

RESUMEN

En un mercado competitivo, las empresas elaboran estrategias que les permita ganar una posición consolidada y por ende una gran aceptación por parte de los consumidores, de manera que les permita generar una eficiente rentabilidad. Implementar una estrategia no asegura el incremento de los ingresos de una empresa, depende de la adecuada y constante aplicación de la misma para que se convierta en un negocio exitoso. Una estrategia diferenciadora se enfoca primordialmente en ámbitos de calidad, de modo que la percepción del cliente conciba la sensación de exclusividad, por lo que es un camino viable a la generación óptima de rentabilidad, sin embargo, una adecuada aplicación de una estrategia de liderazgo costos reflejará indicadores rentables positivos aunque su enfoque no necesariamente sea la calidad, ya que tiene otras dimensiones como las economías a escala que provocan ingresos satisfactorios. El presente estudio se basa en analizar el comportamiento de los centros fitness del Cantón Rumiñahui a partir de la relación que existe entre los niveles de rentabilidad (Retorno sobre activos) y la estrategia aplicada. Para llevar a cabo este estudio se aplica varias pruebas como el análisis no paramétrico mediante correlación de Spearman y de ajustes por regresión polinómica, determinando que la manera más adecuada de realizar una correlación entre los datos adquiridos es a través de métodos no lineales que ajustan el comportamiento promedio de los centros fitness frente al entorno.

Palabras clave:

- **CENTRO FITNESS**
- **ESTRATEGIA**
- **RENTABILIDAD**
- **DESARROLLO**

ABSTRACT

In a competitive market, companies develop strategies that allow them to gain a consolidated position and therefore a great acceptance by consumers, in a way that allows them to generate an efficient profitability. Implementing a strategy does not ensure an increase in the income of a company; it depends on the adequate and constant application of it so that it becomes a successful business. A differentiating strategy focuses primarily on areas of quality, so that the perception of the client conceives the feeling of exclusivity, so it is a viable path to the optimal generation of profitability, however, an adequate application of a cost leadership strategy It will reflect positive profitable indicators although its focus is not necessarily quality, since it has other dimensions such as economies of scale that produce satisfactory income. The present study is based on analyzing the behavior of the fitness centers of the Rumiñahui Canton from the relationship that exists between the levels of profitability (Return on assets) and the applied strategy. To carry out this study, several tests are applied such as nonparametric analysis using Spearman correlation and polynomial regression adjustments, determining that the most appropriate way to correlate acquired data is through non-linear methods that adjust the average behavior of fitness centers compared to the environment.

Keywords:

- **FITNESS CENTER**
- **STRATEGY**
- **COST EFFECTIVENESS**
- **DEVELOPMENT**