



Linea de investigación: Gestión empresarial

Impacto de la gestión administrativa en la satisfacción de los participantes del programa de asesoría nutricional de campos fitness center en managua, durante el primer cuatrimestre 2026.

Monografía para optar al título de: Licenciatura en Administración de Empresas

Autora:

Br. Yesselin Carolina Chavarría Zelaya.

Tutora:

MSc. Heydi de los Ángeles Valle.

Managua, Nicaragua

Julio 2026

Acrónimos y Siglas

Sigla/Acrónimo	Significado
ACSM	American College of Sports Medicine
APA	American Psychological Association
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
OMS	Organización Mundial de la Salud
IMC	Índice de Masa Corporal
RRSS	Redes Sociales
UNICIT	Universidad Iberoamericana de Ciencias y Tecnología
MSc.	Máster en Ciencias
WhatsApp	Aplicación de mensajería instantánea
Fitness	Condición física y bienestar corporal
Online	En línea

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación primeramente a Dios, por darme la fortaleza, sabiduría y perseverancia necesarias para culminar esta importante etapa de mi formación profesional. Gracias por acompañarme en cada momento difícil y permitirme avanzar con fe y determinación hacia el cumplimiento de mis metas.

A mi familia, especialmente a mi esposo y a mi hija, quienes han sido mi principal motivación para seguir adelante. Gracias por su amor, paciencia, comprensión y apoyo incondicional durante todo este proceso académico. Cada esfuerzo realizado ha sido pensando en brindarles un mejor futuro y demostrar que con dedicación y constancia los sueños pueden hacerse realidad.

A mi mamá y seres queridos, por sus consejos, valores y palabras de aliento que me impulsaron a no rendirme en los momentos de dificultad. Su confianza en mí ha sido fundamental para alcanzar este logro.

Asimismo, dedico esta investigación a todas aquellas personas que luchan diariamente por superarse personal y profesionalmente, demostrando que el esfuerzo, la disciplina y la perseverancia son claves para alcanzar el éxito.

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios por bendecirme con salud, sabiduría y fortaleza para culminar satisfactoriamente esta etapa tan importante de mi vida académica. Gracias por guiar cada uno de mis pasos y permitirme superar los desafíos presentados durante el desarrollo de esta investigación.

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi familia por su amor, apoyo y comprensión incondicional durante todo el proceso de elaboración de esta tesis. Gracias por motivarme constantemente y por ser mi inspiración para seguir adelante y alcanzar mis objetivos profesionales.

A mi esposo, por su paciencia, apoyo y acompañamiento en cada momento de este camino académico. Gracias por creer en mí y brindarme palabras de ánimo cuando más lo necesitaba.

A mi hija, por convertirse en una de las mayores motivaciones de mi vida y por inspirarme diariamente a esforzarme para ser mejor persona y profesional.

Asimismo, agradezco a mis docentes, asesores académicos UNICIT por compartir sus conocimientos, orientaciones y recomendaciones durante el desarrollo de esta investigación. Sus enseñanzas fueron fundamentales para fortalecer mis capacidades profesionales y académicas.

De igual manera, agradezco a Campos Fitness Center y a todas las personas que colaboraron brindando información y apoyo para la realización de este estudio, permitiendo el desarrollo exitoso de la investigación.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron a la culminación de esta meta académica, motivándome a continuar creciendo personal y profesionalmente.

Finalmente, dedico este trabajo a Campos Fitness Center, por permitirme desarrollar esta investigación y brindarme la oportunidad de ampliar mis conocimientos en el área administrativa y organizacional.

Resumen

Se realizó un trabajo bajo el enfoque cualitativo, siendo este descriptivo de corte transversal. Tuvo como objetivo principal Analizar la influencia de la gestión administrativa en la experiencia y resultados de los participantes del reto fitness de Campos Fitness Center en Managua, durante el I cuatrimestre del año 2026. La población de estudio estuvo comprendida por todos los participantes activos del programa de asesoría nutricional de Campos Fitness Center, siendo 100 participantes activos; se utilizó un muestreo no probabilístico aleatorio donde se obtuvo como muestra del estudio 40 participantes. Estos se seleccionaron mediante los criterios de inclusión, dentro de los cuales estaban: Participantes activos en el programa de asesoría nutricional de Campos Fitness Center, Participantes con Dispositivos móviles para la realización del levantamiento de datos y participantes con disponibilidad de tiempo y anuentes a participar en el estudio. Para la recolección de datos se elaboró una ficha de recolección de datos de elaboración propia, la cual se valoró con la Escala Likert para medir la satisfacción de los usuarios teniendo los acápites de: Deficiente, Regular, Bueno, Muy bueno, Excelente. Dentro de los aspectos a observar en la ficha estaban: Ambiente Positivo organizacional, Buena organización administrativa, Organización de la información, Seguimiento al cliente, Personalización del trato, Resolución de dudas al cliente, Nivel de acompañamiento percibido, Rapidez de respuesta en WhatsApp, tiempo de seguimiento post-entrega del plan, consistencia en la atención (no abandono) y Satisfacción percibida del cliente en la conversación. Dentro de los resultados más relevantes se obtuvo que 85,4% de los participantes calificaban como “Muy bueno” el ambiente positivo organizacional, 80,5% calificaron como “Muy bueno” la organización administrativa, 46,3% refiere “Muy bueno” el seguimiento al cliente, 43,9% refiere “Muy bueno” el nivel de acompañamiento recibido y 43,9% refiere “Muy bueno” la consistencia en la atención (no abandono). De manera que se puede concluir que los participantes refieren un alto nivel de satisfacción en los procesos administrativos utilizados en Campos Fitness Center lo que conlleva a una buena permanencia por parte de los usuarios.

PALABRAS CLAVES: Administración, Permanencia, Usuarios, Satisfacción.

Abstract

A qualitative, descriptive, cross-sectional study was conducted to analyze the influence of administrative management on the experiences and outcomes of participants in the fitness challenge at Campos Fitness Center in Managua during the first quarter in 2026.

The study population consisted of 100 active participants enrolled in the nutritional counseling program at Campos Fitness Center. A non-probability convenience sampling method was employed, resulting in a final sample of 40 participants. Participants were selected according to the following inclusion criteria: active enrollment in the nutritional counseling program, access to a mobile device for data collection, and willingness and availability to participate in the study.

Data were collected using a researcher-designed questionnaire, which was evaluated through a five-point Likert scale to measure participants' satisfaction, with response options ranging from Poor to Excellent. The instrument assessed the following dimensions: organizational climate, administrative organization, information management, customer follow-up, personalized attention, resolution of participants' questions, perceived level of support, response time through WhatsApp, duration of follow-up after delivery of the nutrition plan, consistency of service (absence of participant abandonment), and overall satisfaction with the interaction.

The findings revealed high levels of satisfaction with the administrative management processes. Specifically, 85.4% of participants rated the organizational climate as Very Good, 80.5% rated the administrative organization as Very Good, 46.3% rated customer follow-up as Very Good, while 43.9% rated both the level of support received and the consistency of service as Very Good.

In conclusion, participants reported a high level of satisfaction with the administrative management processes implemented at Campos Fitness Center. These findings suggest that effective administrative management contributes positively to participant retention and the overall experience within the nutritional counseling program.

Keywords: Administrative Management, Participant Retention, User Satisfaction, Nutrition Counseling.

Índice de contenido

1. Introducción	1
2. Contextualización de problema	2
3. Planteamiento de problema	5
4. Justificación	8
5. Objetivos	11
6. Alcances y limitaciones del estudio	12
7. Marco teórico	14
7.1. Estado del arte	14
7.2. Perspectiva teórica asumida	17
7.3. Revisión de literatura previa	18
7.4. Conceptos claves definidos	23
10. Metodología de la investigación	27
10.1 Enfoque de la investigación	27
10.2 Tipo de investigación	27
10.3 Diseño de la investigación.....	27
10.4 Población y muestra	28
10.5 Técnicas de recolección de datos	29
10.6 Instrumento.....	29
10.7 Análisis de datos.....	29
11. Resultados	30
12. Discusión de resultados	39
13. Conclusiones	42
14. Recomendaciones	43
15. Referencias bibliográficas	44
16. Anexos	46

1. Introducción

La gestión administrativa constituye un elemento fundamental en el funcionamiento eficiente de cualquier organización, especialmente en aquellas que brindan servicios orientados al bienestar y la salud, como los programas fitness. En los últimos años, los retos fitness han adquirido gran popularidad en Nicaragua, particularmente en Managua, donde las personas buscan mejorar su condición física, salud y apariencia mediante programas estructurados que combinan entrenamiento, nutrición y seguimiento personalizado.

El reto fitness dirigido por Joel Campos se ha posicionado como una alternativa atractiva para quienes desean alcanzar objetivos físicos específicos en un periodo determinado. Sin embargo, el éxito de este tipo de programas no depende únicamente del esfuerzo individual de los participantes, sino también de la calidad de la gestión administrativa que respalda su ejecución.

En este contexto, aspectos como la comunicación, la organización, el seguimiento y la atención al cliente juegan un papel clave en la experiencia del usuario, su permanencia en el programa y los resultados obtenidos. La falta de eficiencia en estos procesos puede generar desmotivación, abandono del reto y resultados insatisfactorios.

Por ello, la presente investigación titulada “Impacto De La Gestión Administrativa En La Satisfacción De Los Participantes Del Programa De Asesoría Nutricional De Campos Fitness Center En Managua, I Cuatrimestre 2026.” tuvo como objetivo analizar la influencia de la gestión administrativa en la experiencia de los participantes del reto fitness de Campos Center en Managua, Nicaragua durante el I cuatrimestre del año 2026, desde un enfoque cualitativo que permita comprender las percepciones de los usuarios, para ello se realizara una entrevista en donde se identifique el nivel de satisfacción que los usuarios presenten.

Este estudio buscó a aportar información relevante que contribuyera a mejorar la gestión del programa, optimizar la satisfacción del cliente y fortalecer el modelo de negocio, generando beneficios tanto para los participantes como para el emprendimiento.

2. Contextualización de problema

En la actualidad, la sociedad enfrenta importantes cambios en los estilos de vida de las personas, especialmente en temas relacionados con la salud, alimentación y actividad física. El incremento del sedentarismo, los malos hábitos alimenticios, el estrés y las enfermedades asociadas al sobrepeso han provocado que muchas personas busquen alternativas que les permitan mejorar su condición física y bienestar integral. Como resultado de esta necesidad, el sector fitness y nutricional ha experimentado un crecimiento significativo a nivel mundial, impulsando la creación de programas de transformación física, asesorías nutricionales y acompañamientos personalizados enfocados en mejorar la calidad de vida de los usuarios.

En Nicaragua, particularmente en la ciudad de Managua, el interés por el acondicionamiento físico y la alimentación saludable ha aumentado considerablemente durante los últimos años. Cada vez más personas se integran a gimnasios, programas de entrenamiento y retos fitness con el propósito de reducir peso, mejorar su imagen física, fortalecer su salud y adquirir hábitos más saludables. Este crecimiento ha permitido el surgimiento de diversos emprendimientos dedicados al área fitness, los cuales han adaptado sus servicios a las nuevas necesidades de la población y al avance de las herramientas digitales.

La transformación tecnológica y el uso constante de plataformas digitales han modificado la manera en que las empresas ofrecen sus servicios. Actualmente, muchos programas fitness funcionan bajo modalidades virtuales, permitiendo a los usuarios recibir atención personalizada sin necesidad de asistir físicamente a un establecimiento. Herramientas como WhatsApp, videollamadas, redes sociales y aplicaciones móviles se han convertido en medios fundamentales para la comunicación, seguimiento y orientación de los clientes dentro de este tipo de programas.

Dentro de este contexto se encuentra Campos Fitness Center, empresa que se dedica a brindar asesoría nutricional, seguimiento personalizado y programas de transformación física mediante atención completamente virtual. A través del denominado “Reto Fitness Joel Campos”, la empresa ofrece acompañamiento a personas interesadas en mejorar su composición corporal, hábitos alimenticios y estilo de vida, utilizando estrategias de motivación, control y seguimiento constante por medio de plataformas digitales.

El funcionamiento de este tipo de programas requiere no solamente conocimientos relacionados con nutrición y entrenamiento físico, sino también una adecuada gestión administrativa que permita coordinar eficientemente todos los procesos internos de la empresa. La administración representa un elemento esencial dentro de cualquier organización, ya que se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades necesarias para alcanzar los objetivos establecidos. En empresas de servicios virtuales, la gestión administrativa adquiere aún mayor importancia debido a la necesidad de mantener comunicación constante con los clientes y garantizar un servicio ordenado, eficiente y oportuno.

En el caso de Campos Fitness Center, la gestión administrativa involucra actividades como el control de información de los participantes, programación de seguimientos, coordinación de valoraciones, atención al cliente, organización de pagos, manejo de consultas, monitoreo de avances y acompañamiento continuo durante el desarrollo de los retos fitness. Todos estos procesos influyen directamente en la experiencia de los usuarios y en la percepción de calidad del servicio brindado por la empresa.

Sin embargo, a pesar del crecimiento y aceptación de este tipo de programas virtuales, muchas empresas del sector fitness enfrentan dificultades relacionadas con la organización administrativa y la retención de clientes. En algunos casos, los participantes abandonan los programas antes de finalizarlos, presentan desmotivación o no logran alcanzar los resultados esperados. Aunque estas situaciones pueden estar asociadas a factores personales como falta de disciplina, hábitos inadecuados o poca constancia, también pueden estar relacionadas con debilidades en los procesos administrativos de la empresa.

Aspectos como respuestas tardías, falta de seguimiento personalizado, deficiencias en la comunicación, poca organización interna o limitada atención al cliente pueden generar inconformidad en los participantes, disminuyendo su motivación y compromiso con el programa. Debido a que el servicio se desarrolla de manera virtual, la calidad de la atención y la eficiencia administrativa representan factores fundamentales para mantener la satisfacción de los usuarios y garantizar su permanencia dentro del reto fitness.

Asimismo, en los modelos de atención online, la experiencia del cliente depende en gran medida de la rapidez y efectividad con la que la empresa atiende las necesidades de los participantes. Una adecuada gestión administrativa permite fortalecer la confianza de los usuarios, mejorar la organización de los procesos internos y ofrecer un servicio más personalizado y eficiente. Por el contrario, una administración deficiente puede afectar negativamente la imagen de la empresa y limitar el cumplimiento de los objetivos de transformación física de los participantes.

En este sentido, resultó importante analizar cómo influye la gestión administrativa en la experiencia y resultados de los participantes de los programas ofrecidos por Campos Fitness Center. Comprender esta relación permitirá identificar fortalezas y debilidades dentro de los procesos administrativos implementados por la empresa, así como determinar de qué manera estos factores impactan en la satisfacción, motivación y permanencia de los usuarios dentro del programa.

De igual manera, esta investigación permitió y permitirá a futuro seguir generando información relevante para el fortalecimiento organizacional de la empresa, aportando posibles estrategias orientadas a mejorar la calidad del servicio, optimizar la atención al cliente y aumentar la eficiencia de los procesos administrativos desarrollados dentro del entorno virtual en el que opera la organización. Además, el estudio contribuirá al análisis académico de la importancia que tiene la gestión administrativa dentro de los emprendimientos fitness digitales en Nicaragua, tema que actualmente posee gran relevancia debido al crecimiento de este tipo de servicios en el país.

Finalmente, la presente investigación se basó comprender el impacto que tiene la gestión administrativa en la experiencia y resultados de los participantes del Reto Fitness de Campos Fitness Center en Managua durante el año 2026, con el propósito de aportar conocimientos que permitan fortalecer el funcionamiento de la empresa y mejorar la satisfacción de los usuarios que forman parte de estos programas de transformación física.

3. Planteamiento de problema

En los últimos años, el interés por mantener un estilo de vida saludable ha incrementado considerablemente a nivel mundial, provocando cambios importantes en los hábitos de alimentación, actividad física y cuidado personal de la población. Nicaragua no ha sido la excepción, especialmente en la ciudad de Managua, donde cada vez más personas buscan mejorar su condición física, reducir problemas relacionados con el sobrepeso y fortalecer su bienestar físico y emocional mediante programas de entrenamiento y asesoramiento nutricional.

Como consecuencia de esta creciente demanda, han surgido diferentes emprendimientos y empresas dedicadas al acondicionamiento físico y la orientación nutricional, muchas de las cuales han evolucionado hacia modelos de atención completamente virtuales. Este tipo de servicio ha permitido que los usuarios tengan acceso a planes alimenticios, rutinas de ejercicios, controles y seguimiento personalizado sin necesidad de asistir físicamente a un gimnasio o centro deportivo. El uso de herramientas digitales como WhatsApp, videollamadas y redes sociales ha facilitado la comunicación constante entre los entrenadores, asesores y participantes, permitiendo brindar acompañamiento continuo y mayor accesibilidad a los clientes.

Dentro de este contexto se encuentra Campos Fitness Center, empresa que ha desarrollado programas de transformación física conocidos como retos fitness, dirigidos por Joel Campos. Dichos programas están enfocados en ayudar a los participantes a mejorar sus hábitos alimenticios, condición física y composición corporal mediante asesoría personalizada, seguimiento continuo y motivación constante. El modelo de trabajo de la empresa se desarrolla de forma virtual, utilizando principalmente plataformas digitales para la comunicación, envío de planes alimenticios, monitoreo de avances y atención al cliente.

Sin embargo, el éxito de este tipo de programas no depende únicamente de los entrenamientos o de los planes nutricionales implementados, sino también de la calidad de la gestión administrativa que respalda cada uno de los procesos desarrollados dentro de la empresa. La administración cumple una función esencial en la organización de la información de los participantes, el control de pagos, la programación de seguimientos, la coordinación de atención, la rapidez de respuesta y la comunicación efectiva con los usuarios. Todos estos aspectos influyen

directamente en la percepción del servicio y en la experiencia que viven los participantes durante el desarrollo del reto fitness.

Actualmente, uno de los principales desafíos que enfrentan las empresas que brindan servicios virtuales relacionados con fitness y nutrición es mantener la satisfacción y permanencia de los clientes durante todo el proceso de transformación física. En muchos casos, algunos participantes abandonan los programas antes de finalizarlos, presentan desmotivación o no logran alcanzar los resultados esperados. Aunque esta situación puede estar asociada a factores personales como la disciplina, constancia o hábitos individuales, también puede relacionarse con debilidades administrativas dentro de la organización.

Entre los posibles factores administrativos que pueden influir se encuentran la falta de seguimiento personalizado, retrasos en la atención al cliente, deficiencias en la comunicación, poca organización de los procesos internos, respuestas tardías a consultas, dificultades en la coordinación del programa y limitada supervisión del progreso de los participantes. Estas situaciones pueden generar inconformidad, pérdida de motivación y disminución del compromiso por parte de los usuarios, afectando tanto la satisfacción del cliente como los resultados finales obtenidos dentro del reto fitness.

En el caso específico de Campos Fitness Center, resulta importante comprender cómo la gestión administrativa influye en la satisfacción de los participantes y en el cumplimiento de los objetivos establecidos dentro del programa. Debido a que la empresa trabaja bajo una modalidad completamente virtual, la comunicación, organización y seguimiento administrativo representan elementos fundamentales para garantizar un servicio eficiente y de calidad.

Asimismo, la adecuada gestión administrativa puede convertirse en una herramienta estratégica para fortalecer la relación entre la empresa y los clientes, mejorar la confianza de los participantes y aumentar la permanencia dentro de los programas ofrecidos. De igual manera, permite optimizar recursos, mejorar la atención brindada y garantizar un mejor control de los procesos internos relacionados con el seguimiento y acompañamiento de los usuarios.

Por esta razón, nos planteamos las siguientes interrogantes:

¿Cómo influye la gestión administrativa en la satisfacción y los resultados de los participantes del Reto Fitness de Campos Fitness Center en Managua durante el año 2026?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades presentes en los procesos administrativos de la empresa?

¿De qué manera estos factores impactan en la satisfacción, motivación, continuidad y resultados obtenidos por los participantes?

4. Justificación

La presente investigación se considera importante y necesaria debido a que permite analizar la influencia de la gestión administrativa dentro de los programas de asesoría nutricional desarrollados de manera virtual, tomando como referencia el Reto Fitness de Campos Fitness Center en Managua durante el I cuatrimestre del año 2026. En la actualidad, los programas fitness han adquirido una gran relevancia dentro de la sociedad, ya que muchas personas buscan mejorar su salud, condición física y bienestar emocional mediante procesos de asesoría nutricional personalizada. Sin embargo, el éxito de estos programas no depende únicamente del ejercicio físico o de los planes alimenticios implementados, sino también de la calidad de la gestión administrativa que respalda cada uno de los procesos desarrollados dentro de la organización.

La conveniencia de este estudio radica en que se permite comprender cómo los procesos administrativos influyen directamente en la experiencia, satisfacción y permanencia de los participantes dentro del programa fitness. Aspectos como la comunicación con los clientes, el seguimiento personalizado, la organización de la información, la atención brindada, la rapidez en las respuestas y el control administrativo representan elementos fundamentales para garantizar un servicio eficiente y de calidad. Cuando estos procesos se desarrollan adecuadamente, contribuyen al cumplimiento de los objetivos de los participantes y fortalecen la confianza de los usuarios hacia la empresa.

Asimismo, esta investigación posee gran relevancia social debido a que los programas fitness y nutricionales tienen un impacto importante en la salud física y emocional de las personas. Actualmente, muchas personas enfrentan problemas relacionados con el sedentarismo, malos hábitos alimenticios, obesidad, estrés y enfermedades derivadas de una inadecuada calidad de vida. En este sentido, los programas de transformación física representan una alternativa que promueve hábitos saludables, disciplina y bienestar integral. Por ello, mejorar la gestión administrativa de este tipo de programas puede contribuir indirectamente a fortalecer la permanencia de los participantes y favorecer el logro de resultados positivos relacionados con su salud y calidad de vida.

De igual manera, la investigación posee relevancia organizacional porque permitirá identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora dentro de los procesos administrativos implementados por Campos Fitness Center. El estudio facilitará el análisis de factores relacionados con la atención al cliente, seguimiento continuo, organización interna, manejo de información y comunicación con los participantes, permitiendo desarrollar estrategias orientadas a optimizar el funcionamiento del programa fitness y mejorar la experiencia de los usuarios.

Los resultados obtenidos servirán como herramienta de apoyo para fortalecer la eficiencia administrativa de la empresa, favoreciendo la implementación de procesos más organizados y efectivos. Esto puede contribuir al incremento de la satisfacción de los participantes, al fortalecimiento de la relación entre la empresa y sus clientes, así como al aumento de la retención y continuidad de los usuarios dentro de los programas ofrecidos. Además, permitirá consolidar el modelo de negocio de Campos Fitness Center dentro del sector fitness virtual en Nicaragua.

Por otra parte, esta investigación posee importancia académica porque aporta conocimientos relacionados con la gestión administrativa aplicada a empresas fitness que trabajan bajo modalidades virtuales, tema que actualmente posee gran relevancia debido al crecimiento de los servicios digitales. El estudio permitirá relacionar conceptos administrativos con procesos de atención al cliente, satisfacción y resultados obtenidos en programas de transformación física, contribuyendo al fortalecimiento de futuras investigaciones dentro del área administrativa, empresarial y organizacional.

Asimismo, la investigación representa un aporte metodológico, ya que el enfoque cualitativo permite comprender de manera profunda las opiniones, percepciones y experiencias de los participantes desde su contexto y perspectiva (Hernández Sampieri et al., 2014). A través de la técnica de recolección de información utilizada en este trabajo investigativo como es una entrevista, será posible obtener información detallada sobre las necesidades y expectativas de los usuarios dentro del programa. Este tipo de análisis permite interpretar el fenómeno estudiado desde una perspectiva más humana y contextualizada, enriqueciendo significativamente los resultados de la investigación.

Otro aspecto que justifica la realización de este estudio es que muchas empresas fitness virtuales enfrentan actualmente desafíos relacionados con la retención de clientes y la calidad del servicio ofrecido. En numerosos casos, algunos participantes abandonan los programas antes de finalizarlos o no alcanzan los resultados esperados, situación que puede estar relacionada no solamente con factores personales, sino también con deficiencias administrativas como la falta de seguimiento, problemas de comunicación o limitada atención al cliente. Por esta razón, resulta necesario analizar cómo la gestión administrativa puede influir positiva o negativamente en el desarrollo de este tipo de programas.

Además, esta investigación puede servir como referencia para otros emprendimientos fitness y nutricionales en Nicaragua que trabajan mediante plataformas digitales, ya que proporcionará información útil sobre la importancia de fortalecer los procesos administrativos para garantizar un servicio más eficiente y competitivo. De esta manera, el estudio no solamente beneficia a Campos Fitness Center, sino también a futuras investigaciones y organizaciones interesadas en mejorar la gestión administrativa dentro del sector fitness virtual.

Finalmente, la presente investigación se justifica porque permite analizar de manera integral la influencia de la gestión administrativa en la experiencia y resultados de los participantes del Reto Fitness de Campos Fitness Center en Managua durante el I cuatrimestre del año 2026, generando información relevante que contribuya al fortalecimiento organizacional, académico y social de este tipo de programas de transformación física.

5. Objetivos

Objetivo general

Analizar el impacto de la gestión administrativa en la satisfacción de los participantes del programa de asesoría nutricional de campos fitness center en Managua, en el I cuatrimestre del año 2026.

Objetivos específicos

- Identificar los procesos administrativos utilizados en el reto fitness según la percepción de los participantes.
- Determinar la percepción de los participantes sobre la atención y seguimiento recibido.
- Evaluar la permanencia de los participantes en el programa.
- Proponer un sistema de optimización del modelo de negocio actual de reto fitness basado en la experiencia de los clientes

6. Alcances y limitaciones del estudio

La presente investigación se desarrollará en la ciudad de Managua, Nicaragua, durante el I cuatrimestre del año 2026, tomando como objeto de estudio el Reto Fitness de Campos Fitness Center, dirigido por Joel Campos. El estudio estará enfocado específicamente en analizar la influencia de la gestión administrativa en la satisfacción de los participantes que forman parte de dicho programa de transformación física.

La investigación tendrá un enfoque cualitativo, debido a que busca comprender de manera profunda las percepciones, opiniones, experiencias y valoraciones de los participantes respecto al funcionamiento administrativo del programa fitness. Este enfoque permitirá interpretar el fenómeno estudiado desde la perspectiva de los usuarios, obteniendo información detallada sobre aspectos relacionados con la atención recibida, la comunicación, el seguimiento personalizado y la organización del servicio brindado por la empresa.

Dentro de los alcances del estudio, se pretende identificar cómo los procesos administrativos implementados por Campos Fitness Center influyen en la satisfacción, motivación y permanencia de los participantes dentro del reto fitness. Asimismo, la investigación permitirá reconocer fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en áreas relacionadas con la gestión administrativa, contribuyendo al fortalecimiento organizacional de la empresa y a la optimización de la experiencia de los usuarios.

De igual manera, el estudio busca aportar información relevante sobre la importancia que tiene la administración dentro de los programas fitness virtuales, especialmente en empresas que desarrollan sus servicios mediante plataformas digitales y herramientas de comunicación como WhatsApp. Los resultados obtenidos podrán servir como referencia para futuras investigaciones relacionadas con la gestión administrativa aplicada al sector fitness y nutricional en Nicaragua.

Sin embargo, la investigación presenta ciertas delimitaciones que deben ser consideradas durante el desarrollo del estudio. En primer lugar, el análisis estará limitado únicamente a los participantes del Reto Fitness de Campos Fitness Center en Managua durante el año 2026, por lo que los resultados obtenidos corresponderán exclusivamente al contexto específico de esta

empresa y no podrán generalizarse a toda la población o a otros programas fitness existentes en el país.

Asimismo, la investigación se delimitará al análisis de factores administrativos relacionados con la atención al cliente, comunicación, seguimiento, organización interna y percepción del servicio, sin profundizar en aspectos médicos, clínicos, fisiológicos o nutricionales relacionados con la salud física de los participantes. El estudio tampoco evaluará científicamente resultados corporales, rendimiento físico o diagnósticos médicos derivados de los programas de entrenamiento y alimentación.

Otra delimitación importante consiste en que la información recopilada dependerá de las experiencias, opiniones y percepciones expresadas por los participantes, lo cual implica un componente subjetivo propio del enfoque cualitativo. Por esta razón, los resultados estarán basados en la interpretación de las vivencias y perspectivas de los usuarios dentro del contexto estudiado.

Finalmente, debido a que el programa fitness se desarrolla bajo una modalidad completamente virtual, el estudio se enfocará principalmente en los procesos administrativos y de comunicación realizados mediante plataformas digitales, dejando fuera aspectos relacionados con atención presencial o funcionamiento físico de instalaciones deportivas. A pesar de estas delimitaciones, la investigación permitirá obtener una comprensión amplia y profunda sobre la influencia de la gestión administrativa en la experiencia y resultados de los participantes del Reto Fitness de Campos Fitness Center.

7. Marco teórico

7.1. Estado del arte

El estudio de la administración y su impacto en la retención de clientes ha sido abordado desde diversas perspectivas, evolucionando desde enfoques centrados en la eficiencia operativa hasta modelos relacionales que priorizan la experiencia del usuario. En el ámbito del fitness, esta evolución ha derivado en un creciente interés por comprender cómo la gestión administrativa y la calidad del servicio influyen en la permanencia de los clientes.

Investigaciones internacionales

Criollo Paucar y Gallardo Loján (2024), en la investigación "Impacto de la gestión del talento humano en la retención del cliente: caso Empresa ARGP Fitness CIA LTDA", realizada en la Universidad de Las Américas (Ecuador), analizaron la influencia de la gestión organizacional sobre la permanencia de los clientes en una empresa de servicios fitness. El estudio empleó un enfoque mixto mediante entrevistas y encuestas aplicadas a colaboradores y clientes. Los principales hallazgos evidenciaron que la atención personalizada, la organización de los procesos y la calidad del servicio influyen significativamente en la satisfacción y retención de los usuarios, por lo que se propusieron estrategias para fortalecer la gestión administrativa y mejorar la experiencia del cliente. Este estudio aporta fundamentos para la presente investigación al demostrar que la optimización de los procesos internos favorece la fidelización de los participantes.

Carricas Cabrera (2025), en la investigación titulada "Plan de Negocio de la start-up FitNetwork", desarrollada en la Universidad Pontificia Comillas (España), tuvo como objetivo diseñar un modelo de negocio para una plataforma digital del sector fitness orientada al entrenamiento personalizado y al seguimiento de los usuarios. La investigación se desarrolló mediante un estudio de viabilidad empresarial utilizando herramientas como el Modelo Canvas y el análisis estratégico. Entre los principales hallazgos se determinó que una propuesta de valor basada en la personalización del servicio, el uso de plataformas digitales y el seguimiento continuo favorece la satisfacción y fidelización de los clientes, fortaleciendo la competitividad del negocio. Este antecedente guarda relación con la presente investigación porque evidencia la importancia de

estructurar y optimizar un modelo de negocio centrado en la experiencia del cliente dentro del sector fitness.

Elasri Ejjaberi (2018) , en la investigación titulada "Estrategias para la fidelización en empresas de servicios y acciones sobre procesos para el cambio organizativo. Aplicaciones en el sector de las instalaciones deportivas en España", desarrollada en la Universidad de Barcelona (España), tuvo como objetivo analizar las estrategias que favorecen la fidelización de los clientes en instalaciones deportivas, así como evaluar la relación entre la calidad del servicio, el valor percibido, la satisfacción y la lealtad de los usuarios. La investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo mediante la aplicación de encuestas a 791 usuarios de 12 centros deportivos municipales de Barcelona. Entre los principales hallazgos se determinó que la calidad de los procesos de servicio y el valor percibido influyen significativamente en la satisfacción y fidelización de los clientes. Asimismo, se concluyó que la implementación de estrategias de mejora organizacional y la optimización de los procesos administrativos fortalecen la permanencia de los usuarios y la competitividad de las organizaciones deportivas. Este antecedente guarda una estrecha relación con la presente investigación, ya que demuestra que la optimización de los procesos administrativos y la orientación hacia la experiencia del cliente constituyen factores clave para fortalecer el modelo de negocio en empresas del sector fitness.

Lin (2018) , en la investigación titulada "Research of Customer Experience and Customer Loyalty of Fitness Club" (Investigación sobre la experiencia del cliente y la lealtad del cliente en clubes fitness), desarrollada en la Universidad Nacional Sun Yat-sen (Taiwán), tuvo como objetivo analizar la influencia de la experiencia del cliente sobre la lealtad en los clubes de fitness, considerando variables como la calidad del servicio, la satisfacción, la calidad de la relación y los vínculos con el cliente. El estudio utilizó un enfoque cuantitativo mediante la aplicación de 423 encuestas a usuarios de gimnasios y el análisis estadístico de los datos. Entre los principales hallazgos se evidenció que una experiencia positiva del cliente incrementa significativamente la satisfacción y la lealtad hacia el gimnasio. Además, se concluyó que la calidad del servicio y la construcción de relaciones sólidas con los usuarios favorecen la intención de permanencia y recomendación del establecimiento. Este antecedente se relaciona con la presente investigación porque confirma que la experiencia del cliente constituye un elemento estratégico para fortalecer el modelo de negocio y mejorar la gestión administrativa de las organizaciones dedicadas al fitness.

Investigaciones nacionales

Bolaños Prado (2016) , en la investigación titulada "Estrategias de posicionamiento para la instalación de un gimnasio en Estelí en el año 2015", desarrollada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua), tuvo como objetivo analizar las estrategias de posicionamiento necesarias para la instalación de un gimnasio que respondiera a las necesidades del mercado de la ciudad de Estelí. La investigación utilizó un enfoque descriptivo mediante la aplicación de encuestas a 100 usuarios de los gimnasios Guido y Cardios, así como entrevistas dirigidas a los gerentes de dichos establecimientos. Entre los principales hallazgos se determinó que los clientes consideran la atención personalizada, la calidad del servicio, la innovación, el ambiente y la disponibilidad de equipos como factores decisivos para elegir y permanecer en un gimnasio. Asimismo, el estudio concluyó que una adecuada estrategia de posicionamiento y una propuesta de valor diferenciada fortalecen la competitividad y favorecen la captación y fidelización de clientes. Este antecedente guarda relación con la presente investigación porque demuestra que la experiencia del cliente constituye un elemento fundamental para fortalecer el modelo de negocio y mejorar la gestión administrativa de las empresas del sector fitness.

Chávez Urtecho (2017) , en la investigación titulada "Estudio de factibilidad para la puesta en marcha de un proyecto (Gimnasio) en el período 2016-2017 en el sector del residencial Bello Horizonte", desarrollada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, tuvo como objetivo evaluar la factibilidad comercial, técnica y financiera para la creación del gimnasio Arena Sport Fitness & Muscle en la ciudad de Managua. La investigación utilizó un estudio de mercado con encuestas a la población potencial y análisis financiero para determinar la viabilidad del proyecto. Entre los principales hallazgos se identificó una aceptación del 92 % por parte del mercado objetivo, evidenciando una demanda insatisfecha de servicios fitness. Además, se concluyó que ofrecer instalaciones adecuadas, equipos modernos, atención profesional y servicios diferenciados constituye una ventaja competitiva que incrementa la satisfacción y preferencia de los clientes, mientras que el análisis financiero confirmó la rentabilidad del proyecto y recomendó fortalecer las estrategias de mercadeo y fidelización para garantizar su crecimiento sostenible. Este antecedente guarda una estrecha relación con la presente investigación, ya que demuestra que un modelo de negocio estructurado, centrado en las necesidades y experiencia del cliente, contribuye al fortalecimiento de la gestión administrativa y al éxito de las empresas del sector fitness.

En conjunto, estos antecedentes evidencian la necesidad de una gestión administrativa sólida y orientada al cliente para garantizar su permanencia, sentando las bases para el análisis de los procesos administrativos en programas fitness virtuales como el de **Campos Fitness**, objeto de la presente investigación.

7.2. Perspectiva teórica asumida

La presente investigación se fundamenta en un enfoque teórico integrador que combina la **Teoría Clásica de la Administración** y la **Teoría del Marketing Relacional** como base para comprender la retención de clientes en el contexto de los programas fitness virtuales.

Desde una perspectiva administrativa, se asume la visión propuesta por **Henri Fayol (1916/2014)**, quien establece que la administración se compone de funciones básicas e interdependientes: **planificación, organización, dirección y control**. Esta perspectiva es fundamental, ya que permite analizar la estructura interna de la empresa Campos Fitness y evaluar cómo la gestión de sus procesos en estas áreas impacta directamente en la experiencia y permanencia de los participantes. La correcta planificación de los programas, la organización de los recursos humanos y tecnológicos, la dirección efectiva de los equipos y el control continuo de los resultados son pilares para una gestión eficiente. Complementariamente, se consideran los principios administrativos propuestos por Fayol, como la división del trabajo, la autoridad y responsabilidad, la disciplina, la unidad de mando y dirección, la equidad y el espíritu de equipo, los cuales constituyen una guía para mejorar la eficiencia y el desempeño organizacional.

Paralelamente, se adopta el enfoque del **Marketing Relacional**, el cual, según investigaciones recientes, se basa en establecer, mantener y fortalecer relaciones duraderas entre la empresa y sus clientes mediante la creación de valor mutuo. Esta teoría proporciona el marco para entender la retención no como un resultado transaccional, sino como la consecuencia de una relación basada en la **confianza, el compromiso y la comunicación continua**. Este enfoque es especialmente relevante para Campos Fitness, ya que su modalidad virtual y el uso de herramientas como WhatsApp y redes sociales exigen una comunicación constante y una gestión de la relación con el cliente (CRM) que trascienda la interacción física.

La integración de ambas perspectivas permite analizar cómo la gestión administrativa (interna) se convierte en el vehículo para ejecutar las estrategias de marketing relacional (externa), generando así las condiciones para la satisfacción, la lealtad y, en última instancia, la retención de los clientes en un entorno digital.

7.3. Revisión de literatura previa

La literatura existente establece una relación directa entre la gestión administrativa y la retención de clientes, destacando la importancia de los procesos internos para generar valor externo.

7.3.1. Fundamentos de la administración

La administración constituye una de las disciplinas más importantes para el desarrollo y funcionamiento de las organizaciones modernas. Su estudio permite comprender cómo se coordinan los recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales para alcanzar objetivos específicos de manera eficiente y eficaz. Según **Stephen P. Robbins y Mary Coulter (2018)**, la administración implica la coordinación y supervisión de las actividades laborales de otras personas para garantizar que se realicen de forma eficiente y eficaz. La eficiencia se refiere al uso óptimo de los recursos disponibles, mientras que la eficacia está relacionada con el logro de los objetivos organizacionales.

Chiavenato (2019) define la administración como el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los recursos organizacionales con el propósito de alcanzar objetivos previamente establecidos. Por su parte, **Koontz, Weihrich y Cannice (2012)** afirman que la administración consiste en diseñar y mantener un ambiente adecuado para que las personas trabajen eficientemente en grupos y alcancen metas específicas. Estas definiciones coinciden en que la administración es un proceso continuo orientado al logro de objetivos organizacionales mediante el uso racional de los recursos disponibles.

En la actualidad, la administración se considera una herramienta indispensable para enfrentar los desafíos de la globalización, la innovación tecnológica, la competitividad empresarial y los cambios constantes del entorno económico y social. Las organizaciones requieren procesos administrativos sólidos que les permitan adaptarse a las exigencias del mercado y mantener su sostenibilidad a largo plazo.

7.3.2. Funciones administrativas

La literatura administrativa identifica cuatro funciones fundamentales:

- **Planeación:** Constituye la primera función administrativa. Consiste en definir objetivos y establecer estrategias para alcanzarlos. Fayol (1916/2014) consideraba la planeación como la capacidad de prever el futuro y preparar acciones para enfrentar los acontecimientos venideros. Según Robbins y Coulter (2018), la planeación implica establecer metas, analizar el entorno, diseñar estrategias y elaborar programas y presupuestos, permitiendo reducir la incertidumbre y orientar los esfuerzos organizacionales hacia objetivos concretos.
- **Organización:** Consiste en estructurar y distribuir adecuadamente los recursos y responsabilidades dentro de la empresa. De acuerdo con Koontz et al. (2012), esta función determina quién realiza cada actividad, cómo se agrupan las tareas y cuáles son los niveles de autoridad y responsabilidad. Una adecuada organización contribuye a mejorar la coordinación interna y aumentar la eficiencia operativa.
- **Dirección:** Comprende la capacidad de influir, motivar y orientar a las personas para alcanzar los objetivos organizacionales. Chiavenato (2019) señala que esta función involucra liderazgo, comunicación, motivación y toma de decisiones. Los administradores deben desarrollar habilidades interpersonales que faciliten la cooperación y el compromiso de los trabajadores.
- **Control:** Permite evaluar el desempeño organizacional y verificar si los resultados obtenidos coinciden con los objetivos establecidos. Robbins y Coulter (2018) indican que el proceso de control incluye establecer estándares, medir resultados, comparar resultados con estándares y aplicar acciones correctivas cuando sea necesario. El control garantiza la mejora continua y el cumplimiento de los planes organizacionales.

7.3.3. Perfil del administrador

Según **Robert L. Katz**, un administrador eficaz debe poseer:

- **Habilidades técnicas:** relacionadas con conocimientos específicos de su área profesional.

- **Habilidades humanas:** capacidad para trabajar con personas, liderar equipos y resolver conflictos.
- **Habilidades conceptuales:** permiten comprender la organización de manera integral y tomar decisiones estratégicas.

7.3.4. La retención de clientes como objetivo estratégico

En el entorno empresarial actual, caracterizado por una intensa competencia y consumidores cada vez más informados, la retención de clientes se ha convertido en una prioridad estratégica para las organizaciones. Las empresas han comprendido que mantener a sus clientes actuales resulta más rentable que adquirir nuevos clientes, debido a los costos asociados a la captación y a la construcción de nuevas relaciones comerciales. La retención de clientes constituye un elemento fundamental dentro de la administración de empresas, ya que influye directamente en la rentabilidad, la sostenibilidad y el crecimiento organizacional.

La retención de clientes puede definirse como la capacidad de una empresa para mantener relaciones comerciales continuas con sus clientes durante un período determinado. Según **Frederick F. Reichheld**, la retención implica que los clientes continúen adquiriendo productos o servicios de la misma organización en lugar de acudir a la competencia. De acuerdo con los estudios recopilados por **Gabriel Sperandio Milan y colaboradores**, la retención se entiende como la continuidad de la relación comercial entre cliente y empresa, manifestada en la repetición de compras y la permanencia del cliente a lo largo del tiempo.

La retención no debe confundirse con la lealtad. Un cliente puede permanecer en una empresa por razones económicas, contractuales o de conveniencia sin desarrollar un vínculo emocional con la marca. Sin embargo, cuando la retención está acompañada de satisfacción y confianza, se transforma en lealtad, generando beneficios aún mayores para la organización.

7.3.5. Factores que influyen en la retención de clientes

La literatura especializada identifica diversos factores determinantes para la permanencia de los clientes:

- **Calidad del servicio:** La calidad percibida influye directamente en la permanencia del cliente. Cuando los consumidores perciben que los productos o servicios cumplen o superan sus expectativas, aumenta la probabilidad de que continúen adquiriendo los productos de la empresa.
- **Satisfacción del cliente:** La satisfacción surge cuando la experiencia obtenida coincide o supera las expectativas iniciales del consumidor. Numerosos estudios identifican la satisfacción como uno de los principales determinantes de la retención. Según Thorsten Hennig-Thurau y Alexander Klee, la satisfacción influye significativamente en la decisión del consumidor de continuar o no su relación con la empresa. Sin embargo, estos autores también señalan que la satisfacción por sí sola no garantiza la retención, ya que intervienen otros factores como la calidad de la relación, la confianza y los costos de cambio.
- **Confianza:** Se refiere a la percepción de que la empresa actuará de manera honesta y cumplirá sus promesas. Las investigaciones sobre marketing relacional muestran que la confianza fortalece las relaciones a largo plazo y disminuye la probabilidad de abandono del cliente.
- **Valor percibido:** Corresponde a la evaluación que realiza el consumidor entre los beneficios recibidos y los costos asumidos. Cuando el cliente percibe un alto valor, aumenta la probabilidad de permanencia y recomendación.
- **Costos de cambio:** Representan los esfuerzos económicos, psicológicos o temporales que implica abandonar una empresa para acudir a otra. Estos costos pueden favorecer la retención incluso cuando los niveles de satisfacción no son elevados.

7.3.6. Estrategias de retención de clientes

Las organizaciones modernas implementan diversas estrategias para fortalecer la permanencia de sus consumidores:

- **Programas de fidelización:** Premian las compras repetidas mediante descuentos, acumulación de puntos o beneficios exclusivos.
- **Personalización del servicio:** Consiste en adaptar productos, promociones y comunicaciones a las necesidades específicas de cada cliente.

- **Gestión de relaciones con clientes (CRM):** Los sistemas CRM permiten recopilar y analizar información de los consumidores para mejorar la experiencia y anticipar necesidades futuras.
- **Servicio postventa:** Incluye seguimiento, soporte técnico y atención posterior a la compra.
- **Atención al cliente:** Una atención rápida y eficaz contribuye significativamente a la satisfacción y permanencia del consumidor.

7.3.7. Retención de clientes y rentabilidad empresarial

Diversos autores sostienen que la retención genera beneficios económicos superiores a los obtenidos mediante estrategias exclusivas de captación. Los clientes retenidos compran con mayor frecuencia, son menos sensibles al precio, recomiendan la empresa, generan menores costos de atención e incrementan el valor de vida del cliente. La literatura académica destaca que la construcción de relaciones duraderas produce beneficios tanto para la empresa como para el consumidor.

7.3.8. Retención de clientes en la era digital

La transformación digital ha modificado profundamente las estrategias de retención. Actualmente, las organizaciones utilizan herramientas como Big Data, inteligencia artificial, automatización del marketing, comercio electrónico, redes sociales y sistemas CRM avanzados. Estas herramientas permiten identificar patrones de comportamiento y anticipar riesgos de abandono de clientes. Las investigaciones recientes destacan que la detección temprana de señales de deserción mejora significativamente las acciones de retención.

7.3.9. Comunicación organizacional y programas fitness virtuales

La comunicación organizacional representa un proceso fundamental dentro de cualquier empresa, ya que permite transmitir información, coordinar actividades y fortalecer relaciones entre la organización y sus clientes. Según **Carlos Fernández Collado (2005)**, la comunicación organizacional es el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar el flujo de mensajes dentro de la empresa y hacia su entorno. En empresas fitness virtuales, la comunicación constituye un elemento esencial debido a que la interacción con los participantes se desarrolla principalmente mediante plataformas digitales como WhatsApp y redes sociales. Una comunicación eficiente

permite resolver dudas, brindar seguimiento, motivar a los usuarios y fortalecer la experiencia del cliente.

Los programas fitness virtuales han experimentado un crecimiento considerable debido al avance tecnológico y al uso de plataformas digitales. Estos programas permiten que las personas reciban orientación nutricional y entrenamiento físico desde cualquier lugar. Según el **American College of Sports Medicine (2018)**, los programas de entrenamiento deben incluir planificación, seguimiento y evaluación constante para garantizar resultados efectivos. En este tipo de programas, la organización administrativa resulta fundamental para garantizar un adecuado seguimiento y control de los participantes.

7.3.10. Relación entre gestión administrativa, retención y resultados

Diversos autores coinciden en que existe una relación directa entre la gestión administrativa, la satisfacción del cliente y la permanencia de los usuarios dentro de un servicio. Una adecuada gestión administrativa favorece: mejor atención al cliente, seguimiento constante, mayor motivación, organización eficiente y mejores resultados. Por el contrario, las deficiencias administrativas pueden provocar: desorganización, insatisfacción, desmotivación y abandono del programa.

7.4. Conceptos claves definidos

A continuación, se definen los conceptos fundamentales que guían la investigación:

- **Administración:** "El proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales de manera eficiente y eficaz" (Chiavenato, 2019).
- **Procesos administrativos:** Conjunto de etapas o funciones interrelacionadas que permiten dirigir y gestionar una organización de manera ordenada. Estas etapas comprenden principalmente la planificación, organización, dirección y control, las cuales facilitan la coordinación de recursos y el cumplimiento de los objetivos institucionales (Fayol, 1987).
- **Gestión administrativa:** Proceso de planificar, organizar, integrar al personal, dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de una organización, así como el uso de los demás

recursos, con el propósito de alcanzar los objetivos establecidos de manera eficiente (Koontz, Weihrich & Cannice, 2012).

- **Retención de clientes:** Capacidad de una empresa para mantener relaciones comerciales continuas con sus clientes durante un período determinado (Reichheld, 1996). Se entiende como la continuidad de la relación comercial entre cliente y empresa, manifestada en la repetición de compras y la permanencia del cliente a lo largo del tiempo (Milan et al., citados en la literatura).
- **Fidelización del cliente:** Desarrollo de relaciones duraderas entre la empresa y el consumidor mediante experiencias positivas y un alto nivel de satisfacción. Según Reichheld (1996), la fidelización genera beneficios como mayor permanencia, incremento en las renovaciones, recomendaciones y mayor rentabilidad.
- **Satisfacción del cliente:** "El sentimiento de placer o decepción que resulta de comparar el desempeño percibido de un producto o servicio con las expectativas del comprador" (Kotler & Keller, 2016).
- **Experiencia del cliente:** Se refiere a las respuestas internas y subjetivas que tienen los consumidores como resultado de sus interacciones directas o indirectas con una empresa, sus productos o sus servicios (Schmitt, 1999).
- **Percepción:** Proceso por el cual los individuos organizan e interpretan sus impresiones sensoriales para dar significado a su ambiente (Robbins & Judge, 2017).
- **Permanencia:** Tiempo durante el cual una persona continúa vinculada, participando o utilizando un servicio, producto o programa determinado (Kotler & Armstrong, 2017).
- **Modelo de negocio:** Describe la manera en que una organización crea, proporciona y captura valor, integrando elementos como los clientes, la propuesta de valor, los recursos, las actividades y las fuentes de ingresos (Osterwalder & Pigneur, 2011).
- **Comunicación organizacional:** Conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar el flujo de mensajes dentro de la empresa y hacia su entorno (Fernández Collado, 2005).
- **Atención al cliente:** Conjunto de acciones y actitudes mediante las cuales una organización brinda apoyo, orientación y respuesta a las necesidades de sus usuarios, buscando ofrecer un servicio oportuno, eficiente y satisfactorio (Albrecht, 1998).

- **Seguimiento al cliente:** Comprende el conjunto de actividades desarrolladas por una organización para mantener contacto permanente con el usuario durante la prestación del servicio. Según Kotler y Keller (2016), el seguimiento constituye una estrategia de fidelización porque permite resolver problemas oportunamente, brindar acompañamiento y fortalecer la confianza del cliente.
- **Seguimiento (general):** Proceso continuo de supervisión, evaluación y acompañamiento que permite verificar el cumplimiento de objetivos, identificar avances, detectar dificultades y realizar ajustes necesarios durante la prestación de un servicio o desarrollo de un programa (Chiavenato, 2019).
- **Sistema de optimización:** Conjunto organizado de métodos, herramientas y procedimientos orientados a mejorar el funcionamiento de una actividad o proceso, buscando obtener mejores resultados mediante el uso eficiente de los recursos disponibles, la reducción de errores y el incremento de la productividad y calidad del servicio (Taylor, 1911).
- **Asesoría nutricional:** Proceso educativo y de comunicación que busca ayudar a las personas a adoptar hábitos alimentarios saludables mediante recomendaciones individualizadas, considerando sus necesidades, condiciones de salud y estilo de vida (Academy of Nutrition and Dietetics, 2023).
- **Programas fitness virtuales:** Servicios que permiten que las personas reciban orientación nutricional y entrenamiento físico desde cualquier lugar, mediante el uso de plataformas digitales. Según el American College of Sports Medicine (2018), estos programas deben incluir planificación, seguimiento y evaluación constante para garantizar resultados efectivos.
- **Campos Fitness:** Empresa nicaragüense dedicada a la prestación de servicios de asesoría nutricional y acompañamiento para el acondicionamiento físico, cuya modalidad de atención es completamente virtual. A través de su programa Reto Fitness, ofrece planes de alimentación personalizados, seguimiento continuo, orientación y acompañamiento mediante herramientas digitales como WhatsApp y redes sociales, con el propósito de promover hábitos saludables y contribuir al logro de los objetivos físicos y de bienestar de sus participantes. Su modelo de negocio se fundamenta en la atención personalizada, la

comunicación constante y el seguimiento permanente, elementos que fortalecen la experiencia del cliente y favorecen su permanencia dentro del programa.

10. Metodología de la investigación

10.1 Enfoque de la investigación

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, el cual permite comprender en profundidad las experiencias, percepciones y opiniones de los participantes del reto fitness. Según Roberto Hernández Sampieri (2014), el enfoque cualitativo se centra en la interpretación de los fenómenos sociales desde la perspectiva de los sujetos involucrados, permitiendo analizar la realidad en su contexto natural.

Este enfoque es adecuado para el presente estudio, ya que se busca comprender cómo la gestión administrativa influye en la retención y resultados de los participantes.

10.2 Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptiva, debido a que tiene como propósito identificar, analizar y caracterizar las variables relacionadas con el tiempo, el lugar y las personas involucradas en el estudio, enfocándose específicamente en la gestión administrativa y su influencia en los participantes del reto fitness. Este tipo de investigación permite describir de manera sistemática las características, comportamientos y condiciones presentes en el contexto de estudio, sin manipular las variables. Asimismo, facilita la comprensión de cómo los procesos administrativos, tales como la planificación, organización, dirección y control, inciden en la participación, el compromiso y el desempeño de los integrantes del reto fitness, proporcionando información relevante para la toma de decisiones y el planteamiento de estrategias de mejora.

10.3 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental, debido a que las variables objeto de estudio no son manipuladas de manera deliberada por el investigador, sino que se observan y analizan tal como se presentan en su contexto natural. En este tipo de diseño, el propósito es describir y comprender los fenómenos en las condiciones en que ocurren, sin intervenir ni alterar su desarrollo (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). Asimismo, es de corte transversal, debido a que la información se recolecta en un preciso periodo determinado durante el I cuatrimestre del año 2026.

10.4 Población y muestra

La población de estudio estuvo conformada por los participantes activos del programa de asesoría nutricional de Campos Fitness Center en Managua durante el I cuatrimestre del año 2026, la población total estuvo comprendida por 100 participantes activos.

Se utilizó un muestreo No probabilístico, por conveniencia, tomando en cuenta criterios de inclusión dentro de los cuales estaban:

Criterios de inclusión:

- Participantes activos en el programa de asesoría nutricional de Campos Fitness Center
- Participantes con dispositivos móviles para la realización del levantamiento de datos.
- Participantes con disponibilidad de tiempo y anuentes a participar en el estudio

Tomando en cuenta estos criterios, la disponibilidad y la anuencia proporcionar información relevante sobre la *experiencia*, satisfacción y percepción de la gestión administrativa desarrollada dentro del programa, se obtuvo una muestra seleccionada para la investigación de 40 participantes del programa fitness.

Según Tamayo y Tamayo (2003), el muestreo por conveniencia es adecuado en investigaciones cualitativas cuando los participantes poseen características específicas relacionadas con el fenómeno estudiado.

La cooperación de los participantes permitió obtener información detallada sobre aspectos relacionados con:

- Atención administrativa
- Seguimiento personalizado
- Comunicación
- Satisfacción del cliente
- Permanencia en el programa
- Percepción general del servicio brindado

10.5 Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos, según Roberto Hernández Sampieri (2014), explica que las escalas ordinales clasifican los datos en categorías con un orden lógico y que las entrevistas y cuestionarios pueden emplear este tipo de escalas. En primera instancia se interactuó con los participantes y se les explicaba el objetivo y relevancia del estudio, así mismo explicándoles que la realización de este estudio se basó en las consideraciones éticas de confidencialidad y no maleficencia para los involucrados.

Se desarrolló una escala ordinal de cinco categorías, ya que esta se usa para evaluar satisfacción, desempeño, calidad o nivel. Siendo esta una investigación sobre gestión administrativa y satisfacción sobre un reto fitness, se utilizó la Escala de medición: Ordinal. Donde dicho instrumento se llevó a cabo mediante una entrevista tipo cuestionario, donde la escala de valoración es: Deficiente, Regular, Bueno, Muy bueno y Excelente. Esta técnica permite transformar percepciones subjetivas en datos cuantificables para su análisis estadístico.

10.6 Instrumento

El instrumento de recolección de datos que se utilizó fue una ficha de percepción brindada a los participantes del programa fitness. Este instrumento permitió recopilar información relevante sobre la satisfacción, retención y resultados del programa.

10.7 Análisis de datos

Para el correcto análisis de datos se realizó una base de datos en el programa estadístico SPSS versión 27, posteriormente se procedió al análisis de datos cualitativos a través de tablas de frecuencia y porcentajes para cada variable correspondiente. Según Taylor y Bogdan (1987), el análisis cualitativo busca comprender el significado de las experiencias humanas a partir de la interpretación de los datos recolectados.

11. Resultados

Tabla 1.

Ambiente positivo organizacional

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	6	14,6
Excelente	34	85,4
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 1 muestra que el 85,4 % de los participantes perciben que Campos Fitness Center cuentan con un ambiente positivo organizacional.

Tabla 2.

Buena organización administrativa

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	8	19,5
Excelente	32	80,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

Al observar la tabla 2 se logra apreciar que el 80,5% de los participantes del reto fitness, encuentran buena organización administrativa.

Tabla 3.**Organización de la información (planes, indicaciones)**

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	1	2,4
Regular	3	7,3
Bueno	10	24,4
Muy bueno	15	36,6
Excelente	11	29,3
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 3 muestra como los participantes perciben la organización de la información (planes, indicaciones) en el reto fitness como Muy bueno con 36,6% de su totalidad.

Tabla 4.**Seguimiento al cliente (control, recordatorios)**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	2	4,9
Bueno	6	14,6
Muy bueno	19	46,3
Excelente	13	34,2
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

Al encuestar la percepción de los participantes acerca del seguimiento al cliente (control, recordatorios) el 46,3% de ellos lo definen como muy bueno.

Tabla 5.**Personalización del trato**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1	2,4
Bueno	7	17,1
Muy bueno	18	43,9
Excelente	14	36,6
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

Al encuestar sobre la personalización del trato a los participantes en el reto fitness, el 43,9% lo cataloga como muy bueno.

Tabla 6.**Resolución de dudas del cliente**

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	1	2,4
Regular	2	4,9
Bueno	8	19,5
Muy bueno	17	41,5
Excelente	12	31,7
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 6 muestra como 41,5% de los participantes refieren que la resolución de dudas al cliente es muy buena.

Tabla 7.**Frecuencia de comunicación**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	3	7,3
Bueno	9	22,0
Muy bueno	17	41,5
Excelente	11	29,2
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 7 muestra la satisfacción en la frecuencia de comunicación con 41.5% de la población total.

Tabla 8.**Claridad en instrucciones de alimentación**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	2	4,9
Bueno	6	14,6
Muy bueno	20	48,8
Excelente	12	31,7
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

Al encuestar sobre la claridad en instrucciones de alimentación en el reto fitness, 48,8% refieren que esta es muy buena.

Tabla 9.**Nivel de acompañamiento percibido**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1	2,4
Bueno	7	17,1
Muy bueno	18	43,9
Excelente	14	36,6
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

Al observar la percepción de los participantes acerca del acompañamiento percibido, 43,9% de la población los cataloga como muy bueno.

Tabla 10.**Orden en el envío de planes y documentos**

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	1	2,4
Regular	3	7,3
Bueno	9	22,0
Muy bueno	17	41,5
Excelente	10	26,8
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 10 muestra que 41,5% de la población percibe el orden del envío de planes y documentos como muy bueno.

Tabla 11.**Rapidez de respuesta en WhatsApp**

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	1	2,4
Regular	2	4,9
Bueno	8	19,5
Muy bueno	18	43,9
Excelente	11	29,3
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 11 muestra que 43,9% de los participantes están satisfechos y lo catalogan como muy bueno en la rapidez de respuesta de WhatsApp.

Tabla 12.**Claridad de los mensajes enviados**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	2	4,9
Bueno	8	19,5
Muy bueno	19	46,3
Excelente	11	29,3
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

Al encuestar sobre qué les parece la claridad de los mensajes enviados, 46,3% de los participantes refieren como muy bueno.

Tabla 13.**Amabilidad en la comunicación**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1	2,4
Bueno	5	12,2
Muy bueno	17	41,4
Excelente	17	44,0
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 13 muestra que Campos Fitness Center presenta amabilidad en la comunicación con sus participantes con 44%.

Tabla 14.**Uso adecuado de lenguaje profesional**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1	2,4
Bueno	5	12,2
Muy bueno	18	43,9
Excelente	16	41,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 14 refiere que en Campos Fitness Center se emplea el uso adecuado de lenguaje profesional con 43,9%.

Tabla 15.**Tiempo de seguimiento post-entrega del plan**

	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	1	2,4
Regular	4	9,8
Bueno	8	19,5
Muy bueno	17	41,5
Excelente	10	26,8
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

Al encuestar sobre el tiempo de seguimiento post-entrega del plan. 41,5% lo catalogan como muy bueno.

Tabla 16.**Consistencia en la atención (no abandono)**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1	2,4
Bueno	5	12,2
Muy bueno	18	43,9
Excelente	16	41,5
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 16, sobre consistencia en la atención (no abandono) 43,9% de los participantes refieren que es muy bueno.

Tabla 17.
Satisfacción percibida del cliente en la conversación

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1	2,4
Bueno	6	14,6
Muy bueno	18	43,9
Excelente	15	39,1
Total	40	100,0

Fuente: Elaboración propia

Sobre la satisfacción percibida del cliente en la conversación 43,9% refieren que es muy buena.

12. Discusión de resultados

Los resultados obtenidos mediante la guía de observación digital evidencian que la gestión administrativa desarrollada por Campos Fitness Center es valorada favorablemente por la mayoría de los participantes, destacándose aspectos como la rapidez de respuesta, el seguimiento constante, la atención personalizada y la claridad de la información proporcionada. Estos hallazgos coinciden con los planteamientos de Kotler y Keller (2016), quienes sostienen que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente dependen en gran medida de la capacidad de la organización para responder oportunamente a las necesidades de sus usuarios. En este sentido, la rapidez en la atención y la disponibilidad de información clara constituyen elementos esenciales para generar experiencias positivas y fortalecer la percepción de valor por parte de los clientes.

Asimismo, los resultados muestran que el acompañamiento continuo y la comunicación eficiente ejercen una influencia significativa en la satisfacción, motivación y permanencia de los participantes dentro del programa fitness. Esta evidencia es consistente con lo expuesto por Chiavenato (2019), quien señala que una adecuada gestión administrativa implica la coordinación eficiente de recursos y procesos con el propósito de alcanzar objetivos organizacionales y satisfacer las expectativas de los usuarios. Desde esta perspectiva, el seguimiento constante observado en Campos Fitness Center puede interpretarse como una estrategia administrativa que favorece la fidelización de los participantes y fortalece el compromiso con el programa.

De igual manera, los hallazgos concuerdan con las aportaciones de Robbins y Coulter (2021), quienes argumentan que la comunicación organizacional efectiva constituye un factor determinante para el éxito de cualquier organización. Los autores destacan que la transmisión clara y oportuna de información permite reducir la incertidumbre, mejorar la coordinación de actividades y fortalecer las relaciones entre la organización y sus clientes. En el caso analizado, la percepción positiva de los participantes respecto a la comunicación evidencia que este proceso administrativo está contribuyendo favorablemente al desarrollo del reto fitness y a la construcción de una experiencia satisfactoria para los usuarios.

Por otra parte, la atención personalizada identificada como una de las fortalezas del programa coincide con los planteamientos de Zeithaml, Bitner y Gremler (2018), quienes afirman que la personalización del servicio incrementa la percepción de calidad y mejora

significativamente los niveles de satisfacción del cliente. Los participantes valoran positivamente recibir orientación adaptada a sus necesidades individuales, lo que demuestra que la organización ha logrado implementar prácticas centradas en el usuario. Este enfoque resulta especialmente relevante en el sector fitness, donde la interacción constante y el acompañamiento personalizado constituyen factores clave para mantener la motivación y el cumplimiento de objetivos.

Sin embargo, aunque los resultados generales son favorables, algunos participantes señalaron oportunidades de mejora relacionadas con la optimización de los tiempos de respuesta y la organización de ciertos procesos administrativos. Estos hallazgos reflejan que, a pesar del desempeño positivo observado, existen áreas susceptibles de fortalecimiento para alcanzar niveles superiores de eficiencia. Al respecto, Daft (2018) sostiene que las organizaciones deben implementar procesos de mejora continua que les permitan adaptarse a las necesidades cambiantes de sus usuarios y optimizar permanentemente sus procedimientos internos. Bajo esta perspectiva, las observaciones realizadas por los participantes representan una oportunidad para revisar los mecanismos administrativos actuales y diseñar estrategias que permitan reducir posibles demoras o inconsistencias operativas.

Los resultados también guardan relación con la teoría de la calidad total propuesta por Deming (1986), quien enfatiza la importancia de evaluar constantemente los procesos organizacionales para identificar oportunidades de mejora. La existencia de observaciones relacionadas con los tiempos de respuesta demuestra que incluso en organizaciones con altos niveles de satisfacción pueden existir procesos que requieren ajustes para incrementar la eficiencia y la calidad del servicio. En consecuencia, la retroalimentación proporcionada por los participantes constituye una fuente valiosa de información para fortalecer la gestión administrativa de Campos Fitness Center.

Desde una perspectiva estratégica, los hallazgos evidencian que la gestión administrativa influye directamente en la percepción que los usuarios tienen de la organización. Esta afirmación coincide con Porter (1990), quien señala que la ventaja competitiva de una empresa depende en gran medida de su capacidad para desarrollar procesos internos eficientes que generen valor para sus clientes. En el contexto del programa fitness analizado, la calidad de la gestión administrativa

se convierte en un elemento diferenciador que contribuye a fortalecer la imagen profesional del servicio y a consolidar su posicionamiento frente a otras alternativas del mercado.

Además, los resultados permiten inferir que la satisfacción de los participantes no depende exclusivamente de los beneficios físicos obtenidos mediante el programa, sino también de la calidad de la experiencia administrativa que acompaña el proceso. Esta interpretación coincide con las investigaciones de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), quienes establecen que la percepción de calidad del servicio está determinada por diversos factores, entre ellos la capacidad de respuesta, la confiabilidad, la empatía y la seguridad transmitida por la organización. Los hallazgos obtenidos muestran que estas dimensiones están presentes en la gestión administrativa de Campos Fitness Center, contribuyendo al fortalecimiento de la satisfacción de los usuarios.

Por otro lado, la permanencia de los participantes dentro del reto fitness puede explicarse a partir de los planteamientos de Drucker (2007), quien sostiene que el propósito fundamental de toda organización es crear y conservar clientes. En este caso, el seguimiento continuo, la atención personalizada y la comunicación efectiva parecen actuar como mecanismos que favorecen la retención de usuarios y fortalecen su compromiso con el programa. Esto demuestra que la gestión administrativa no debe considerarse únicamente como una función operativa, sino como una herramienta estratégica para alcanzar los objetivos organizacionales.

Finalmente, los resultados permiten concluir que la gestión administrativa implementada por Campos Fitness Center constituye un factor determinante en la calidad del servicio ofrecido. La evidencia obtenida confirma que prácticas como la comunicación eficiente, el acompañamiento constante, la atención personalizada y la claridad de la información contribuyen significativamente a la satisfacción y permanencia de los participantes. No obstante, también se identifican oportunidades de mejora relacionadas con la optimización de ciertos procesos administrativos, lo que coincide con las propuestas teóricas sobre mejora continua y excelencia organizacional. En consecuencia, los hallazgos respaldan la importancia de fortalecer permanentemente los procesos administrativos como estrategia para incrementar la competitividad, la satisfacción del cliente y el crecimiento sostenible de la organización.

13. Conclusiones

- Los participantes clasifican positivamente los procesos administrativos del reto fitness. El ambiente organizacional, la organización administrativa y la gestión de la información obtuvieron valoraciones mayoritariamente entre muy bueno y excelente.
- Los involucrados valoran positivamente la atención y el seguimiento recibidos durante el reto fitness. El acompañamiento constante, la personalización del trato y la claridad de las instrucciones fueron los aspectos mejor evaluados.
- Los resultados muestran una alta permanencia de los participantes en el programa, vinculada a un seguimiento post-entrega del plan bien valorado. Además, la consistencia en la atención refleja baja deserción y continuidad en el proceso.

14. Recomendaciones

- En relación con la valoración positiva de los procesos administrativos del reto fitness, se recomienda mantener y fortalecer las estrategias actuales de organización, planificación y gestión de la información, implementando mecanismos de mejora continua que permitan conservar los altos niveles de satisfacción de los participantes y optimizar los procesos internos del programa.
- Considerando la evaluación favorable de la atención y seguimiento brindado a los participantes, se recomienda continuar desarrollando estrategias de acompañamiento personalizado, comunicación efectiva y orientación constante, con el propósito de fortalecer la relación con los usuarios y garantizar una experiencia satisfactoria durante todas las etapas del reto fitness.
- Debido a la alta permanencia de los participantes y la influencia positiva del seguimiento posterior a la entrega del plan, se recomienda establecer un sistema formal de seguimiento y fidelización que incluya evaluaciones periódicas, retroalimentación continua y acciones motivacionales, con el fin de mantener la participación activa y reducir posibles niveles de deserción en futuros programas.

15. Referencias bibliográficas

- Academy of Nutrition and Dietetics. (2023). Nutrition care process.
- Albrecht, K. (1998). La excelencia en el servicio: Cómo superar las expectativas del cliente. 3R Editores.
- American College of Sports Medicine. (2018). ACSM's guidelines for exercise testing and prescription (10th ed.). Wolters Kluwer.
- Bolaños Prado, O. E. (2016). *Estrategias de posicionamiento para la instalación de un gimnasio en Estelí en el año 2015* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Repositorio Institucional UNAN-Managua.
- Chávez Urtecho, W. A. (2017). Estudio de factibilidad para la puesta en marcha de un proyecto (Gimnasio) en el período 2016-2017 en el sector del residencial Bello Horizonte (Tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Repositorio Institucional UNAN-Managua.
- Chiavenato, I. (2019). Introducción a la teoría general de la administración (10.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Chiavenato, I. (2019). Introducción a la teoría general de la administración (10.^a ed.). McGraw-Hill Education
- Daft, R. L. (2018). *Management* (13th ed.). Cengage Learning.
- Elasri Ejjaberi, A. (2018). Estrategias para la fidelización en empresas de servicios y acciones sobre procesos para el cambio organizativo. Aplicaciones en el sector de las instalaciones deportivas en España (Tesis doctoral). Universidad de Barcelona. <https://hdl.handle.net/>
- Fayol, H. (1987). Administración industrial y general. Editorial El Ateneo.
- Fayol, H. (2014). Administración industrial y general. El Ateneo. (Obra original publicada en 1916).
- Hennig-Thurau, T., & Klee, A. (1997). *The impact of customer satisfaction and relationship quality on customer retention: A critical reassessment and model development*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education
- Idalberto Chiavenato. (2019). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones* (10.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Katz, R. L. (1974). Skills of an Effective Administrator. Harvard Business Review.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). Administración: Una perspectiva global y empresarial (14.^a ed.). McGraw-Hill.

- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial* (14.^a ed.). McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing* (13.^a ed.)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.^a ed.). Pearson Educación
- Lin, Y.-C. (2018). *Research of Customer Experience and Customer Loyalty of Fitness Club* (Master's thesis). National Sun Yat-sen University.
- Mario Tamayo y Tamayo. (2003). *El proceso de la investigación científica* (4.^a ed.). Limusa
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*.
- Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review*, 81(12), 46–54.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Administración* (13.^a ed.). Pearson.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Comportamiento organizacional* (17.^a ed.)
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. Free Press.
- Taylor, F. W. (1911). *The Principles of Scientific Management*. Harper & Brothers.
- Weber, M. (2002). *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1922).

16. Anexos

I. Instrumento de recolección de datos

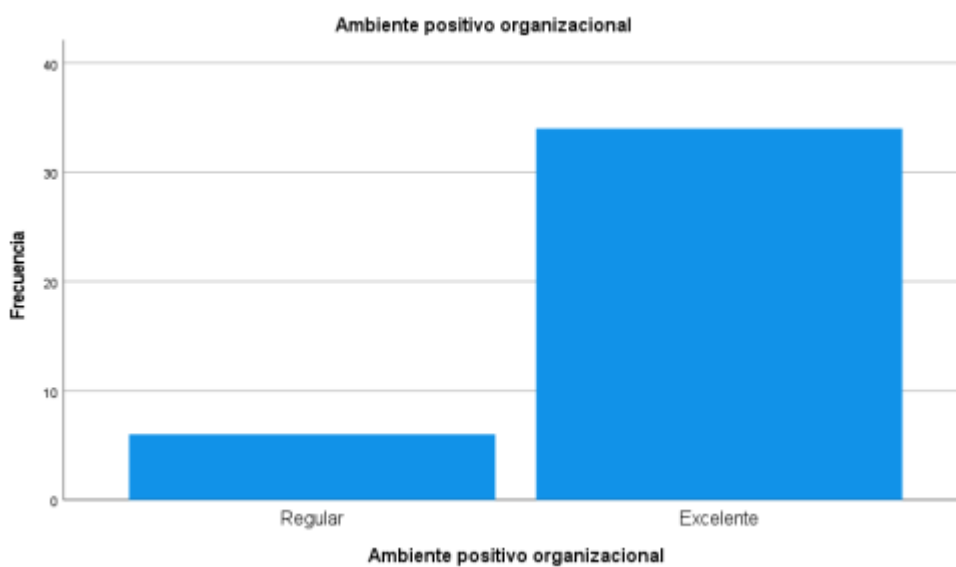
Estimado(a) participante del reto fitness de Campos Fitness Center, solicitamos su apoyo para contestar esta breve encuesta sobre la percepción que usted como usuario posee sobre nuestro servicio. Agradeciéndole de antemano su valiosa cooperación.

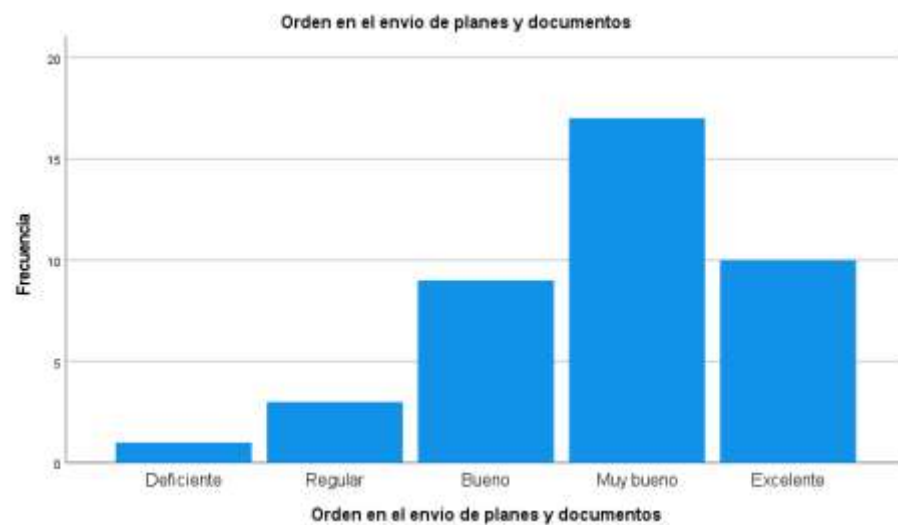
Escala Ordinal

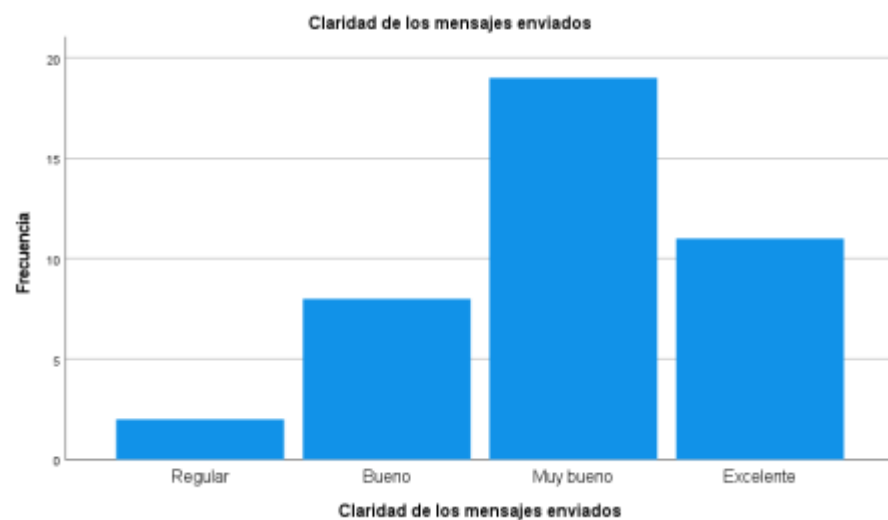
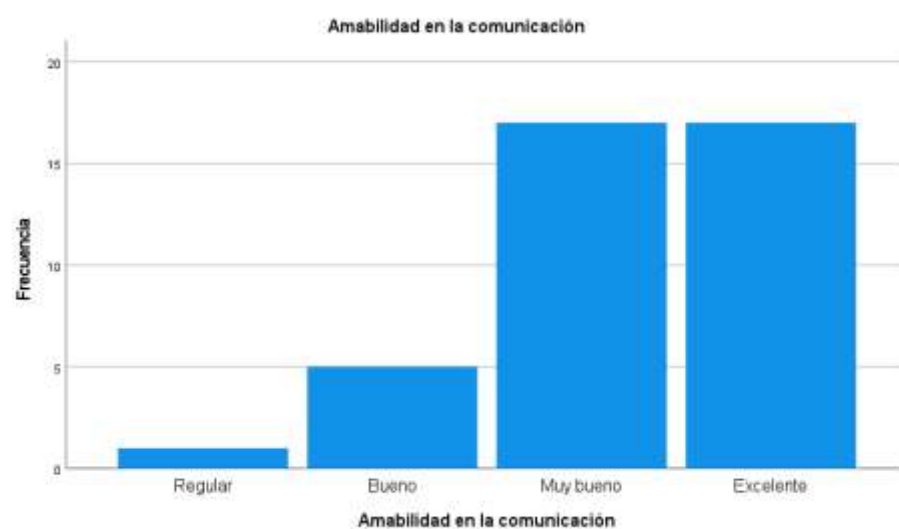
Ítem	Aspecto a observar	Deficiente	Regular	Bueno		Muy bueno	Excelente
1	Ambiente positivo organizacional						
2	Buena organización administrativa						
3	Organización de la información (planes, indicaciones)						
4	Seguimiento al cliente (control, recordatorios)						
5	Personalización del trato						
6	Resolución de dudas del cliente						
7	Frecuencia de comunicación						
8	Claridad en instrucciones de alimentación						
9	Nivel de acompañamiento percibido						
10	Orden en el envío de planes y documentos						

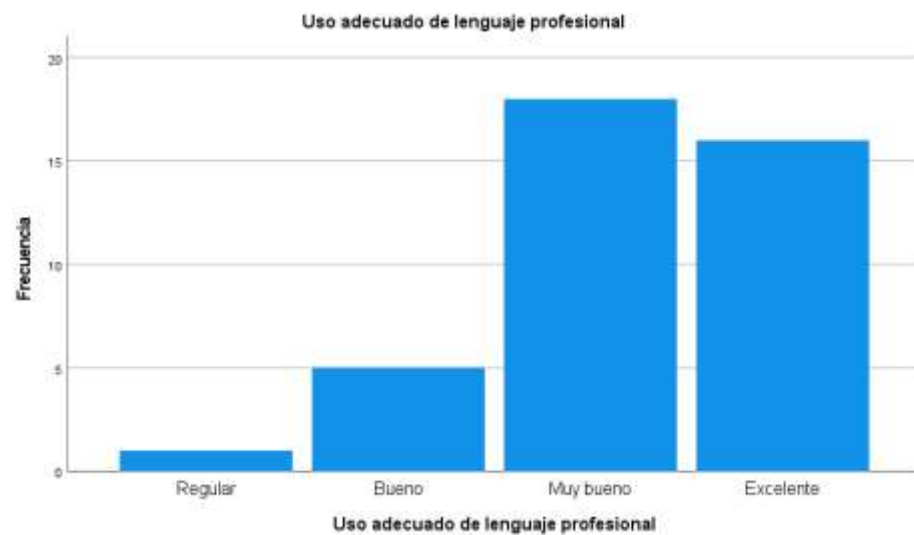
Ítem	Aspecto a observar	Deficiente	Regular	Bueno		Muy bueno	Excelente
1	Ambiente positivo organizacional						
2	Buena organización administrativa						
11	Rapidez de respuesta en WhatsApp						
12	Claridad de los mensajes enviados						
13	Amabilidad en la comunicación						
14	Uso adecuado de lenguaje profesional						
15	Tiempo de seguimiento post-entrega del plan						
16	Consistencia en la atención (no abandono)						
17	Satisfacción percibida del cliente en la conversación						

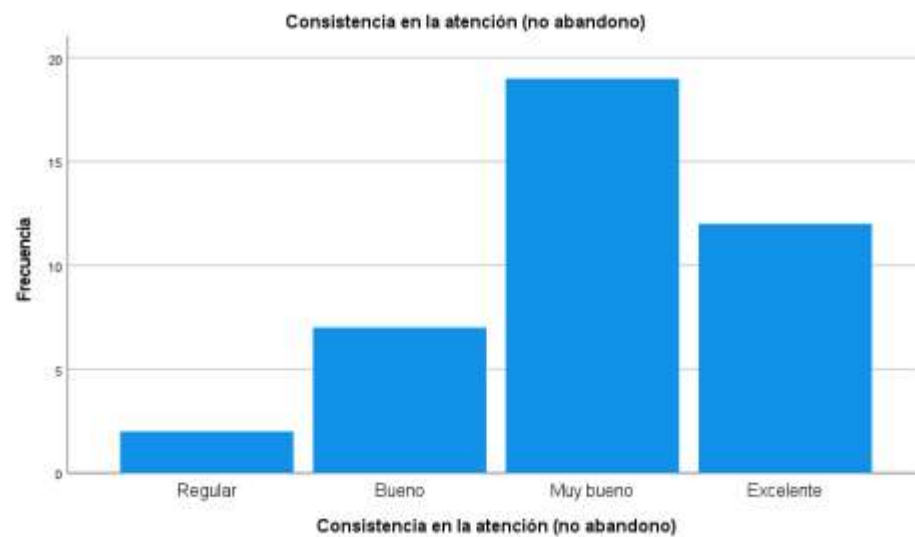
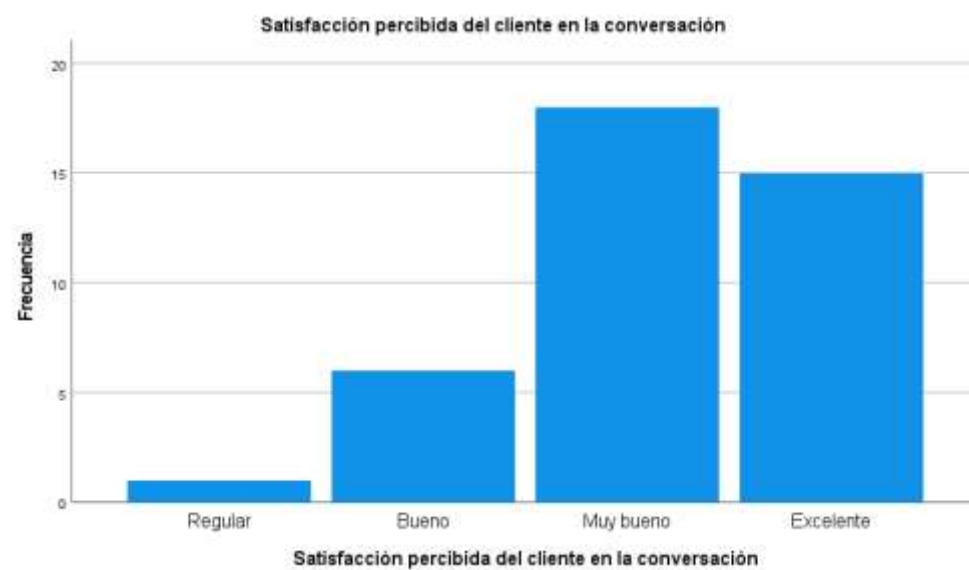
II. Graficas de resultados.











III. PROPUESTA DE UN SISTEMA DE OPTIMIZACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO ACTUAL DEL RETO FITNESS BASADO EN LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES.

Introducción

Los resultados obtenidos durante la investigación evidenciaron que los participantes valoran positivamente la atención personalizada, el seguimiento constante y la comunicación a través de WhatsApp. Sin embargo, también se identificaron oportunidades de mejora relacionadas con la organización de los procesos administrativos, la estandarización del seguimiento, la rapidez en algunas respuestas y la fidelización de los participantes una vez finaliza el programa.

Con base en estos hallazgos, se propone un Sistema de Optimización del Modelo de Negocio que fortalezca la gestión administrativa y mejore la experiencia del cliente, permitiendo incrementar la eficiencia operativa y la permanencia de los participantes en el Reto Fitness.

Objetivo de la propuesta

Optimizar el modelo de negocio actual de Campos Fitness Center mediante la implementación de estrategias administrativas orientadas a mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la eficiencia de los procesos internos.

Componentes del sistema

1. Optimización del proceso de inscripción

Situación encontrada

Los participantes envían información por distintos medios, lo que puede generar retrasos y duplicidad de datos.

Propuesta

- Formulario digital único de inscripción.
- Validación automática de datos.
- Confirmación inmediata de ingreso.

Beneficio

Reduce errores y mejora la primera experiencia del cliente.

2. Optimización del seguimiento

Situación encontrada

El seguimiento depende en gran medida de la disponibilidad del personal.

Propuesta

- Calendario semanal de controles.
- Recordatorios automáticos.
- Registro digital del avance.

Beneficio

Mayor constancia del participante y mejor control administrativo.

3. Optimización de la comunicación**Situación encontrada**

Aunque la comunicación es bien valorada, puede estandarizarse para mantener tiempos de respuesta consistentes.

Propuesta

- Uso de respuestas rápidas en WhatsApp Business.
- Horarios definidos de atención.
- Protocolos para responder consultas frecuentes.

Beneficio

Mayor rapidez y uniformidad en la atención.

4. Optimización de la fidelización**Situación encontrada**

No todos los participantes renuevan el programa.

Propuesta

- Programa de seguimiento posterior al reto.
- Beneficios para clientes recurrentes.
- Encuestas de satisfacción al finalizar cada reto.

Beneficio

Incremento en la tasa de renovación y fortalecimiento de la relación con el cliente.

5. Optimización administrativa

Propuesta

Implementar un tablero de control con indicadores como:

Indicador	Meta
Tiempo de respuesta	Menos de 30 minutos
Satisfacción del cliente	$\geq 90 \%$
Renovación de participantes	$\geq 70 \%$
Cumplimiento de seguimientos	$\geq 95 \%$
Retención de clientes	Incremento anual

Estos indicadores permitirán evaluar continuamente el desempeño del negocio.

Relación de la propuesta con la experiencia de los clientes

Cada acción propuesta responde directamente a las necesidades identificadas durante la investigación:

Hallazgo en la investigación	Acción propuesta
Necesidad de respuestas más ágiles	Protocolos y respuestas rápidas
Importancia del seguimiento	Calendario y recordatorios automatizados
Valoración de la atención personalizada	Registro individual del progreso
Interés en continuar el programa	Estrategia de fidelización
Necesidad de mejorar la organización administrativa	Digitalización y tablero de indicadores

Resultados esperados

Con la implementación del sistema se espera:

- Mejorar la satisfacción de los participantes.
- Reducir los tiempos de respuesta.
- Estandarizar los procesos administrativos.
- Incrementar la retención y renovación de clientes.
- Fortalecer la gestión administrativa.
- Favorecer el crecimiento sostenible del Reto Fitness.