen Crossfit La Jaula, lo hacen por que un familiar entrena ahí, aparte también que la red social Instagram y la Competencia Championship Ecuador que organiza la Jaula hace que esta sea cada vez más conocida, pero aun no explota por completo todos los canales por los que se puede dar a conocer.

Pregunta 16:

¿Usted ha entrenado en Crossfit La Jaula?

219 respuestas

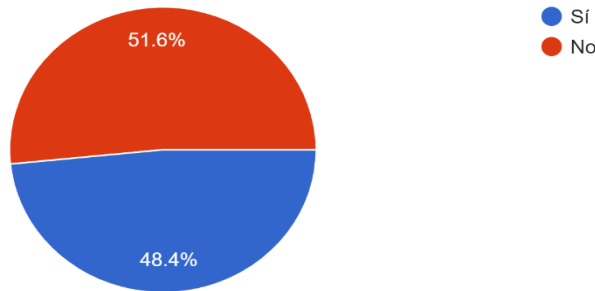


Gráfico 18. Pregunta 16. ¿Usted ha entrenado en Crossfit La Jaula?

De las personas que conocen Crossfit La Jaula el 51.6% declara que no ha entrenado en la Jaula, lo que hace que la Jaula a pesar de ser reconocida, la mitad de las personas que conocen la Jaula no han entrenado en ese lugar.

Pregunta 17:

¿Cuál fue el motivo por el cual usted decidió entrenar en Crossfit La Jaula?

107 respuestas

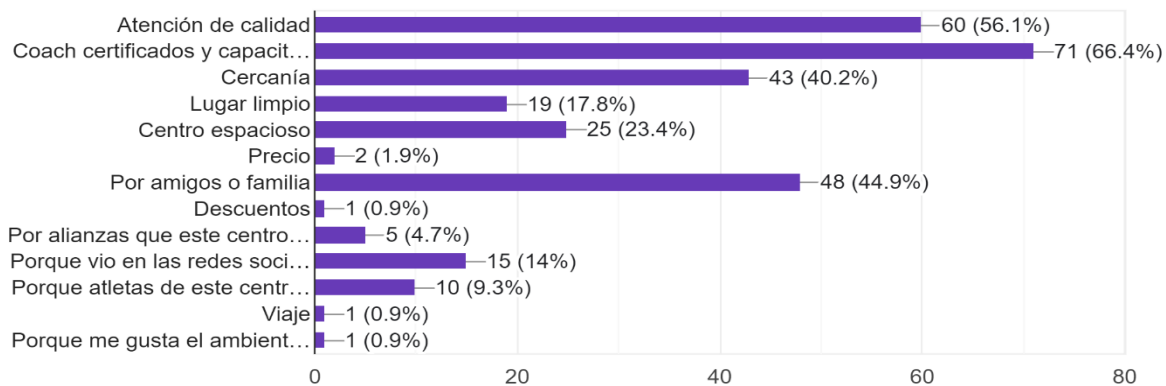


Gráfico 19. Pregunta 17. ¿Cuál fue el motivo por el cual usted decidió entrenar en Crossfit La Jaula?

De las personas que manifestaron que entrenan en Crossfit La Jaula los motivos más elegidos por los cuales entrenan en este lugar son: debido a sus entrenadores certificados y capacitados, por su atención de calidad, por algún amigo o familiar que entrena ahí y por la cercanía, estos fueron los más elegidos por los clientes.

Pregunta 18:

¿Usted recomendará a Crossfit La Jaula a sus amigos y familia?

105 responses

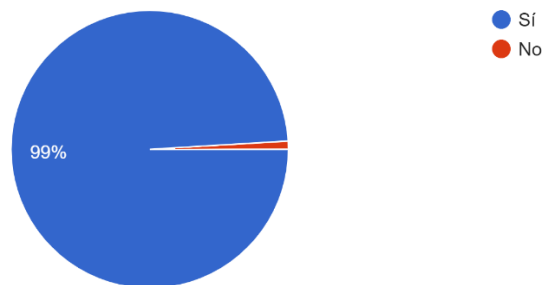


Gráfico 20. Pregunta 18. ¿Usted recomendará a Crossfit La Jaula a sus amigos y familia?

De las personas que entrenan en Crossfit La Jaula el 99% lo recomendaría a sus amigos y familia.

Capítulo 4: Plan de Marketing Estratégico:

Con los anteriores datos el plan de marketing para Crossfit La Jaula en la ciudad de Cuenca sería el siguiente:

4.1 Segmentación:

Tabla 22. Segmentación

Estrategia	Descripción	Medio	Mensaje	Frecuencia	Objetivo	Persona que coordina	Presupuesto
Publicidad	Subir imágenes dos veces por semana dando información de donde están ubicadas las jaulas y los beneficios que tiene hacer crossfit desde edades tempranas.	Redes Sociales	Persuadir	2 veces por semana durante los primeros 5 meses del año	Aumentar clientes entre los 19 a 30 años por medio de la red social más utilizada entre las personas de esta edad	Israel Moncayo	30 por mes =150
Alianza con nutricionistas	Aliarse con nutricionistas de la ciudad para así por una módica cantidad poder brindar el servicio de nutrición deportiva extra.	Redes sociales, dentro del crossfit, establecimientos de trabajo de nutricionistas	Informar	1 año	Fidelizar a clientes actuales y aumentar clientes jóvenes que buscan el deporte por estética.	Nutricionista Erick Mosquera e Isabel Reinoso.	0
Auspicios en eventos deportivos	Auspiciar eventos deportivos de varios colegios y universidades otorgándoles membresías gratis de la Jaula	Eventos deportivos varios	Persuadir	-	Aumentar clientes otorgándoles membresías por haber participado en eventos deportivos.	Israel Moncayo.	0

4.2 Posicionamiento:

Tabla 23. Posicionamiento

Estrategia	Descripción	Medio	Mensaje	Frecuencia	Objetivo	Persona que coordina	Presupuesto
Alianza con Crossfit Inc	Pagar la suscripción anual de crossfit inc para salir en los canales oficiales de Crossfit a nivel del mundo y ser el único crossfit avalado en la ciudad de Cuenca.	Canales oficiales de Crossfit La Jaula y Crossfit inc	Recordar	1 año	Aumentar el posicionamiento de Crossfit La Jaula a nivel del mundo.	Esteban Moncayo	1000 (por establecimiento) = 3000
Organizar competencias por año con el nombre de la Jaula	Realizar competencias para atraer competidores de otras ciudades del país y del mundo y así dar a conocer el nombre de la Jaula.	Canales oficiales de Crossfit La Jaula y Crossfit inc	Persuadir	Cada 4 meses	Posicionar a Crossfit La Jaula entre los mejores crossfits del Ecuador	Israel Moncayo	1000
Alianza con Lycan	Asociarse con el mayor proveedor de implementos para así mejorar la calidad de las clases	Canales oficiales de Lycan	Recordar	5 años	Grabar el nombre de Crossfit La Jaula a nivel de Ecuador y Latinoamérica.	Israel Moncayo	0

4.3 Portafolio:

Estrategia	Descripción	Medio	Mensaje	Frecuencia	Objetivo	Persona que coordina	Presupuesto
Alianza con Dinamic para el servicio de Fisioterapia	Asociarse con Dinamic para obtener descuentos en fisioterapia y atención medica	Canales oficiales de la Jaula y la empresa Dinamic	Informar y Recordar	2 años	Aumentar los servicios que brinda Crossfit La Jaula y así aumentar el número de clientes con problemas musculares, operaciones, lesiones, etc.	Israel Moncayo y Max Cedillo (Dueño de Dinamic)	0
Capacitación de entrenadores en varias áreas del fitness, empezando por el Level 1 y 2 de crossfit	Pagar el curso de Level 1 o del Level 2 para así brindar clases de calidad con entrenadores altamente capacitados.	Cursos de Level 1 y 2 en Quito o Guayaquil.	Persuadir	5 años	Brindar un servicio de calidad con los mejores entrenadores de la ciudad.	Esteban Moncayo	1000 por persona y por curso. = 2000 por 2 entrenadores
Disponer de bar saludable, y sala de estar.	Brindar comida y batidos saludables como un servicio extra.	En todos los establecimientos de Crossfit La Jaula	Persuadir e informar	-	Fidelizar a clientes actuales y aumentar clientes que buscan consumir alimentos saludables y fitness.	José Moscoso	400
Crear página Web	Obtener una página web donde se encuentre información de quienes somos, que hacemos, cuales son	En la Jaula	Informar y recordar	Siempre	Fidelizar a clientes actuales y aumentar clientes mejorando	Esteban Moncayo	1000

nuestros servicios, etc y que cada cliente tenga un usuario para llevar sus resultados, facturas, etc.

cada vez más el servicio.

Tabla 24. Portafolio

4.4 Precio:

Tabla 25. Precio

Estrategia	Descripción	Medio	Mensaje	Frecuencia	Objetivo	Persona que coordina	Presupuesto
Descuentos	Atraer más clientes por pagos adelantados brindándoles descuentos por mismos.	Redes Sociales y volantes dentro del crossfit	Persuadir	1 año	Fidelizar clientes brindándoles descuentos por el pago adelantado de 3, 6 y 12 meses	Israel Moncayo	0
Descuentos	Atraer al consumidor y a su familia mediante planes familiares más económicos.	Redes sociales	Persuadir	1 año	Fidelizar a clientes actuales y aumentar clientes brindándoles planes familiares	José Moscoso	0
Clase de prueba gratis	Obtener que el cliente pruebe nuestro servicio de calidad y afianzarlo a nuestro crossfit.	Publicidad	Persuadir	2 años	Atraer más clientes brindando una clase gratis de prueba	José Moscoso, Israel Moncayo, Esteban Moncayo	0

4.5 Plaza:

Tabla 26. Plaza

Estrategia	Descripción	Medio	Mensaje	Frecuencia	Objetivo	Persona que coordina	Presupuesto
Adaptar parqueadero con guardia	Brindar seguridad a los clientes teniendo un guardia para sus vehículos.	En el crossfit	Recordar	De lunes a viernes por 1 año en horas pico de 5 am a 8 am y de 5 pm a 8 pm	Fidelizar clientes adaptando un estacionamiento más seguro y amplio para sus clientes	Israel Moncayo	100 mensuales = a 1200
Limpieza del local	Mejorar la calidad del servicio en un lugar siempre limpio y apto para realizar los movimientos.	En el crossfit	Recordar	De lunes a sábado	Fidelizar a clientes actuales teniendo un lugar de entrenamiento aseado para poder realizar mejor su deporte	Todos los entrenadores	0
Añadir zona de levantamiento.	Organizar de mejor manera los implementos para obtener un espacio extra como zona de levantamiento de fuerza.	En el crossfit	Persuadir	-	Tener espacio para las personas que realicen programaciones de fuerza.	Todos los entrenadores	

4.6 Promoción:

Tabla 27. Promoción

Estrategia	Descripción	Medio	Mensaje	Frecuencia	Objetivo	Persona que coordina	Presupuesto
Publicidad	Publicitar el servicio en radio y redes sociales como IG, FB, etc.	Redes Sociales, radio	Persuadir	2 veces por semana	Aumentar clientes potenciales que deseen practicar deporte haciéndoles saber que Crossfit La Jaula es el único afiliado a Crossfit Inc.	Israel Moncayo	300 por mes = 3600
Poner vallas publicitarias en sectores estratégicos.	Obtener espacios para colocar vallas publicitarias sobre información de la Jaula.	Dentro de la ciudad de Cuenca	Persuadir e informar	-	Aumentar clientes y atletas crossfit de alto rendimiento	José Moscoso	1000
Asistir a congresos del mundo del fitness	Abrirnos espacio en el mundo del fitness asistiendo a congresos en la ciudad y fuera de ella.	Crossfit La Jaula	Persuadir e informar	3 veces por año	Aumentar clientes dictando cursos pequeños sobre que es crossfit para que los clientes se puedan desarrollar en este deporte de mejor manera.	Esteban Moncayo	100 por curso = 400

Conclusiones:

Este trabajo de titulación comenzó con el objetivo de que Crossfit La Jaula de la ciudad de Cuenca tenga un plan de marketing estratégico, para así poder afianzar y fidelizar mejor a sus clientes y también aumenta su número de clientes al año. Al inicio se encontraron varias dificultades administrativas, como flujogramas no muy bien estratificados, los empleados no sabían que rol tenían que cumplir en la empresa, etc.

A pesar de todo eso se pudo planificar varias estrategias de marketing tanto a corto, mediano y largo plazo con la finalidad de que Crossfit La Jaula en Cuenca pueda tener una ventaja competitiva sostenible en el tiempo a largo plazo.

Las estrategias planteadas fueron gracias a las fortalezas y oportunidades muy poco explotadas por Crossfit La Jaula, como un ejemplo claro es lograr que los clientes de crossfit en Cuenca entiendan que La jaula es el único centro que puede llevar Crossfit en su nombre, debido a que es el único afiliado a Crossfit Inc. A nivel mundial. Otra clara fortaleza que L.J no estaba explotando era que contaba con una cantidad de entrenadores altamente capacitados para el trabajo y con clases y atención de alta calidad.

Una clara fortaleza de la industria que está dentro del plan estratégico de marketing es que Crossfit es un deporte que no discrimina ni en edad ni en género, lo practican hombres, mujeres y niños desde los 5 años hasta los 60 años.

Crossfit La Jaula es una empresa en crecimiento en Cuenca y mediante el plan de marketing estratégico logrará llegar a sus objetivos y podrá mantener una ventaja competitiva a largo plazo.

Recomendaciones:

El plan de marketing estratégico diseñado para Crossfit La Jaula se planteó mediante métodos cuantitativos y cualitativos, se debería ir analizando las propuestas e ir poniendo en marcha el plan de marketing con una persona estrictamente encargada de revisar que se cumpla.

A pesar de que es un plan diseñado para corto, mediano y largo plazo, la industria está en constante cambio por lo que se recomienda a Crossfit La Jaula ir analizando los cambios respectivos cada cierto tiempo analizando cada aspecto que la industria vaya cambiando, ya se vivió un cambio grande en el 2019 con la pandemia, por lo que se recomienda tener un plan de reserva en caso de algún tipo de desastre que afecte directamente a la industria y estar precavidos a lo que podría pasar en los próximos años.

Referencias Bibliográficas

- Franco, A., Ayala, J. E., & Ayala, C. F. (2011). LA SALUD EN LOS GIMNASIOS: UNA MIRADA DESDE LA SATISFACCIÓN PERSONAL. *Hacia la Promoción de la Salud*, 16(1), 186-199. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0121-75772011000100014&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Izquierdo, A. M., Acurio, J. A., & Mendoza, M. A. (2019). Modelo del Plan de marketing MIX para el gimnasio CrossFit Milla de la ciudad de Quevedo. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(38), 19.
- Izquierdo, A. M., Viteri, D., Baque, L., & Zambrano, S. (2020). PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTO BIODEGRADABLES DE ASEO Y LIMPIEZA DE LA EMPRESA QUIBISA. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 12(4), 8. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-399.pdf>
- Kuhn, S. (2013). The Culture of CrossFit: A Lifestyle Prescription for Optimal Health and Fitness. *Senior Theses - Anthropology*, 15. <https://ir.library.illinoisstate.edu/sta/1>
- Meyer, J., Morrison, J., & Zuniga, J. (2017). The Benefits and Risks of CrossFit: A Systematic Review. *Workplace Health & Safety*, 65(12), 612-618. <https://doi.org/10.1177/2165079916685568>
- Moncayo, E. (2018). *Plan de posicionamiento para crossfit La Jaula en la Ciudad de Cuenca* [Pregrado]. Universidad del Azuay.
- Perreault, W., & McCarthy, J. (2002). *Basic Marketing: A Global Managerial Approach* (14.^a ed.). McGraw-Hill Education.