

**INSTITUTO UNIVERSITARIO ASOCIACIÓN CRISTIANA DE JÓVENES
LICENCIATURA EN EDUCACIÓN FÍSICA, RECREACIÓN Y DEPORTE**

**ANALIZAR LA OFERTA, LA DEMANDA Y LAS NUEVAS
TENDENCIAS EN CUATRO GIMNASIOS TÍPICOS DE
MONTEVIDEO**

Investigación presentada al Instituto Universitario de la Asociación Cristiana de Jóvenes, como parte de los requisitos para la obtención del diploma de graduación en la Licenciatura en Educación Física, Recreación y Deporte.

Docente: Álvaro Méndez

JUAN CASELLA

MONTEVIDEO

2014

INDICE

RESUMEN	IV
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Objetivos de la investigación.....	2
1.2 Objetivo general	2
1.3 Objetivos específicos.....	2
2. MARCO TEÓRICO	3
2.1 Los cambios en el mundo de la musculación y el fitness.....	3
2.2 Estudios antecedentes.....	4
2.3 Caracterización general de los usuarios de gimnasios	4
2.4 El uso del tiempo y los gimnasios	5
2.5 Actividades realizadas	5
2.6 Los motivos para acudir a los gimnasios.....	6
2.7 La diversidad de formas de acceso a los gimnasios	7
2.8 Una primera aproximación a la realidad uruguaya. Encuesta de hábitos deportivos de Uruguay 2005	8
2.9 Tendencias sobre actividades en gimnasios.....	9
2.10 Definiciones conceptuales	10
2.11 Actividad física	10
2.12 Ejercicio físico.....	10
2.13 Forma física.....	11
2.14 Deporte	11
2.15 Beneficios y efectos del ejercicio sobre la salud.....	12
2.16 Definición de gimnasios	13
3. MODELO METODOLÓGICO	17
3.2 Tipo y nivel de investigación.....	18
3.3 Universo	18
3.4 Unidad de análisis	19
3.5 Muestra	19
3.6 Sistema de variables	20
3.7 Instrumentos de recolección de datos.....	22
3.8 Estudio preliminar	23
3.8.1 Propuesta de análisis de los datos.....	23

3.8.2	Procesamiento y análisis de la información de la encuesta.....	23
3.9	Procesamiento y análisis de la información recopilada por las entrevistas semi estructuradas	23
3.9.1	Procesamiento y análisis de la información secundaria recopilada.....	24
4.	PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	25
4.1	Nuevas tendencias en el mundo del fitness y la musculación	25
4.2	La oferta de servicios que brindan los gimnasios analizados.....	27
4.3	Perfil social de los usuarios de los 4 gimnasios típicos de Montevideo.....	29
4.4	Actividades realizadas por los encuestados y tiempo que le dedican.....	32
4.4.1	Actividades realizadas	32
4.4.2	El uso del tiempo en los gimnasios.....	35
4.5	La estacionalidad de la concurrencia a los gimnasios	37
4.6	Las necesidades de los usuarios y los factores que hacen posible su satisfacción	38
4.6.1	Principal motivación para acudir al gimnasio	38
4.6.2	Conformidad con las actividades que realiza	40
4.6.3	Otras actividades que les gustaría realizar.....	40
4.6.4	Otros aspectos a tener en cuenta respecto a las necesidades de los usuarios y su satisfacción.....	42
5.	CONCLUSIONES.....	44
6.	BIBLIOGRAFIA	48
7.	ANEXOS	LII
7.1	ANEXO 1. Cuestionario realizado a usuarios	LIII
7.2	ANEXO 2. Pautas de las entrevistas realizadas a los informantes calificados. LV	
7.3	ANEXO 3. Entrevistas	LVI
7.3.1	Informante calificado. Gimnasio barrial.....	LVI
7.3.2	Informante calificado, spa	LVIII
7.3.3	Informante calificado, club social.....	LIX
7.3.4	Informante calificado, gimnasio especializado.....	LXIII
7.4	ANEXO 4. Relevamiento de prensa.....	LXX
7.4.1	Resumen del artículo Diario el Observador	LXX
7.4.2	Resumen del artículo Diario el país, revista Paula.....	LXX

INDICE DE ILUSTRACIONES

Tabla 1: Edad de los encuestados	29
Tabla 2: Sexo de los encuestados	30
Tabla 3: Composición familiar de los usuarios	30
Tabla 4: Nivel educativo de los encuestados	31
Tabla 5: Ocupación de los encuestados	31
Tabla 6: Primera actividad que los usuarios encuestados realizan	33
Tabla 7: Actividades realizadas según sexo	34
Tabla 8: Cantidad de días que asisten los encuestados.....	35
Figura 1: Porcentaje de asistencia a los centros según la cantidad de días	35
Figura 2: Horario de asistencia según sexos.....	36
Tabla 9: Tiempo de permanencia en el gimnasio	36
Tabla 10: Se pregunto a los usuarios si les gustaría dedicar más tiempo en el gimnasio	37
Tabla 11: Motivos por los que no se le dedica más tiempo al gimnasio	37
Tabla 12: Principal motivación para acudir al gimnasio	39
Figura 3: motivación para asistir al gimnasio según sexo	39
Tabla 13: Conformidad con las actividades que realizan loa usuarios	40
Tabla 14: Actividades que les gustaría realizar	41
Figura 4: Actividades que les gustaría realizar según sexo	42

RESUMEN

Nuestro objetivo general es conocer las características de la oferta, la satisfacción de los usuarios y las nuevas tendencias en los servicios prestados por los gimnasios típicos de Montevideo. A continuación los respectivos objetivos específicos, describir las nuevas tendencias en el mundo del fitness y la musculación, describir el perfil social de los usuarios de los 4 gimnasios típicos de Montevideo, describir la oferta de servicios que brindan los 4 gimnasios típicos de Montevideo, indagar sobre el tipo de actividad que realizan los usuarios y el tiempo que le dedican, analizar las necesidades de los usuarios y los factores que hacen posible su satisfacción. Nuestra investigación cuenta con un enfoque cuantitativo y cualitativo en el que nuestro nivel es exploratorio con características descriptivas. Dentro de los instrumentos de relevamiento de nuestra investigación contamos con cuatro entrevistas a informantes calificados, 80 cuestionarios de encuesta aplicados en cuatro gimnasios (20 en cada uno) más artículos de prensa. Los usuarios con un mayor nivel académico y cultural son los que más están acudiendo a estos centros, como también se nota una marcada tendencia hacia el cuidado personal, pero lo más importante es que el factor estético ya no es el principal motivo para acudir a un gimnasio sino el de preservar la salud. Se ha notado que ambos sexos concurren sin discriminar ningún tipo de horario sino que hay una marcada tendencia a acudir en el horario del día que cada uno pueda. Los usuarios pretenden que las actividades sean dirigidas por personal calificado en el área aunque aún no saben discernir qué tipo de profesional es ya que nuestra profesión se diversificó mucho en las últimas décadas. Las nuevas tendencias podríamos dividirlas en dos vertientes. En primer lugar el desarrollo de nuevas técnicas de entrenamiento con sus equipamientos correspondientes, son ejemplo de esto: clases temáticas con ritmos musicales como zumba, las acrobacias en barras, botitas kangoo, el crossfit y las cintas de suspensión. Otra línea de nuevas tendencias tiene que ver con el impacto de las nuevas tecnologías, como la integración de los videojuegos al entrenamiento, o el surgimiento de aplicaciones para los teléfonos celulares que permiten a los usuarios monitorearse y asesorarse sobre técnicas de entrenamiento por sí mismos.

Palabras clave: Gimnasio. Nuevas tendencias. Oferta. Demanda. Fitness. Musculación.

1. INTRODUCCIÓN

Los cambios en el comportamiento de los individuos, su creciente acercamiento a las instituciones deportivas como solución a necesidades diversas, y el correspondiente reflejo de estos cambios en la oferta de los gimnasios, son los fenómenos que motivan la realización de esta investigación. La misma, pretende brindar información relevante sobre las nuevas tendencias en el sector y el nivel de satisfacción de la demanda, que permita entender cuáles serían las mejoras a proponer a nivel de los diferentes servicios para satisfacer las actuales y futuras necesidades de los individuos, en el ámbito de la ciudad de Montevideo.

Durante los últimos años, la forma de realizar ejercicio físico ha cambiado significativamente. En la actualidad, se observa un gran desarrollo en lo que respecta al fitness y al deporte, que conlleva una diversificación de actividades con sus correlativas necesidades de infraestructura, equipamiento y el aumento en el número y tipo de personal que se necesita para cubrir los diferentes procesos.

Los motivos que impulsan a los usuarios de gimnasios de ambos sexos y edades son diversos, pueden ir desde un entrenamiento intenso y eficaz para obtener resultados rápidos y duraderos, la adrenalina, la relajación, y hasta la diversión, verse bien física y estéticamente, por motivos de salud u olvidarse por un momento del ajetreo de la vida cotidiana y del estrés, así como realizar un trabajo a nivel muscular ya sea de resistencia, fuerza o capacidad aeróbica, de acuerdo a las necesidades de cada individuo (GARCÍA FERRANDO, 2006).

La intención de profundizar en el conocimiento de estos fenómenos en nuestra ciudad nos llevó a plantearnos el siguiente objetivo general de investigación: describir las características de la oferta, la demanda y las nuevas tendencias en los servicios prestados por los gimnasios de Montevideo.

Para el acercamiento a la realidad montevideana se optó por un diseño de investigación descriptivo – exploratorio, que utiliza en forma complementaria diferentes instrumentos de investigación.

Un primer acercamiento a la temática se realizó mediante el relevamiento de información secundaria de diferentes fuentes, como ser artículos especializados que marcan las tendencias internacionales y artículos de prensa enfocados en la temática estudiada.

Profundizar en el conocimiento de los temas propuestos por este trabajo, requirió el relevamiento de información primaria, definiendo como unidad de análisis los gimnasios de Montevideo. Tras esta definición, y ante la imposibilidad de trabajar con muestras representativas desde un punto de vista estadístico, se recurrió a un muestreo teórico e intencional, optándose por la realización de una tipología de gimnasios de Montevideo, por la cual se establecieron cuatro tipos bien diferenciados. Para esto se recogió como antecedente y referencia la clasificación desarrollada por García Fernández (2008) para la realidad española, siendo el resultado, más que una simple adaptación de esta clasificación, una re elaboración para nuestro medio, en base a la consideración de variables más apropiadas para nuestra realidad y alineadas a nuestros objetivos de investigación. En base a esta clasificación se escogieron cuatro instituciones deportivas representativas de cada tipo definido. En cada una de estas instituciones se realizaron entrevistas semi estructuradas a sus directores y se aplicaron 80 encuestas a los usuarios (20 en cada uno de los gimnasios) en base a un diseño de muestra intencional y por oportunidad.

1.1 Objetivos de la investigación

1.2 Objetivo general

Describir las características de la oferta, la demanda y las nuevas tendencias en los servicios prestados por los gimnasios de Montevideo.

1.3 Objetivos específicos

1. Describir las nuevas tendencias en el mundo del fitness y la musculación.
2. Describir el perfil social de los usuarios de los 4 gimnasios típicos de Montevideo.
3. Describir la oferta de servicios que brindan los 4 gimnasios típicos de Montevideo.
4. Indagar sobre el tipo de actividades que realizan los usuarios y el tiempo que le dedican.
5. Analizar las necesidades de los usuarios y los factores que hacen posible su satisfacción.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Los cambios en el mundo de la musculación y el fitness

En los últimos tiempos la actividad físico deportiva se ha ido modificando tratando de adaptarse a las nuevas condiciones del mercado y las exigencias del público usuario, permitiendo así el surgimiento de nuevas tendencias (LÓPEZ, VAQUERO 2011).

Para comprender como la actividad deportiva ha ido creciendo en estas últimas décadas Moscoso y Moyano, (2009) expresan que se da por la creciente importancia del tiempo libre y el ocio la cual se caracteriza por la disminución de la jornada laboral y la disminución del uso de la fuerza física para dichos trabajos. Junto al aumento del tiempo libre y ocio estos se transformaron en un factor decisivo para que la población realice más actividad física.

Dentro de estos procesos de cambio en el deporte y la actividad en general, nos interesa visualizar y destacar aquellos que sucedieron específicamente en la actividad de los gimnasios.

Para entender cómo se ha modificado en el tiempo la actividad de los gimnasios, podemos recurrir al análisis de García Fernández (2008), quien plantea tres períodos bien definidos. En primer lugar tenemos el período del “físico culturismo” situado entre las décadas de 1950 y 60. En esta etapa lo importante era el desarrollo de la masa muscular, quien levanta más peso. El perfil de los usuarios de estos gimnasios era un público joven, de nivel socio educativo medio.

La siguiente etapa, dio paso al interés por obtener un cuerpo más armonioso, donde se le presta más importancia al trabajo cardiovascular y se le brinda un mayor espacio físico en la sala de musculación, ya a fines de la década del 80. Esta etapa la podemos denominar como la etapa del “fitness”, en la cual comienza a tomar importancia el ejercicio como prevención de enfermedades, como la diabetes, hipertensión, etc. Según José Serra (2004) implica ciertos niveles de energía y habilidad motriz, mientras que para otros implica encontrarse en un buen estado de salud lo cual equivale a mantenerse apto para enfrentar las múltiples actividades que la vida nos impone.

Por último llegamos a la etapa actual, que la podemos denominar “wellness”.

American collage of sports medicine (2001) expresa que es un concepto de salud integral que armoniza cuerpo, espíritu y alma, en el que hay que tener tiempo para ello, tomar una respiración profunda, deshacerse del estrés diario, restaurar la energía y la fuerza, aumentar la auto-percepción (ACSM, 2001).

Para responder a estas nuevas tendencias y necesidades, aparecen centros deportivos más especializados, con centros de estética, servicios de entrenamiento personal, piscinas, spa, etc.

2.2 Estudios antecedentes

Como marco para nuestra investigación hemos recogido información de varios trabajos, principalmente de España, que si bien nos brindan referencias de la realidad de ese país, sirven como punto de partida para adoptar definiciones y ubicar puntos de comparación con la realidad montevideana.

2.3 Caracterización general de los usuarios de gimnasios

Según Colado (2004) se pudieron delimitar características y datos estadísticos de los usuarios de gimnasios en España. Su edad media es de 31 años, encontrándose que el 33% presenta formación universitaria y el 34% terciaria, formando un bloque de un 68% de usuarios con formación alta, notando que el estado civil predominante es soltero con un 52%.

García Ferrando (2006) por su parte, plantea que en España el 48% de las personas ocupadas que realizan actividad física tienen cargos directivos o son profesionales o técnicos medios. Según Cabañas, Martínez y Riego (2004) otro porcentaje de usuarios, lo constituyen estudiantes y amas de casa, estas en gran medida, practican gimnasia de mantenimiento.

Siguiendo con el nivel socioeconómico, se observa una correspondencia directa y positiva entre el porcentaje de la población que realiza actividad física y el nivel socioeconómico.

Según García Ferrando (2006) la posición social es una variable determinante para la realización de ejercicio físico. Los usuarios de posición social baja son los que menos practican, y los de posición alta los que más lo hacen.

La posibilidad de realizar actividad física o deporte, aumenta a la par que lo hace el nivel de estudios. Una posible razón de este fenómeno es que quienes han realizado estudios durante una mayor parte de su vida se han podido encontrar más influidos por los valores y hábitos del deporte.

2.4 El uso del tiempo y los gimnasios

Respecto a los períodos del año en que se realiza mayor actividad física, se puede afirmar que se realiza más dentro del año lectivo, existiendo una notable baja en los meses de verano (RODRÍGUEZ, 2010).

Para Gregorat (2008) el tiempo de permanencia en el gimnasio o en la sala de musculación, parece ser mayor en los varones y los grupos de mayor edad, en relación a las mujeres y los grupos de menor edad.

La media de días de la semana que suelen asistir los hombres es de 4.1, mientras que las mujeres es 3.5 (COLADO, 2004).

Históricamente, la mujer ha presentado siempre menores niveles de práctica físico-deportiva que los hombres (GARCÍA FERRANDO, 2006). La aparición de centros cuya oferta es amplia y con horarios flexibles puede ser un factor que potencie la práctica entre las mujeres.

Cabañas, Martínez y Riego (2004) plantean que hasta los 45 años las mujeres varían su tiempo dentro de la práctica de actividad física, presentando una gran variabilidad que puede ir de 1 año en adelante, de los 45 años en adelante hay gran cantidad de mujeres que llevan más de 5 años practicando, debido al gran impulso que se está dando a la actividad física en relación a la salud y a la calidad de vida en los últimos años.

2.5 Actividades realizadas

Cabañas, Martínez y Riego (2004) expresan que el tipo de actividad que realizan las mujeres estudiantes es deportes, aeróbic, pesas, correr, mientras que las mujeres de

mayor edad o trabajadoras practican aquello que se ofrece y se adapta a sus posibilidades.

El hombre concurre más que las mujeres a los sectores de pesos libres, y en especial con una carga horaria de más de 2 horas, y con una frecuencia de tres veces a la semana en adelante (GARCÍA FERRANDO, 2006).

2.6 Los motivos para acudir a los gimnasios

Dentro de los motivos principales para acudir a los gimnasios se destaca el de la salud 40%, estética un 38%, también la preparación para rendir más en otros deportes, un 18%. Dentro de causas secundarias, se destaca que un 15% asiste al gimnasio como manera de liberar tensiones (COLADO, 2004).

También podemos decir que dentro de los motivos para la asistencia tenemos el grado de afinidad entre el profesor y sus alumnos, como también sentido de pertenencia a un grupo de usuarios que se pueda formar, algo muy común en la sala de musculación (RODRÍGUEZ, 2010).

Según García Ferrando (2006) podemos identificar diferentes tipos de usuarios, los cuales son: el usuario fijo, que realiza ejercicio físico manteniendo continuidad, no lo hace tanto por fines estéticos, sino que está comprometido con su bienestar biológico psico – social, otro que argumenta su interés por la parte estética, se siente incómodo con su situación física actual.

Según el estudio realizado por Cabañas, Martínez y Riego (2004) las mujeres informaron que el motivo de bienestar personal y salud aparece de forma destacada, siendo precedido por el motivo relacionarse y ocupar el tiempo libre.

Ahora nos referiremos a los hombres que según Gregorat (2008) la orientación motivacional estética fue la que se llevó el mayor porcentaje. Analizando las demás orientaciones el motivo deportivo se encuentra por sobre el de las mujeres. En hombres universitarios la motivación está más relacionada a la competición deportiva.

En cuanto a los motivos que las mujeres plantean por los cuales realizan actividad física o concurren a los gimnasios, según Cabañas, Martínez y Riego (2004) son mejorar la salud, relacionarse y relajarse.

Gregorat (2008) expresa que los motivos principales de concurrencia de los varones a los gimnasios son el estético y la salud, notándose un porcentaje alto de concurrencia solo por un fin socializador.

Otro que quiere socializar, hacer nuevos amigos, escuchar música, disfrutar de la compañía y el ejercicio. Y el usuario ocasional, que concurre por invitación, por curiosidad.

No todas las personas que acuden a estos centros lo hacen por los mismos motivos o causas, sino que estas pueden ser muy variadas, según Colado (2004) los sectores pueden ser:

- Personas interesadas en recibir preparación para ciertas pruebas físicas.
- Niños y adolescentes que por iniciativa propia desean comenzar a Practicar actividades en un gimnasio.
- Personas interesadas en desarrollo de masa muscular.
- Personas con problemas de asma.
- Personas interesadas en preparar actividades recreativas vacacionales.
- Personas interesadas en cuidar su imagen corporal, como modelos, actores, etc.
- Personas con discapacidad física o sensorial.
- Personas incentivadas por su empresa a participar de programas de fitness.

2.7 La diversidad de formas de acceso a los gimnasios

En la actualidad hay diversos planes para acceder a los gimnasios, los cuales consisten en cuotas básicas, cobrando una cuota y algunas actividades aparte, pero esto está cambiando. Según García Ferrando (2006) y Caiza, Grijalva y Salazar (2011) existe una nueva tendencia en los gimnasios. La preferencia de los usuarios va encaminada hacia una cuota de mayor disponibilidad horaria, pudiendo optar por sus horarios en categoría de pases libres.

2.8 Una primera aproximación a la realidad uruguaya. Encuesta de hábitos deportivos de Uruguay 2005

Si bien no existen estudios específicos en Uruguay, una primer aproximación a nuestra realidad la podemos obtener del Instituto Nacional de Estadística I.N.E. (2005) que a través de este estudio podemos visualizar algunos cambios que refieren a la práctica de deporte y actividad física en general, como marco para los cambios más específicos a nivel de los gimnasios que queremos develar en este estudio.

En nuestro país 39,7% de la población desarrolla alguna actividad física, existiendo diferencias por sexo, un 45 % de los hombres desarrolla actividad física, y 35% de las mujeres. Cabe destacar que esta diferencia es mayor en la franja de 18 a 29 años (45 % entre los hombres y 25% entre las mujeres), es mínima entre los niños y entre los mayores de 50 años (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2005).

Inicialmente, la práctica se ejercía en general en clubes. Un alto porcentaje de los practicantes actualmente lo realiza por su cuenta, sin tener que someterse a horarios, normas, etc. Además, quienes realizan actividad física, son cada vez más y lo hacen en forma exclusiva no competitiva (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2005).

Según el Instituto Nacional de Estadística (2005) el 68% de los encuestados actualmente realiza ejercicio por su cuenta, sin tener que someterse a horarios o normas, (I.N.E, 2005). Se observa en nuestro país que entre quienes realizan actividad física, un 74% lo hace en forma exclusiva (no competitiva). Algo más de la mitad (52%) de las personas ocupadas que practican deportes son trabajadores calificados, técnicos o profesionales medios, mientras que un 19.4% son trabajadores no calificados un 13.8% ocupan cargos de jerarquía y un 11.8% están en el comercio y servicios, y el resto son miembros de las fuerzas armadas.

Se observa que hay una correspondencia directa entre el porcentaje de la población que realiza actividad física y la ubicación en los quintiles de ingresos de los hogares. A medida que estos obtienen mayores ingresos, mayor grado de realización de

la actividad física, el 28% en hogares de menores ingresos, contra el 44% en hogares de mayores recursos (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2005).

2.9 Tendencias sobre actividades en gimnasios

Según American Council on Exercise (2010) se observa que a nivel internacional hay determinadas actividades dentro del campo del ejercicio que estarían marcando nuevas tendencias y estas se van afianzando dentro de un público cada vez más exigente. Los usuarios buscan optimizar su presupuesto como también el tiempo dedicado al ejercicio físico, queriendo obtener resultados cada vez más rápidos como también se puede observar que hay mucha gente de avanzada edad queriendo mantener su estilo activo de vida, por lo cual de acercan a los gimnasios. Por su parte, para el público de personas laboralmente activas, los programas de entrenamiento corto e intenso son los más atractivos, como también el entrenamiento en circuitos.

El uso de las nuevas tecnologías tiene su impacto en el diseño de nuevas propuestas. Son ejemplo de esto el uso de aplicaciones para celulares, que permiten que los usuarios puedan monitorearse y asesorarse cuando no están supervisados, estando en sus casas o en espacios públicos; pudiendo también acceder a información sobre técnicas de entrenamiento o seguimiento funcional. Otro ejemplo es la integración de videojuegos al entrenamiento dentro de un gimnasio, como algo preferido por los más jóvenes como wii sports o nintendo fit (AMERICAN COUNCIL ON EXERCISE, 2010).

El entrenamiento de fitness funcional también se está imponiendo por su bajo presupuesto en materiales y fácil realización ya que se puede realizar en el trabajo o en la casa. Para estas actividades es muy importante que los profesionales que estén a cargo sean certificados, esta es una exigencia de este nuevo tiempo en el campo del fitness.

Según el diario El Observador Uruguay (2014) las clases temáticas están captando un número grande de adeptos, especialmente mujeres, que prefieren actividades acompañadas con ritmos musicales, en nuestro medio, se destaca la “Zumba”, la cual se está posicionando como una de las principales tendencias dictándose en el club biguá, causando furor en base a la combinación de baile con una rutina aeróbica.

2.10 Definiciones conceptuales

A continuación expondremos conceptos a modo informativo para nuestra investigación que pueden ser de utilidad para comprender el trabajo:

2.11 Actividad física

Podemos decir que la actividad física es cualquier movimiento realizado con nuestros músculos que produzcan un gasto energético, ampliando nuestra la definición tenemos el concepto de actividad física según Márquez y Garatachea (2009, p. 4), dice que, “se refiere a la energía utilizada para el movimiento, se trata por tanto de un gasto de energía adicional al que necesita el organismo para mantener las funciones vitales como son la respiración, la digestión, la circulación, la sangre, etc.” Expresa que el transportar objetos, andar, subir escales etc. Todo lo que conforma la vida cotidiana abarcaría el concepto de actividad física (MARQUEZ; GARATACHEA, 2009, p.4)

2.12 Ejercicio físico

En tal sentido según, Márquez y Garatachea (2009), el ejercicio físico hace referencia a movimientos diseñados y planificados especialmente para estar en forma y gozar de buena salud: aerobio, ciclismo, caminar a paso ligero (MARQUEZ; GARATACHEA, 2009).

Según American Collage Of Sports Medicine (ACSM, 2001) podemos dividir al ejercicio en sus componentes estáticos y dinámicos. El ejercicio dinámico implica movimientos y cambios de la longitud de los músculos con escasas fuerzas intramusculares. Por otro lado tenemos el ejercicio estático, que genera poderosas fuerzas intramusculares con escaso o ningún cambio de la longitud de los músculos. Y por ultimo encontramos el entrenamiento con fuerza isométrica que es un ejemplo de actividad con un componente estático muy elevado (AMERICAN COLLAGE OF SPORTS MEDICINE, 2001).

Complementando esta definición también podemos decir según José Serra (2004, p. 397) “Se ha de diferenciar entre la contracción muscular isométrica y

isotónica. En los ejercicios isométricos no existe movimiento”. Mientras que en los ejercicios isotónicos o dinámicos “es aquel en el que la longitud del musculo varia, acortándose, en el momento de la contracción”. También podemos hacer diferencias entre ejercicio aeróbico del anaeróbico. En el ejercicio aeróbico “la aportación de energía se hace con presencia de oxígeno suficiente” mientras que el anaeróbico “la aportación de energía se hace en ausencia de oxígeno” (SIERRA, 2004 p.397)

2.13 Forma física

La forma física es un concepto muy amplio, se corresponde con una serie de atributos condicionales como la fuerza o la resistencia que determinan la capacidad para realizar un tipo de actividad y no otra. Depende tanto de factores genéticos como de los niveles de actividad física de los individuos, de tal modo que es posible desarrollar programas específicos de ejercicio encaminados a la mejora de la forma física (MARQUEZ; GARATACHEA, 2009).

Acoplando a esta definición el American Collage Of Sports Medicine (2001) expresa que la forma física para un deporte en particular se valora con pruebas que miden parámetros de forma física tales como la composición corporal, la flexibilidad, la fuerza y la resistencia. Como muestra en nuestro caso esta investigación no se trata de analizar estos componentes los exponemos a modo informativo sin hondar en sus respectivas definiciones.

2.14 Deporte

A su vez, manejaremos para la presentación de este trabajo el concepto de deporte. Por un lado, la definición de Parlebas (2001) que expresa que es un conjunto de situaciones codificadas en forma de competición e institucionalizadas, ampliando este concepto expresa que es “dirigido por una instancia oficialmente reconocida (federación) y consagrado en consecuencia por las instituciones deportivas; un juego deportivo institucional es un deporte” (PARLEBAS, 2001, p. 281).

Podemos identificar tres criterios, una situación motriz, una competición reglada y la institución. El concepto de deporte obedece al conjunto de estos tres criterios.

Por otro lado tenemos que “el deporte es una diversión liberal, espontánea, desinteresada, la expansión del espíritu y el cuerpo, generalmente en forma de lucha, por medio de ejercicios físicos” (GALDON, 2002 p.16).

2.15 Beneficios y efectos del ejercicio sobre la salud

Según José Serra (2004), lo recomendado para el cuidado de la salud son los ejercicios dinámicos y aeróbicos los cuales implican grande masas musculares, recomienda caminar, natación, juegos deportivos y trabajos musculares localizados.

Por otro lado Caiza, Grijalva y Salazar (2011), Colado (2004) y García Ferrando, (2006) determinan que los beneficios que ofrece la práctica del ejercicio físico en la salud son factores primordiales para que los usuarios decidan concurrir a un gimnasio. De acuerdo a lo dicho anteriormente quiero exponer porque es importante la realización del ejercicio físico en general. Según Galdón (2002) para mejorar la calidad de vida de las personas y prevenir enfermedades es fundamental enseñarle a la población hábitos saludables como la práctica diaria del ejercicio físico entre ellos también una dieta balanceada saludable.

Los efectos del ejercicio físico sobre la salud humana son varios entre ellos encontramos, un menor índice de mortalidad y cuando personas de avanzada edad realizan actividad física de pueden prolongar su vida de 10 a 25 años.

Los efectos de la actividad física se relacionan con la prevención primaria, es decir evitar la aparición de ciertas enfermedades ya sea la hipertensión, la cardiopatía coronaria la osteoporosis e incluso algún tipo de enfermedad cancerosa.

Según Galdón (2002) los beneficios comprobados que se destacan son los siguientes:

- Mejor funcionamiento cardiaco y respiratorio
- Mayor fuerza muscular
- Huesos mas compactos
- Capacidad de reacción más rápida y menor tendencia a la depresión
- Sensación de bienestar, la eficacia en el trabajo, la satisfacción, y la capacidad intelectual.

Siguiendo con esta línea de pensamiento American Collage of Sports Medicine (2001) dice que hacer ejercicio desarrollar actividades físicas es importante para la salud y el bienestar. Cabe destacar que Rodríguez García (2008) expresa que el ejercicio físico orientado a mejorar la salud produce considerables beneficios, no solo sobre el componente físico, sino también sobre psíquico y el social.

Destacamos a su vez, la importancia de inculcar el ejercicio a la población de los países industrializados, en los cuales existe cada vez más sedentarismo, con lo que aumenta el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares y de estrés entre otras. Se considera también que la actividad física es una medicina preventiva y rentable (GALDÓN, 2002).

Según Galdón (2000, p. 202), “El estrés es una respuesta fisiológica del organismo ante situaciones que lo ponen a prueba. Sin embargo, una vez pasada la situación de respuesta desaparece y los niveles de hormonas de estrés vuelven a la situación de reposo, la que se denomina respuesta de relajación”.

2.16 Definición de gimnasios

Ante la imposibilidad de trabajar con muestras representativas desde un punto de vista estadístico, se recurrió a un muestreo teórico e intencional, optándose por la realización de una tipología de gimnasios de Montevideo, por la cual se establecieron cuatro tipos bien diferenciados. Para esto se recogió como antecedente y referencia la clasificación desarrollada por García Fernández (2008) para la realidad española, como base para caracterizar una tipología adaptada a nuestro medio, considerando variables más apropiadas para nuestra realidad y alineadas a nuestros objetivos de investigación.

García Fernández (2008) realiza una clasificación correspondiente al número de usuarios, facturaciones y complejidad en su gestión, de la cual se desprenden 4 tipos de gimnasios.

Gimnasio. Son centros que llevan una capacidad máxima de hasta 600 socios, en los que la fidelidad de los usuarios es bastante alta, por lo que no se detectan muchas bajas al terminar el mes, con precios accesibles, y se presta un servicio con una gama básica en calidad de maquinaria y materiales.

Gimnasio médium. Son los que cuentan con una población de entre 800 a 4000 socios. La atención suele ser especializada contando con un excelente servicio al usuario, como también cuenta con una excelente infraestructura, dándole importancia a todos los espacios.

Macro gimnasio. Cuentan con una cantidad de socios que suele estar en 4000 y 9000, con una principal característica que es buen trato con el cliente y la variedad de servicios y actividades que se ofrecen. Los usuarios suelen ser de un nivel económico medio.

Mega gimnasio. Cuentan con más de 10000 usuarios. Las cuotas no suelen ser muy altas pero en donde se ve un filtro en las matriculas que suelen ser extremadamente altas.

Luego de estas definiciones, consideramos pertinente avanzar en la caracterización de los tipos de gimnasios que existen, aspecto que se convierte en un elemento central de esta investigación.

Tomando como referencia la clasificación anterior, optamos por ensayar una tipología para nuestro medio poniendo énfasis en la consideración de otras variables más apropiadas para nuestro estudio. Si bien, la cantidad de usuarios es un indicador del tamaño de los establecimientos, en nuestro caso no contamos con la información para clasificar con esta variable. Por otro lado el objeto de la tipología es permitir diferenciar grandes conjuntos de gimnasios en base a las variables de estudio fácilmente observables a priori. Por tanto hemos desarrollado una clasificación de 4 tipos de gimnasios para la ciudad de Montevideo, según su radio de influencia, la infraestructura y el equipamiento con el que cuenta, y su oferta de servicios diferencial.

Gimnasio barrial. Su radio de influencia es el barrio, siendo una de sus principales ventajas ofrecidas al usuario la proximidad geográfica. Los espacios suelen ser muy reducidos. Generalmente cuentan con una sala de musculación, alguna sala para uso grupal, como también con una o dos cabinas para uso de masajes o dietética, cuentan con diferentes actividades, como pueden ser: aerobics, aparatos, aquaerobics, gymboxing y tae-bo, localizada, spinning, step, etc.

Gimnasio Spa. Generalmente son instalaciones de mayor porte y más diversificadas que los gimnasios barriales, diferenciándose principalmente por una variedad de servicios, que se complementan y se ofrecen en diferentes combinaciones, una de las principales características es que dentro de la variedad de servicios que se ofrecen, tienen un protagonismo importante los enfocados en la estética integral. Entre los servicios a los que se puede acceder en este tipo de establecimiento cuentan: sala de musculación, actividades grupales dirigidas, entrenamiento personalizado, servicios de estética, nutricionista, fisioterapia.

Requieren de la formación de equipos multidisciplinarios integrados por especialistas en las diferentes disciplinas vinculadas a la estética y profesores educación física. Estos centros generalmente se enfocan en los segmentos de nivel socio económico medio alto y alto de la población, intentando diferenciarse por la calidad de sus servicios.

Club social y deportivo. Son complejos polideportivos de diferente envergadura que ofrecen instalaciones para la práctica de varios deportes y actividades físicas, generalmente surgieron como clubes con un fuerte perfil social enfocado a la integración de los socios a una comunidad socio deportiva sustentado en un fuerte sentimiento de pertenencia. Han cambiado en forma diferencial, según su enclave geográfico algunos han diversificado y mejorado sus propuestas, o se han especializado en determinada actividad, mientras que otros han perdido participación. Según la evolución, algunos mantienen su radio de influencia solamente en el barrio, mientras que otros se han convertido en centro de atracción para personas de otras zonas de Montevideo. Todos cuentan con gimnasios para realizar deportes y distintas actividades físicas, salas de musculación, espacios con fines recreacionales. Algunos cuentan con piscina. Generalmente estos establecimientos intentan mantener una diversidad de actividades que permita atraer público de ambos sexos y de todos los tramos de edad.

Gimnasio especializado. Definido como “gimnasio específico de musculación”, como una categoría representativa para nuestro objetivo de estudio. Dentro de sus principales características encontramos la práctica con gran variedad de maquinaria pero con mayor énfasis en pesos libres, la promoción de la competencia a nivel tanto amateur como profesional. Las instalaciones están diseñadas para servir a la especificidad de la

práctica de la musculación, sin mayor cuidado a otros aspectos como el confort para el usuario. Su segmento de influencia está acotado a los practicantes de esta disciplina.

3. MODELO METODOLÓGICO

El conocimiento de los paradigmas es indispensable en la medida que nos señala un marco teórico para abordar la tarea de investigación e interpretar los resultados. Si bien el concepto de paradigma admite una multiplicidad de significados y usos, los consideraremos aquí como “un conjunto de creencias y actitudes, como una visión del mundo compartida por un grupo de científicos que implica una metodología determinada” (KUHN, 1971, pág. 13).

Paradigma es un esquema teórico adoptado por un grupo de científicos para percibir y comprender el mundo. Los paradigmas son "realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica” (KUHN, 1971, pág. 13).

Para nuestra investigación utilizamos el enfoque multi método, el cual pretende aportar y generar en la investigación social un “nuevo espacio”, superador de la polémica artificial entre métodos cuantitativos y métodos cualitativos. Desde esta perspectiva, cada uno de estos métodos contiene en sí mismos fortalezas y debilidades, que se integran de manera de contribuir a mejorar los procesos y productos de investigación (BERICAT, 1998).

En línea con esta perspectiva esta investigación utiliza instrumentos cuantitativos (encuesta, análisis de información secundaria cuantitativa) en forma complementaria con instrumentos cualitativos (entrevistas semi estructuradas, análisis de información secundaria cualitativa). De esta forma se hace mucho más rica la investigación ya que el investigador puede aprovechar lo mejor de cada modelo, y desechar las fallas que se pueden presentar por utilizar uno solo.

La estrategia utilizada para integrar los diferentes métodos es la de la complementación, la cual se basa en la idea de lograr imágenes diferentes de la realidad estudiada, posibilitando ampliar nuestro conocimiento sobre la misma, o sea contar con imágenes distintas que, en su complementariedad, enriquecen nuestra comprensión del fenómeno (BERICAT, 1998).

3.2 Tipo y nivel de investigación

El tipo de investigación es aplicada y su diseño es exploratorio-descriptivo, ya que busca caracterizar y especificar propiedades de los gimnasios típicos de Montevideo y sus usuarios, midiendo y evaluando diversas variables componentes de los establecimientos y otras referentes a las opiniones y características de las personas involucradas (BATTHYÁNY; CABRERA, 2011). Es exploratoria ya que la misma pretende darnos una visión general o aproximarnos a una determinada realidad que ha sido poco explorada y reconocida, y es descriptiva ya que tiene como objetivo central la descripción de los fenómenos. Sabino (1986, p.51) explica que las investigaciones descriptivas son las que “su preocupación primordial consiste en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento”. De esta forma se busca contribuir con los hallazgos a los procesos de toma de decisiones que permitan mejorar los servicios que se brindan en estos establecimientos como obtener los datos que caracterizan a la realidad dada (SABINO 1986, p.51).

3.3 Universo

El universo es el conjunto de elementos o personas, que poseen determinadas características. Se tomara al universo como población, utilizando la definición de Thomas y Nelson (2007, p.106), en la cual la define como “el grupo mayor de donde se toman las muestras”.

Para Sautu (2003, p.62), el universo es una “definición teórica y empírica que establece los límites entre lo que incluye y excluye. Definición y descripción de las unidades que lo componen”.

En esta investigación nuestro universo lo componen los usuarios de los cuatro gimnasios de Montevideo elegidos y sus directores.

3.4 Unidad de análisis

La unidad de análisis de este estudio es el gimnasio. En tal sentido la consideración y el análisis de las variables individuales sirven para la caracterización de la realidad de los mismos gimnasios, como conjunto de usuarios y como configuración de la demanda de los servicios.

3.5 Muestra

Thomas y Nelson (2007, p.105), definen a la muestra como “un grupo de individuos, tratamientos o situaciones seleccionadas de una población mayor”.

En nuestro caso trabajamos con dos muestras, ambas elegidas en forma intencional, por conveniencia y de carácter no probabilísticas, en las cuales, según Sabino (1986) no todos los participantes tiene la misma probabilidad de ser elegidos, en las muestras no probabilísticas no se tiene idea del error que puede obtener. Una muestra intencional según Sabino (1986, p.106) “escoge sus unidades no en forma fortuita sino completamente arbitrarias”.

La primera muestra significó la elección de los 4 gimnasios representativos de cada uno de los 4 tipos de gimnasio de Montevideo definidos.

Luego de identificar los gimnasios que poseían las cualidades según las definiciones expresadas en el marco teórico, se procedió a elegir una muestra de usuarios de cada uno de ellos. Esta muestra se eligió por conveniencia, definiéndose arbitrariamente la cantidad de 20 casos por gimnasio. Los casos se obtuvieron en una sola visita a cada establecimiento, permaneciendo en el mismo hasta culminar la cantidad de encuestas. Al no conocerse las características del marco muestral, se estableció a priori una cuota por cada sexo del 50% de las encuestas.

La elección de los respondientes para las entrevistas semi estructuradas no requirió criterios de muestreo ya que la decisión metodológica fue entrevistar a los directores de todos los gimnasios elegidos.

Los criterios de muestreo escogidos responden principalmente a los recursos con los que se contaron para realizar este trabajo, buscando la mejor alternativa posible. Se reconoce que este diseño lleva a discutir la representatividad de la información

recogida. Si bien esto se asume como tal, creemos que el diseño multi método como forma de acercamiento a la realidad estudiada, provee validez en la confluencia de resultados provenientes de diferentes instrumentos de investigación. En este sentido, si bien este trabajo no profundiza en la triangulación de los datos, en aquellas categorías de análisis donde los resultados convergen, estos toman mayor validez al estar respaldados por más de una fuente de información. Por el contrario aquellos resultados que divergen según las diferentes fuentes, deberán ser objeto de mayor profundización, de estudio de las contradicciones y paradojas emergentes, pudiéndose plantear hipótesis de trabajo para futuras investigaciones.

3.6 Sistema de variables

Toda la investigación está guiada por las dimensiones de análisis manifiestas en los objetivos específicos, los cuales dan cuenta del objetivo general. En tal sentido el sistema de variables que se presenta responde a dos criterios. Cada una de las variables está expresada en términos de pregunta en los instrumentos de relevamiento de información, o sea, en el cuestionario de encuesta y/o en la pauta de preguntas para las entrevistas semi estructuradas (ambos instrumentos se presentan en anexos). Para la sistematización del cuerpo de variables se presentan en base a que dimensión de análisis aportan (expresadas como objetivos específicos). En algunos casos se releva información para cada una de las variables desde diferentes fuentes, esto forma parte de la complementación de los métodos utilizados. Del mismo modo la misma variable puede nutrir el análisis de diferentes dimensiones de análisis (para definir las nuevas tendencias es importante conocer qué buscan los usuarios en los gimnasios como definición de necesidades, característica que es propia de la descripción de la demanda y su satisfacción).

Objetivo específico 1. Describir las nuevas tendencias en el mundo del fitness y la musculación.

Variables:

- Cambios en el mundo del fitness y la musculación.
- Nuevas tendencias
- Variación de la exigencia de los usuarios en los últimos 20 años.

- Que buscan los distintos tipos de usuarios en el fitness y la musculación.

Objetivo específico 2. Describir el perfil social de los usuarios de los 4 gimnasios típicos de Montevideo.

Variables:

- Sexo.
- Edad.
- Composición familiar.
- Nivel educativo.
- Profesión.

Objetivo específico 3. Describir la oferta de servicios que brindan los 4 gimnasios típicos de Montevideo.

Variables:

- Composición de la oferta del establecimiento.

Objetivo específico 4. Indagar sobre el tipo de actividades que realizan los usuarios y el tiempo que le dedican.

Variables:

- Actividades que realiza.
- Horarios frecuentes de asistencia diaria.
- Tiempo en el establecimiento.
- Asistencia semanal.
- Principal motivo por el que no le dedica más tiempo.

Objetivo específico 5. Analizar las necesidades de los usuarios y los factores que hacen posible su satisfacción.

Variables:

- Motivos por los que concurren.
- Principal motivo por el que no le dedica más tiempo.
- Conformidad con las actividades.
- Que más le gustaría realizar.
- Cambios en el mundo del fitness y la musculación.
- Variación de la exigencia de los usuarios en los últimos 20 años.
- Que buscan los distintos tipos de usuarios en el fitness y la musculación.

- Nuevas tendencias en el campo del fitness.

3.7 Instrumentos de recolección de datos

Entendemos que “un instrumento de datos es, en principio, cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información” (SABINO, 1986, p.129).

Para la recolección de datos de esta investigación se aplicaron encuestas de múltiple opción a los usuarios, que según Thomas y Nelson (2007, p.283) son “técnicas de investigación descriptiva que intenta definir prácticas u opiniones actuales de una población concreta”. Se opta dado que éste es de fácil implementación y permite relevar la información requerida. Además este mecanismo de recolección de datos, permite la realización de preguntas opcionales, según sea la respuesta del individuo encuestado. En relación a la técnica de encuesta SABINO (1986, p.88) señala "si queremos conocer algo sobre comportamiento de las personas, lo mejor, lo más directo y simple, es preguntárselo a ellas".

"La ventaja principal del cuestionario radica en la gran economía de tiempo y del personal que implica” (SABINO, 1986 p. 89). El cuestionario se realizó personalmente, se concurrió a cada uno de los centros de práctica deportiva seleccionados en un horario donde se pudo contactar usuarios.

Se realizaron entrevistas semi estructuradas a los directores de los cuatro clubes seleccionados. En este tipo de entrevistas el entrevistador dirige la misma a través de un cuestionario pautado por los diferentes temas de interés. El orden de la realización de las preguntas puede variar, según el entrevistado vaya recorriendo con su discurso las diferentes respuestas buscadas. En los casos en que el entrevistado toca algún tema pero no profundiza lo suficiente, el investigador puede re preguntar o solicitar que se profundice en la respuesta (VALLES, 1997).

Por último, completa el conjunto de instrumentos el relevamiento de información secundaria, o sea información que ya existe como antecedentes, información de los propios gimnasios y artículos de prensa y revistas especializadas.

3.8 Estudio preliminar

En todos los proyectos de tesis según Thomas y Nelson (2007, p.74), es necesario “que se verifique que todo el material y los métodos funcionan tal como se especifica en el tipo de participantes para los que se ha diseñado el estudio”.

Se realizó un pre test del cuestionario de encuesta una vez realizadas las 10 primeras entrevistas, donde se revisó la pertinencia del cuestionario, como no se encontraron inconvenientes se siguió adelante con la encuesta.

3.8.1 Propuesta de análisis de los datos

“Finalizadas las tareas de recolección el investigador quedara en posesión de un cierto número de datos, a partir de los cuales será posible sacar conclusiones generales que apunten a esclarecer el problema formulado en los inicios de la investigación” (SABINO, 1986, p.153).

3.8.2 Procesamiento y análisis de la información de la encuesta

Se codifico la información de cada uno de los cuestionarios relevados, una vez codificados se ingresaron los datos al software SPSS con el cual se realizó un análisis descriptivo de los resultados. Se utilizaron tablas simples y gráficas para la presentación de frecuencias absolutas y relativas. Se utilizaron tablas de contingencia para el cruce de variables, segmentando principalmente la base de datos por las variables categóricas.

Se trabajo con el criterio de no extraer las preguntas sin contestar de la muestra, en otras palabras usamos “No sabe, no contesta” como un resultado por sí mismo.

3.9 Procesamiento y análisis de la información recopilada por las entrevistas semi estructuradas

Des grabamos la información en bruto tomada por una grabadora.

Transcribimos parcialmente la información.

El procesamiento y análisis de la información acumulada de las entrevistas se realizó de la siguiente forma:

- Se realizó una lectura primaria de cada entrevista.
- Se agruparon las respuestas de los distintos entrevistados según las dimensiones de análisis (grupos de variables) definidas por los objetivos específicos de la investigación que se tradujeron en las preguntas de la pauta de entrevistas. Al haber sido las entrevistas semi estructuradas las respuestas no coinciden exactamente con la pauta por lo cual fue necesario re agruparlas.
- Se realiza un análisis de las distintas respuestas en cada dimensión de análisis identificando convergencias (refuerzan los hallazgos) y divergencias (se identifican tensiones y paradojas en los diferentes discursos) entre los entrevistados.

3.9. 1 Procesamiento y análisis de la información secundaria recopilada

En relación a la información recogida de artículos especializados de diarios y revistas y estudios antecedentes se realizó una lectura primaria de la información, para luego asignar los distintos segmentos de contenido a las distintas dimensiones de análisis de nuestra investigación. El resultado de este análisis se presenta en forma complementaria e interactuando con la información primaria recogida.

4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para este estudio se utilizaron distintos instrumentos de relevamiento de información, encuesta, entrevistas semi estructuradas a informantes calificados y análisis de información secundaria. A continuación presentamos los resultados ordenados según las dimensiones de análisis definidas según nuestros objetivos de investigación.

4.1 Nuevas tendencias en el mundo del fitness y la musculación

En base a las entrevistas realizadas podemos decir que según los Directores de los cuatro tipos de gimnasios estudiados, las nuevas tendencias aparecen todo el tiempo y están marcadas por las actividades derivadas de los ritmos musicales, las actividades como el cycling, pilates y los gimnasios adaptados al crossfit. Los usuarios buscan actividades nuevas que les den variedad en el entrenamiento como también resultados rápidos y des stress.

Nuestro (entrevistado 3) manifestó que *“en los últimos 15 años las áreas deportivas han evolucionado sin ningún lugar a dudas en el mundo en sí, el desarrollo del fitness que va de la mano de la musculación, básicamente, viene impulsado por tendencias desde Europa y Norte América buscando el atractivo para sumar nuevos adeptos, ya que todo lo que sea esfuerzo físico y vida sana hace tiempo que dejó de ser solo a través de los deportes específicos. En esta línea de análisis refiere a la pérdida de cierto protagonismo de los clubes, cediendo terreno a establecimientos más pequeños y especializados como las academias, gimnasios y salas de musculación, etc”* (entrevistado 3) (Información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

Como otros aspectos a destacar, surgen los comentarios del (entrevistado 4) quien nos indica la rapidez de los cambios en las tendencias y a la necesidad permanente de variar las propuestas para adaptarse a estas novedades, el nivel de información de los usuarios, sumado a la necesidad de los mismos de obtener resultados rápidamente, aspectos propios de la sociedad de consumo en la que vivimos, nos plantea un escenario de permanente cambio al cual los establecimientos deportivos tienen que

adaptarse rápidamente (entrevistado 3) (Información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

Según (entrevistado 3) *“hoy en día, tanto a través del fitness como de la musculación, se van desarrollando nuevos derivados en base a ritmos, bailes y danzas, comienzan como una búsqueda de nuevos atractivos y en base a los adeptos que se van adhiriendo, se comienza a desarrollar llegando a puntos impredecibles que ni siquiera los mismos “fundadores” se lo podrían imaginar, tal es el ejemplo del “zumba”, que también está de moda, como en su momento en algunos países europeos fue toda la experiencia de trabajo de musculación en pesos libres, impulsaban los países del bloque oriental de Europa y que enseguida se empezó a adaptar Norte América y los demás países. Es algo que va a seguir creciendo más hoy en día que ya no se centraliza tanto en los clubes, sino en las academias, gimnasios, salas de musculación y en pequeñas salas de básquetbol, baile, gimnasios adaptados al crossfit”* (entrevistado 3) (Información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

“Las nuevas tendencias aparecen todo el tiempo tratamos de variar. Los usuarios están más informados, y lo que quiere la gente habitualmente son resultados rápidos. La gente viene a los gimnasios huyendo del stress” (entrevistado 4) (Información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

Muchas de estas consideraciones se ven sustentadas también por la información secundaria recogida. Podríamos afirmar que la vorágine de los cambios y las nuevas exigencias de los usuarios es un fenómeno que trasciende el ámbito local.

A nivel internacional ya se hicieron referencias en el marco teórico a estos aspectos en base a los estudios de American Council on Exercise (2010) los cuales profundizan también en las necesidades de los usuarios, sobre todo en lo que tiene que ver con optimizar su presupuesto y el tiempo dedicado al ejercicio físico, marcando también la necesidad de obtener resultados cada vez más rápidos.

Otros aspectos a considerar tienen que ver con el impacto de las nuevas tecnologías en las instalaciones de los gimnasios. Si bien este tema no surge fuertemente en las entrevistas realizadas, sí es un tema presente en la información secundaria revisada. En esta línea, además de los adelantos tecnológicos aplicados propiamente al equipamiento utilizado para las diferentes prácticas, aparecen también algunos desarrollos que a priori podríamos decir que son complementarios como la integración

de los videojuegos al entrenamiento, o el surgimiento de aplicaciones para los teléfonos celulares que permiten a los usuarios monitorearse y asesorarse sobre técnicas de entrenamiento por sí mismos (AMERICAN COUNCIL ON EXERCISE, 2010).

Esta diversificación de propuestas se ve marcada por otras tendencias y nuevos desarrollos, que pudimos relevar a través de medios de prensa local y que pasamos a describir a continuación.

Según el diario El Observador (2014) el entrenamiento de fitness funcional se impone por su bajo presupuesto en materiales y fácil realización, ya que se puede realizar en el trabajo o en la casa. Otro servicio que se destaca son las clases temáticas, que están captando un número grande de adeptos, en especial de mujeres, dentro de las cuales la principal es la danza. En nuestro medio, especialmente la zumba se está posicionando como una de las principales tendencias.

Según la Revista de diario el País Paula (2014) informa que Montevideo se actualiza y gana adeptos en el fitness. Las acrobacias en barras, llamados poleport coreopole y acropole son combinaciones entre baile y acrobacias. También tenemos las botitas kangoo que amortiguan el impacto. El crossfit aparece también como una alternativa de acondicionamiento integral. Las cintas de suspensión que sirven para realizar trabajos de posturales, des estresantes. Por último Zumba también es referido como una práctica que se impuso como preferencia de los usuarios, según este medio.

Según el diario El Observador (2014) ante la demanda de sus socios, los gimnasios apuestan a tener mejores maquinarias y un personal cada vez más calificado, los usuarios pretenden que los equipos que se le ofrecen sean “de marca”, siendo el producto estrella es el caminador. Además de los equipos, los consumidores se fijan cada vez más en quién está al frente de una clase o supervisando sus ejercicios en la sala de musculación.

4.2 La oferta de servicios que brindan los gimnasios analizados

En este apartado presentamos los servicios y actividades que ofrecen los gimnasios analizados. Además de lo que recogimos en las entrevistas a sus directores, observamos en nuestras visitas las instalaciones para comprobar y nutrir de mejor forma

la información sobre los servicios ofrecidos. En primer lugar, se validó que cada uno de los establecimientos correspondiera al tipo de gimnasio definido teóricamente. En tal sentido, la observación de las instalaciones de los cuatro establecimientos mostró una correcta correspondencia con las características de nuestras definiciones teóricas adoptadas a priori.

Gimnasio barrial: Cuenta con una sala de musculación, la cual está bien equipada, con maquinaria sencilla y muchos pesos libres divididos a lo largo de toda la instalación. Además cuenta con una sala para realizar clases, en la cual según su Director se practica pilates, gimnasia aeróbica, step, localizada, zumba y boxeo. La actividad que mas rinde, según el entrevistado es la musculación y boxeo.

Spa: Las instalaciones cuentan con un gama variada de servicios, cuenta con nutricionista, salas de masajes y una sala de musculación con un número importante de caminadores, elípticos y bicicletas estacionarias de última tecnología. Los equipos son de marcas reconocidas y cuentan con la última tecnología. Los espacios son amplios y cuentan con salas para realizar las clases dirigidas. Hay salas específicas de spinning que se presenta como la vedette de estos centros, junto con las actividades que incluyen ritmos y baile. Además, según el Director del establecimiento, se ofrece gym tradicional, cycling, pilates, aero local, aeróbica, tae-bo, steps, runnig, abdominales y tonificación.

Club social y deportivo: El establecimiento que elegimos cuenta con numerosas instalaciones para diferentes fines: Piscina con clases de natación para niños y adultos como también clases de hidro gimnasia. Existen varios gimnasios donde se desarrollan distintas actividades: clases de gimnasia localiza, aeróbica, karate, y deportes varios, sala de musculación. Servicios de vestuarios y duchas. Baños de vapor húmedo, espacios con fines recreacionales y biblioteca. Las instalaciones son acordes a las actividades pero sin grandes avances tecnológicos. El personal es calificado contando con profesores de educación física, técnicos deportivos y guardavidas.

Gimnasio especializado: Por último presentamos las características de la oferta del “gimnasio específico de musculación”. Sus actividades están centradas en la sala de

musculación contando con una gama variada de maquinas y pesos libres, los mismos no están actualizados y ni en las mejores condiciones. Se promueve la competencia tanto amateur como federada de levantamiento de potencia y halterofilia. Si bien la actividad fundamental es la musculación, también ofrece en forma complementaria la práctica de dos deportes: boxeo y basquetbol. Cuenta con duchas y vestuario.

4.3 Perfil social de los usuarios de los 4 gimnasios típicos de Montevideo

El perfil de los usuarios lo obtenemos del tratamiento de la información respecto a las variables categóricas o de base obtenida en la encuesta.

En referencia a la edad de los usuarios (tabla 1), preponderan los individuos más jóvenes, siendo el tramo más numeroso el integrado por personas que tienen entre 21 y 30 años (26,3%), el segundo tramo de edad más importante es el de 14 a 20 años (23,8%), siguiendo el de 31 a 40 años (20%). Sin embargo es de destacar que se encuentran individuos de todas las edades. Obsérvese que aunque los usuarios menores de 50 años son el 80%, parece significativo que se hayan encontrado un 20% mayor de 50 años usuarios de los establecimientos. La media de edad de los usuarios encuestados es de 35 años.

Tabla 1: Edad de los encuestados.

Edad por tramos		
	Frecuencia	Porcentaje
14 a 20	19	23,8
21 a 30	21	26,3
31 a 40	16	20,0
41 a 50	8	10,0
51 a 60	8	10,0
61 a 70	5	6,3
Más de 70	3	3,8
Total	80	100,0

Fuente: Elaboración propia (2014).

La distribución de los encuestados respecto al sexo fue intencional (tabla 2), al asignarse cuotas iguales en el diseño de la muestra. Por lo tanto solo tendrá utilidad para discriminar la distribución de otras variables según el sexo de los encuestados. Sin

embargo cabe destacar las menciones de algunos informantes calificados entrevistados al aumento en la participación de las mujeres en los gimnasios.

Tabla 2: Sexo de los encuestados.

Sexo		
	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	40	50,0
Mujer	40	50,0
Total	80	100,0

Fuente: Elaboración propia (2014).

Respecto a la composición de las familias de los usuarios (tabla 3), el porcentaje menor observado corresponde a las personas que viven en pareja con hijos. Se puede establecer como una hipótesis de trabajo, ya que estos datos no permiten confirmarlo, que la carga de responsabilidades familiares resta tiempo para dedicar a la actividad física.

Tabla 3: Composición familiar de los usuarios

Composición familiar		
	Frecuencia	Porcentaje
Vive con padres	36	45,0
Vive en pareja	16	20,0
Vive en pareja con hijos	13	16,3
Vive solo	15	18,8
Total	80	100,0

Fuente: Elaboración propia (2014).

No se observan niveles educativos bajos. Todos los encuestados se ubican en los niveles medios y altos (tabla 4). Esto se alinea con los antecedentes referidos en el marco teórico en relación a esta variable. Obsérvese que el mayor porcentaje de encuestados (33,8%) corresponde al nivel más alto, y que junto con el segundo nivel más alto (terciario incompleto) suman más de la mitad de los encuestados (58,8%). Esto abona la afirmación de que a mayor nivel educativo existe una mayor conciencia de la importancia de la actividad física para el mantenimiento de la salud, además de otras

asociaciones obvias entre nivel educativo y nivel de ingreso por la cual caen las barreras de acceso que tienen que ver con las posibilidades económicas.

Tabla 4: Nivel educativo de los encuestados.

Nivel educativo		
	Frecuencia	Porcentaje
Ciclo básico completo	2	2,5
Bachillerato incompleto	12	15,0
Bachillerato completo	19	23,8
Terciario incompleto	20	25,0
Terciario completo	27	33,8
Total	80	100,0

Fuente: Elaboración propia (2014).

En cuanto a la ocupación se destacan la acumulación de los que se definen como empleados (33,8%) y aquellos que son estudiantes (31,3%), reflejándose obviamente la juventud de la mayoría de los encuestados, (tabla 5).

Tabla 5: Ocupación de los encuestados.

Ocupación		
	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	25	31,3
Jubilado	9	11,3
Profesional	12	15,0
Empleado	27	33,8
Cuenta propia	6	7,5
Ama de casa	1	1,3
Total	80	100,0

Fuente: Elaboración propia (2014).

En general se podemos encontrar ciertas correspondencias entre el perfil social de los usuarios encuestados en este estudio con el perfil al que refieren los trabajos presentados como antecedentes en nuestro marco teórico.

En lo que tiene que ver con la edad de los usuarios, encontramos cierta correspondencia con lo expresado por Colado (2004) quien plantea una edad media de los usuarios de los gimnasios de 31 años, mientras que nuestros datos nos arrojan una media de 35 años.

Si bien Colado (2004) maneja la variable estado civil, la categoría predominante según sus estudios es soltero con un 52%. Si bien nuestra pregunta se enfocó en la composición familiar, obsérvese que aquellos que viven con los padres (presumiblemente solteros) y aquellos que viven solos suman un 63,8% de los encuestados.

En la misma línea de pensamiento de García Ferrando (2006) plantea que algo más de la mitad (52%) de las personas ocupadas que practican deportes son trabajadores calificados, técnicos o profesionales medios, se condice con el alto nivel educativo que encontramos entre nuestros encuestados (58,8% tienen nivel universitario completo o incompleto). En este sentido también los aportes del Instituto Nacional de Estadística (2005) observa que hay una correspondencia directa entre el porcentaje de la población que realiza actividad física y la ubicación en los quintiles de ingresos de los hogares. A medida que estos obtienen mayores ingresos, mayor grado de realización de la actividad física, el 28% en hogares de menores ingresos, contra el 44% en hogares de mayores recursos.

Según las consideraciones anteriores creemos que los resultados que describen el perfil de los usuarios de los gimnasios de Montevideo, se alinea con lo planteado por García Ferrando, (2006) respecto a que la posición social es una variable determinante para la realización de ejercicio físico. Los usuarios de posición social baja son los que menos practican, y los de posición alta los que más lo hacen. Moscoso y Moyano (2009) consideran que la práctica de actividad física o deporte, va en relación a la elección en que influyen el capital cultural y el capital económico de la personas.

4.4 Actividades realizadas por los encuestados y tiempo que le dedican

4.4.1 Actividades realizadas

El análisis de este tema se nutre principalmente de la información relevada a través de la encuesta. Si bien a través del análisis de la oferta de los gimnasios ya nos hicimos una idea de las actividades que se realizan, con la información vertida por los usuarios podremos hacer énfasis en las actividades más realizadas y en otros aspectos que tienen que ver con el tiempo que les dedican a la actividad física, en términos de

frecuencia semanal, horarios preferidos, tiempo de cada estadía en el establecimiento y tiempo dedicado a cada actividad.

Al preguntarle a los encuestados sobre qué actividades realizan encontramos que el 80% realiza más de una actividad física, existiendo quienes realizan hasta cuatro actividades diferentes. Para ilustrar esta variable se preguntó a cada encuestado por todas las actividades realizadas, obteniéndose 170 menciones, o sea que la media de actividades realizadas es más de 2. En la siguiente (tabla 6) se presenta en orden de importancia las actividades mencionadas con sus respectivas frecuencias de menciones.

Tabla 6: Primera actividad que los usuarios encuestados realizan.

Actividades realizadas (Menciones)	
Sala	63
Natación	22
Spinning	12
Localizada	11
Basket	9
Running	7
Bicicleta	6
Hidro	6
Baile	5
Caminar	4
Fútbol	4
Aeróbica	3
Gimnasia	3
Abdominales	2
Crossfit	2
Step	2
Aerobox	1
Body	1
Boxeo	1
Espalda Sana	1
Físico Culturismo	1
Pelota Mano	1
Pilates	1
Potencia	1
Tae Bo	1
Total De Menciones	170

Fuente: Elaboración propia (2014).

La actividad más mencionada es la sala de aparatos, seguramente por el uso complementario que se le da respecto a las otras actividades físicas o deportivas realizadas.

Considerando las actividades más realizadas, se analizaron las preferencias según el sexo de los entrevistados (tabla 7). Se observa que la sala de aparatos es más utilizada por los hombres que por las mujeres. Existen algunas actividades totalmente femeninas y otras totalmente masculinas. Entre las primeras encontramos spinning, localizada, baile, caminar y aeróbica. Entre las masculinas encontramos básquet y fútbol, tiene algunos puntos de contacto con lo expresado por Cabañas, Martínez y Riego (2004) en que el tipo de actividad que realizan las mujeres estudiantes es deportes, aeróbic, pesas, correr. Mientras que en los hombres, los deportes, las artes marciales, correr y acondicionamiento físico sería lo más practicado.

Tabla 7: Actividades realizadas según sexo.

Actividades realizadas (n° de menciones)	Hombre	Mujer
Sala	37	26
Natación	11	11
Spinning	0	12
Localizada	0	11
Básquet	9	0
Running	3	4
Bicicleta	3	3
Hidro	2	4
Baile	0	5
Caminar	0	4
Fútbol	4	0
Aeróbica	0	3
Gimnasia	2	1

Fuente: Elaboración propia (2014).

Encontramos una relación directa entre los datos relevados y nuestro marco teórico, según García Ferrando (2006) en relación a que la actividad más practicada es el uso de la sala de musculación con un 70% de los usuarios en los casos del estudio español y 80 % según nuestros datos para Montevideo.

4.4.2 El uso del tiempo en los gimnasios

Respecto al uso del tiempo en referencia al gimnasio, se les preguntó a los encuestados cuantas veces por semana concurre, el horario que prefiere, que tiempo permanece en el establecimiento, si le gustaría dedicar más tiempo y porqué no lo hace.

En cuanto a la cantidad de veces que asisten los usuarios al gimnasio, el 35% lo hace 3 veces por semana, mientras que el 20 % concurre 5 veces y el 17,5% lo hace dos veces (tabla 8).

Tabla 8: Cantidad de días que asisten los encuestados.

N° asistencias por semana	Frecuencia	Porcentaje
1	2	2,5
2	14	17,5
3	28	35,0
4	11	13,8
5	16	20,0
6	9	11,3
Total	80	100,0

Fuente: Elaboración propia (2014).

Existen notorias diferencias en la cantidad de asistencias semanales al gimnasio respecto al sexo de los usuarios. Se observa que en el caso de los hombres el 12,5% concurre menos de 3 veces por semana, el 32,5% lo hace 3 veces y el 55% lo hace más de 3 veces. Mientras tanto las mujeres concurren en general menos veces que los hombres, véase que el 27,5 % concurre menos de 3 veces, el 37,5% lo hace 3 veces y el 35 % lo hace más de 3 veces (figura 1).

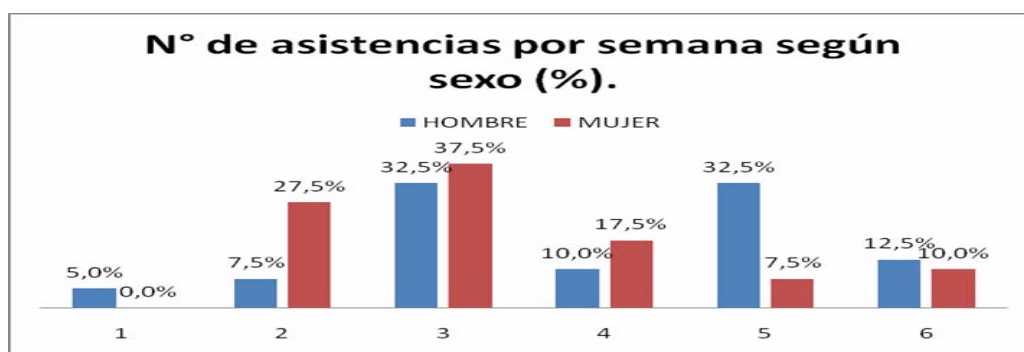


Figura 1: Porcentaje de asistencia a los centros según la cantidad de días.

Fuente: Elaboración propia (2014).

La aparición de centros cuya oferta es amplia y los horarios flexibles puede ser un factor que potencie la práctica entre las mujeres.

Respecto a la preferencia de horario para asistir, el mismo se divide por igual entre la mañana tarde y noche, (figura 2). En ambos sexos el comportamiento es similar.

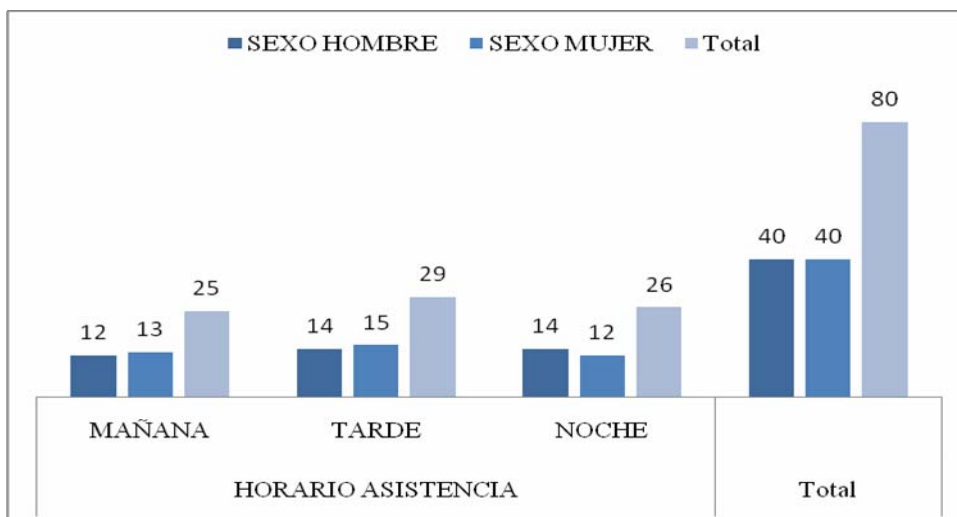


Figura 2: Horario de asistencia según sexos.

Fuente: Elaboración propia (2014).

Respecto a los horarios no podemos afirmar cuál ha sido la evolución de cada uno de ellos con nuestros datos. Tomando en cuenta los estudios antecedentes de referencia, tanto para Rodríguez Salmerón, (2010) como para García Fernández (2008) se nota en la realidad española, una mayor tendencia a ocupar los horarios de la mañana.

La mayoría de los usuarios (63,8%) permanece en el gimnasio entre 60 a 120 minutos. No existen diferencias significativas entre el tiempo en que permanecen los hombres respecto al que permanecen las mujeres (tabla 9).

Tabla 9: Tiempo de permanencia en el gimnasio.

Tiempo en el establecimiento		
	Frecuencia	Porcentaje
No contesta	2	2,5
Hasta 60 minutos	10	12,5
De 60 a 120 minutos	51	63,8
Más de 120 minutos	17	21,3
Total	80	100,0

Fuente: Elaboración propia (2014).

La gran mayoría de los usuarios (68,8%) manifiesta que le gustaría dedicar más tiempo al gimnasio. No existen diferencias significativas respecto al sexo (tabla 10).

Tabla 10: Se pregunto a los usuarios si les gustaría dedicar más tiempo en el gimnasio.

Más tiempo en el gimnasio		
	Frecuencia	Porcentaje
No contesta	4	5,0
Si	55	68,8
No	21	26,3
Total	80	100,0

Fuente: Elaboración propia (2014).

Las razones por las cuales los usuarios no pueden dedicar más tiempo al gimnasio son trabajo (41,3%) y estudio (26,3%), (tabla 11).

Tabla 11: Motivos por los que no se le dedica más tiempo al gimnasio.

Porqué no dedica más tiempo	Frecuencia	Porcentaje
No contesta	6	7,6
Trabajo	33	41,3
Disponibilidad horarios club	3	3,8
Obligaciones familiares	2	2,5
Estudio	21	26,3
Cansancio	3	3,8
Falta de tiempo	2	2,5
Falta de interés	4	5,0
Está conforme	6	7,5
Total	80	100,0

Fuente: Elaboración propia (2014).

4.5 La estacionalidad de la concurrencia a los gimnasios

Un tema que no se le preguntó a los encuestados pero emergió en las entrevistas a los directores de los establecimientos es el de la variación de la concurrencia de los usuarios según las épocas del año.

Nuestro (entrevistado 1) manifestó que *“en diciembre la gente se va, arrancan en septiembre octubre como que la gente se viene preparando para el verano, la gente*

se piensa que es en los últimos meses y retoman en marzo abril después abandonan periodo junio- agosto” (Información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

“El periodo que no concurren los usuarios es en enero y febrero que es cuando la gente se va de vacaciones” (entrevistado 2) (Información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

Ambos entrevistados manifiestan que el verano es la época de menor concurrencia, pero con matices en las causas. El (entrevistado 1) refiere a las personas que tienen como principal motivación prepararse para el verano, o sea que en esta estación ya no se necesita preparación y se deja de concurrir. Por su lado, el (entrevistado 2) hace énfasis en el tema de las vacaciones, pero como opción de uso del tiempo, no en referencia a la necesidad de prepararse para una estación del año particular (entrevistado 1) (Información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

4.6 Las necesidades de los usuarios y los factores que hacen posible su satisfacción

4.6.1 Principal motivación para acudir al gimnasio

La mayor motivación de los encuestados para concurrir al gimnasio, (tabla 12), es el mantenimiento o la mejora del estado físico (32,5%), seguido por la recuperación o prevención de enfermedades, estando ambas categorías muy relacionadas. En tercer lugar aparece un motivo asociado más a razones estéticas como cuidar la figura (18,8%). Si bien los aspectos vinculados a la socialización no aparecen fuertemente en la encuesta, fue referido por nuestro (entrevistado 3) como una motivación muy fuerte de los usuarios para concurrir al centro. Tal vez esta sea una característica propia de este tipo de gimnasios, pero este es un tema que necesita de mayor profundización en el análisis. *“El Club tiene un interés social de los usuarios no solo a ejercitarse sino a socializar”* (entrevistado 3) (Información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

Tabla 12: Principal motivación para acudir al gimnasio.

Motivación	Frecuencia	Porcentaje
Estado físico	26	32,5
Por lesiones o enfermedad	16	20
Cambiar figura	15	18,8
Complemento deportivo	10	12,5
Fuerza para deporte	8	10
Descargar energía	3	3,8
Socializar	2	2,5
Total	80	100

Fuente: Elaboración propia (2014).

Cambiar la figura es la categoría que muestra una diferencia por sexo, siendo más las mujeres que refieren a esta motivación como la principal para concurrir al gimnasio (figura 3).

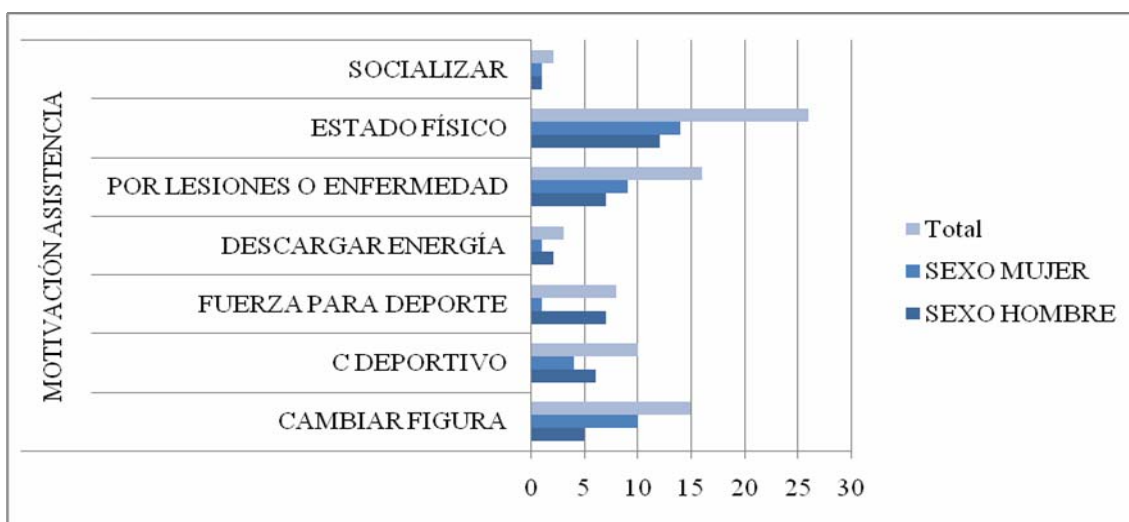


Figura 3: motivación para asistir al gimnasio según sexo.

Fuente: Elaboración propia (2014).

Según Colado (2004) no todas las personas que acuden a estos centros lo hacen por los mismos motivos o causas, sino que estas pueden ser muy variadas.

Según Gregorat (2008) la orientación motivacional estética fue la que se llevó el mayor porcentaje entre los hombres. Esto no fue así en nuestro caso, en el que el mayor porcentaje se lo llevo obtener una mejora del estado físico, siguiendo por la prevención o la recuperación de lesiones o enfermedad y luego el desarrollo de la fuerza y el complemento deportivo. Cambiar la figura aparece para los hombres recién en sexto lugar.

Dentro de los motivos encontrados por García Ferrando (2006) para la asistencia tenemos el grado de afinidad entre el profesor y sus alumnos, como también sentido de pertenencia a un grupo de usuarios que se pueda formar, en nuestros encuestados el socializar no apareció como una de las principales motivaciones para acudir a los gimnasios, siendo mencionada solamente por 2 de los usuarios.

4.6.2 Conformidad con las actividades que realiza

La gran mayoría (93,8%) de los encuestados se encuentra conforme con las actividades que realiza. Sin embargo esta conformidad no implica que no deseen realizar otras actividades (tabla 13).

Tabla 13: Conformidad con las actividades que realizan los usuarios.

	Frecuencia	Porcentaje
No contesta	2	2,6
Si	75	93,8
No	3	3,8
Total	80	100,0

Fuente: Elaboración propia (2014).

4.6.3 Otras actividades que les gustaría realizar

Preguntamos a los encuestados que actividades les gustaría realizar (tabla 14), además de las que ya realizan, pudiendo responder más de una. Recibimos del total de 80 encuestados 108 menciones a otras actividades. Las seis más importantes acumulan el 50% del total de las preferencias, estas son: natación, fútbol, baile, artes marciales mixtas, handball y tenis. El restante 50% se distribuye entre 25 actividades más de diferente tipo. Lo que muestra la gran diversidad de actividades que están dentro de las expectativas de los usuarios.

Tabla 14: Actividades que les gustaría realizar.

Actividades que le gustaría realizar (menciones)	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Natación	7	6	13
Musculación	12	0	12
Fútbol	10	1	11
Baile	0	10	10
Artes marciales mixtas	3	2	5
Handball	3	2	5
Tenis	3	2	5
Running	2	2	4
Vóley	1	3	4
Bicicleta outdoor	3	0	3
Crossfit	1	2	3
Localizada	0	3	3
Patinaje	0	3	3
Pilates	0	3	3
Remo	3	0	3
Zumba	0	3	3
Boxeo	2	0	2
Equitación	1	1	2
Step	0	2	2
Actividades al aire libre	0	1	1
Aparatos modernos	0	1	1
Artística	1	0	1
Básquet	1	0	1
Clases con barras	0	1	1
Físico culturismo	1	0	1
Gap	0	1	1
Golf	1	0	1
Kite surf	1	0	1
Muay tai	1	0	1
Potencia	1	0	1
Spinning	0	1	1
Total	58	50	108

Fuente: Elaboración propia (2014).

Si vemos las principales actividades deseadas según el sexo (ver figura 4), encontramos que hay algunas actividades mencionadas por ambos sexos como natación, artes marciales mixtas, handball y tenis, mientras que otras son solo mencionadas por hombres como la musculación y el fútbol (con un caso mujer que la prefiere) y otras mencionadas solamente por mujeres, como ser el baile.

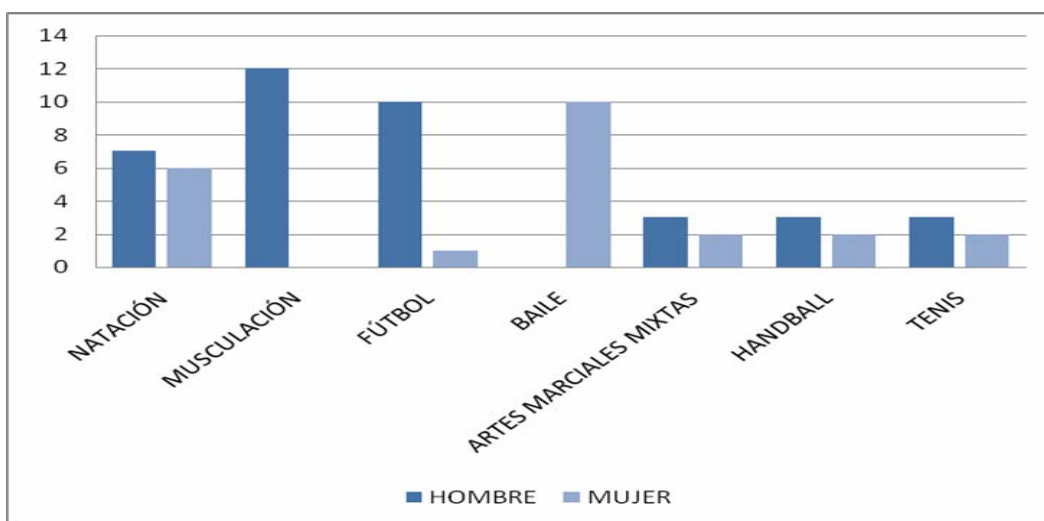


Figura 4: Actividades que les gustaría realizar según sexo.

Fuente: Elaboración propia (2014).

4.6.4 Otros aspectos a tener en cuenta respecto a las necesidades de los usuarios y su satisfacción

De las entrevistas realizadas se desprenden comentarios muy interesantes sobre algunos temas. Según el (entrevistado 1) se nota cambios en el tipo de entrenamiento de los usuarios, hay más responsabilidad, la gente se preocupa más allá de lo estético, sino por salud. Se ha tomado un poco de conciencia en cuanto a lo que es el cuerpo, manifestó que Crossfit, zumba son programas que están muy de moda.

Son notorias las reflexiones y afirmaciones sobre cierta autonomía del usuario que tiene la posibilidad de elegir de una amplia gama de posibilidades la opción que más lo satisfaga. La promoción social de la vida saludable genera un ambiente propicio y eleva el nivel de información con el que cuentan los individuos respecto a las diferentes técnicas y sus beneficios. Esto obliga a los responsables de los gimnasios a estar alerta a los cambios en las preferencias de los consumidores para poder satisfacerlas en un marco de alta competencia comercial y diversificación de los servicios.

Nuestro (entrevistado 1) manifiesta que *“vienen más mujeres ahora que antes, hay mucha gente que no le gusta la aeróbica el step el spinning y prefieren hacer algo*

mas localizado y si no les coinciden los horarios hacen sala” (información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

Por otro lado “es notorio el avance en cuanto a los socios usuarios del complejo deportivo, especialmente en los últimos diez años. También obedece a los cambios que suceden en la sociedad con respecto a promover la vida sana, incentivar a que la gente haga deporte actividad física etcétera. En los últimos 20 años, ha cambiado a nivel de sociedad las exigencias en cuanto a la vida sana, ejercicio, práctica de deportes, tanto al aire libre como en invierno, lugares cerrados, estimulación de la actividad física en edades tempranas, en tercera edad también, por lo tanto la exigencia de los usuarios también ha cambiado” (entrevistado 3) (información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

Adjuntando a los conceptos anteriores “concurren hombres mujeres y chicos, de edades entre 14 y 60 años y nivel socioeconómico medio y alto. Buscan tonificar, modelar, aumentar masa muscular, mantenerse saludables y obviamente adelgazar. Son más mujeres que hombres los que concurren (entrevistado 2) (información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

Y por ultimo “los usuarios están más informados, y lo que quiere la gente habitualmente son resultados rápidos. La gente viene a los gimnasios huyendo del stress. El 85% de la gente viene a des-estresarse y tratar de pasarla bien y divertirse es totalmente recreativo, un par de escalones más arriba, los que tienen cierta conducta, para hacer algo más estético, y luego esta muchos escalones más arriba, la gente que entrena profesionalmente que cada vez, son menos. El club es de excelencia en pesas y era el único que tenía los elementos tan completos. Hay que tener un buen trato con el socio. Las actividades son básicamente musculación, boxeo y basquetbol. En la musculación, se busca muchísimo la parte estética, pero sobre todo lo que se busca es sentirse un poco más fuerte” (entrevistado 4) (información verbal, comunicación personal, entrevista, 2014).

5. CONCLUSIONES

Estas conclusiones, lejos de agotar los temas analizados, intenta simplemente ser una síntesis de los principales emergentes de esta investigación. En tal sentido, y por las propias características y limitaciones del trabajo realizado, entendemos que más que cerrar las dimensiones de análisis abordadas, el principal mérito de lo presentado es avanzar en el acercamiento a la problemática planteada, sin desconocer el aporte positivo que significa dejar abiertos nuevos temas en los que habrá que profundizar con nuevos trabajos de investigación.

El nivel de información de los usuarios, sumado a la necesidad de los mismos de obtener resultados rápidamente, aspectos que sumados a los vertiginosos cambios tecnológicos propios de la sociedad de consumo en la que vivimos, nos plantea un escenario de permanente cambio al cual los establecimientos deportivos tienen que adaptarse rápidamente.

El desarrollo del fitness que va de la mano de la musculación, básicamente, viene impulsado por tendencias desde Europa y Norte América buscando el atractivo para sumar nuevos adeptos, ya que todo lo que sea esfuerzo físico y vida sana hace tiempo que dejó de ser solo a través de los deportes específicos. En esta línea de análisis refiere a la pérdida de cierto protagonismo de los clubes, cediendo terreno a establecimientos más pequeños y especializados como las academias, gimnasios y salas de musculación, etc.

Las nuevas tendencias podríamos dividir las en dos vertientes. En primer lugar el desarrollo de nuevas técnicas de entrenamiento con sus equipamientos correspondientes, son ejemplo de esto: clases temáticas con ritmos musicales como el zumba, las acrobacias en barras llamados poleport, coreopole y acropole, botitas kangoo, el crossfit, las cintas de suspensión que sirven para realizar trabajos de posturales, des estresantes. Otra línea de nuevas tendencias tiene que ver con el impacto de las nuevas tecnologías, como la integración de los videojuegos al entrenamiento, o el surgimiento de aplicaciones para los teléfonos celulares que permiten a los usuarios monitorearse y asesorarse sobre técnicas de entrenamiento por sí mismos.

La media de edad de los usuarios encuestados es de 35 años.

La distribución de los encuestados respecto al sexo fue intencional, al asignarse cuotas iguales en el diseño de la muestra. Por lo tanto solo tendrá utilidad para

discriminar la distribución de otras variables según el sexo de los encuestados. Sin embargo cabe destacar las menciones de algunos informantes calificados entrevistados al aumento en la participación de las mujeres en los gimnasios.

No se observan niveles educativos bajos. Todos los encuestados se ubican en los niveles medios y altos. Esto se alinea con los antecedentes referidos en el marco teórico en relación a esta variable. Esto abona la afirmación de que a mayor nivel educativo existe una mayor conciencia de la importancia de la actividad física para el mantenimiento de la salud.

En general podemos encontrar ciertas correspondencias entre el perfil social de los usuarios encuestados en este estudio con el perfil al que refieren los trabajos presentados como antecedentes en nuestro marco teórico.

Según las consideraciones anteriores creemos que los resultados que describen el perfil de los usuarios de los gimnasios de Montevideo, se alinea con lo planteado por García Ferrando (2006) respecto a que la posición social es una variable determinante para la realización de ejercicio físico. Los usuarios de posición social baja son los que menos practican, y los de posición alta los que más lo hacen. Moscoso y Moyano (2009), consideran que la práctica de actividad física o deporte, va en relación a la elección en que influyen el capital cultural y el capital económico de la personas.

Al preguntarle a los encuestados sobre qué actividades realizan encontramos que el 80% realiza más de una actividad física, existiendo quienes realizan hasta cuatro actividades diferentes.

La actividad más mencionada es la sala de aparatos, seguramente por el uso complementario que se le da respecto a las otras actividades físicas o deportivas realizadas.

Considerando las actividades más realizadas, se analizaron las preferencias según el sexo de los entrevistados. Se observa que la sala de aparatos es más utilizada por los hombres que por las mujeres. Existen algunas con un interés mayor pero no excluyente por parte de las mujeres y otras por parte de los hombres. Entre las primeras encontramos spinning, localizada, baile, caminar y aeróbica. Entre las masculinas encontramos básquet y fútbol.

Se observa que en el caso de los hombres el 12,5% concurre menos de 3 veces por semana, el 32,5% lo hace 3 veces y el 55% lo hace más de 3 veces. Mientras tanto

las mujeres concurren en general menos veces que los hombres, véase que el 27,5 % concurre menos de 3 veces, el 37,5% lo hace 3 veces y el 35 % lo hace más de 3 veces.

Se ha notado que ambos sexos concurren sin discriminar ningún tipo de horario, sino que hay una marcada tendencia a acudir en el horario del día que cada uno pueda.

La mayoría de los usuarios (63,8%) permanece en el gimnasio entre 60 a 120 minutos. No existen diferencias significativas entre el tiempo en que permanecen los hombres respecto al que permanecen las mujeres.

La gran mayoría de los usuarios (68,8%) manifiesta que le gustaría dedicar más tiempo al gimnasio. No existen diferencias significativas respecto al sexo.

Las razones por las cuales los usuarios no pueden dedicar más tiempo al gimnasio son trabajo (41,3%) y estudio (26,3%).

Los entrevistados manifiestan que el verano es la época de menor concurrencia, pero con matices en las causas que explican esto.

La mayor motivación de los encuestados para concurrir al gimnasio es el mantenimiento o la mejora del estado físico (32,5%), seguido por la recuperación o prevención de enfermedades, estando ambas categorías muy relacionadas. En tercer lugar aparece un motivo asociado más a razones estéticas como cuidar la figura (18,8%).

Cambiar la figura es la categoría que muestra una diferencia por sexo, siendo más las mujeres que refieren a esta motivación como la principal para concurrir al gimnasio.

La gran mayoría (93,8%) de los encuestados se encuentra conforme con las actividades que realiza. Sin embargo esta conformidad no implica que no deseen realizar otras actividades.

Al preguntarles a los encuestados que actividades les gustaría realizar además de las que ya realizan, recibimos 108 menciones a otras actividades. Las seis más importantes acumulan el 50% del total de las preferencias, estas son: natación, fútbol, baile, artes marciales mixtas, handball y tenis. El restante 50% se distribuye entre 25 actividades más de diferente tipo. Lo que muestra la gran diversidad de actividades que están dentro de las expectativas de los usuarios.

Si vemos las principales actividades deseadas según el sexo encontramos que hay algunas actividades mencionadas por ambos sexos como natación, artes marciales mixtas, handball y tenis, mientras que otras son solo mencionadas por hombres como la

musculación y el fútbol (con un caso mujer que la prefiere) y otras mencionadas solamente por mujeres, como ser el baile.

Los usuarios con un mayor nivel académico y cultural son los que más están acudiendo a estos centros. Se nota una marcada tendencia hacia el cuidado personal, pero lo más importante es que el factor estético ya no es el principal motivo para acudir a un gimnasio sino el de preservar la salud. Buscan actividades nuevas que les den variedad en el entrenamiento como también resultados rápidos y des estrés. Además pretenden que las actividades sean dirigidas por personal capacitado en el área.

La promoción social de la vida saludable genera un ambiente propicio y eleva el nivel de información con el que cuentan los individuos respecto a las diferentes técnicas y sus beneficios. Esto obliga a los responsables de los gimnasios a estar alerta a los cambios en las preferencias de los consumidores para poder satisfacerlas en un marco de alta competencia comercial y diversificación de los servicios.

Entendemos que una investigación adicional que profundice sobre las motivaciones socio cultural de los individuos que relevamos y la demanda de servicios, especialmente del estrato estudiado de mayor concurrencia a los tipos de gimnasios relevados, podría brindar una contribución del punto de vista de comportamiento sociológico de los individuos como una puerta al estudio de la explotación un mercado potencial.

6. BIBLIOGRAFIA

AMERICAN COLLAGE OF SPORTS MEDICINE. **Manual. ACCM de medicina deportiva**. 2, ed. Barcelona: Paidotribo, 2001. 487p.

AMERICAN COUNCIL ON EXERCISE, **Tendencias en el fitness**, 2014. Disponible en: < http://www.zonacardio.com/sitio/contenidos_mo.php?it=468 >. Acceso en: 07 feb. 2014.

BERICAT, Eduardo. **La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social**. Barcelona, Editorial Ariel.1998

CAIZA, Wilson; GRIJALVA, Pedro; SALAZAR, Pablo. Investigación y propuesta de mejoras de las prácticas de marketing para gimnasios pequeños y medianos. Repositorio Digital **ESPE**, Latacunga, febrero, 2011. Disponible en: <<http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/4627>>. Acceso en: 25 de abr. 2012.

CABAÑAS, Raquel; MARTÍNEZ, Piedad; RIEGO, María. Análisis de la motivación de las mujeres para la práctica de actividades físicas según la edad. Revista Digital **EF Deportes**, Buenos Aires, v10 n.72, mayo 2004. Disponible en: <<http://www.efdeportes.com/efd72/mujeres.htm>>. Acceso en: 06 dic. 2013.

COLADO SÁNCHEZ, J. C. **Fitness en las salas de musculación: La manera más segura y efectiva de mantenerse en forma**. Barcelona: Inde Publicaciones, 2004. 355p

DIAZ OTÁÑEZ, Jorge. **Introducción a la investigación en educación física**. Bs. As. Ediciones Jado, s/f. 131 p.

Más exigencia para rentabilizar la actividad física. **Diario El Observador**, Montevideo, 01.08.2012. Disponible en: <<http://www.elobservador.com.uy/noticia/229319/mas-exigencia-para-rentabilizar-la-actividad-fisica/>>. Acceso en: 05 dic. 2013.

GALDÓN, Omar; GATICA, Patricio; GERONA, Toni; et al. **Manual de Educación Física y Deportes. Técnicas y actividades prácticas.** Barcelona: Océano, 2000.

GARCÍA FERNÁNDEZ, Jerónimo. Usuarios de macro gimnasios privados. IV CONGRESO INTERNACIONAL Y XXV NACIONAL DE EDUCACION FISICA. Revista Digital **EF Deportes**, Buenos Aires, V12 n.118, marzo 2008. Disponible en: <<http://www.uco.es/IVCongresoInternacionalEducacionFisica/congreso/Documentos/001-186-557-009-001.html>>. Acceso en: 8 de abr. 2012.

GARCÍA FERRANDO, M., **Posmodernidad y deporte:** Entre la individualización y la masificación. Encuesta hábitos deportivos de los españoles 2005, alianza editorial. Madrid, 2006. Disponible en: <<http://books.google.com.uy>>. Acceso en: 28 de jun. 2012.

GREGORAT, José. Perfil de las personas que asisten a los gimnasios de la ciudad de Catamarca y su relación con los motivos de práctica de actividades de musculación. Revista Digital **EF Deportes**, Buenos Aires, v12 n.118, marzo 2008. Disponible en: <<http://www.efdeportes.com/efd118/perfil-de-las-personas-que-asisten-a-los-gimnasios.htm>> Acceso en: 28 de jun. 2012.

GUILA, C.; SICILIA, A.; MUYOR, J. M. Y ORTA, A. Cultura posmoderna y perfiles de práctica en los centros deportivos municipales. **Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte** vol. 9 (33) p. 81-95, 2009. Disponible en: <<Http://cdeporte.rediris.es/revista/revista33/artperfiles110.htm>>. Acceso en: 22 de mayo de 2012.

HERNÁNDEZ, Antonio; MORALES, Verónica; FERNÁNDEZ, José Carlos. Evaluación para la determinación de perfiles de usuarios de instalaciones deportivas. **EF Deportes**, v10 n.79, out. 2004. Disponible en: <<http://www.efdeportes.com/efd79/usuario.htm>>. Acceso en: 5 de abr. 2012.

Instituto Nacional De Estadística. **Encuesta nacional sobre hábitos deportivos y actividad física**, 2005. Disponible en: <<http://www.uruguayeduca.edu.uy/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?ID=136568>>. Acceso en: 04 de mar. 2011.

KUHN, Thomas: **La estructura de las Revoluciones Científicas**, Bs. As, Fondo de Cultura Económica, 1988, 319 p.

BATTHYÁNY, Karina; CABRERA Mariana. **Metodología de la investigación en Ciencias Sociales**. Montevideo: Universidad de la República. 2011. 98 p.

LÓPEZ VAQUERO, A.A. Estudio sobre los hábitos deportivos en edades comprendidas entre los 13 y los 25 años en el municipio de Aranjuez (España). **AGON International Journal of Sport Sciences**, v.1, n.1, p. 29-36, 2011. Disponible: en: <http://www.agonjournal.com/5_L%C3%B3pez_Vaquero_29_36_DEFINITIVO.pdf>. Acceso el: 07 de abril 2012.

MARQUEZ, Sara; GARATACHEA, Nuria. **Actividad física y salud**. España: Díaz de santos. 2009.

MARRERO, Adriana. **Formulación y puesta en práctica de diseños de investigación**. Montevideo: Fundación de Cultura Universitaria: Universidad de la República, 1997. 103 p.

Montevideo se actualiza y las nuevas tendencias del fitness ganan adeptos. **Revista Paula**, Montevideo, n. 257 p. 91-98. abril., 2014.

MOSCOSO, D. y MOYANO, E. (Coord.), **Deporte, salud y calidad de vida**. Colección estudios sociales nº 26. Barcelona, España. Fundación la Caixa, 2009. Disponible en: <http://multimedia.lacaixa.es/lacaixa/ondemand/obrasocial/pdf/estudiossociales/vol26_sencer_es.pdf>. Acceso en: 22 de mayo. 2012.

PARLEBAS, Pierre. **Juegos deporte y sociedad. Léxico de praxiología motriz.** Barcelona: Paidotribo, 2001. 502 p

RODRIGUEZ GARCIA. **Ejercicio físico en salas de acondicionamiento muscular. Bases científico- medios para una práctica segura y saludable.** Madrid: Medica panamericana, 2008. 304 p.

RODRÍGUEZ SALMERÓN, José María. **Práctica deportiva y formas de realización.** Análisis de los hábitos deportivos en España. **EF Deportes**, v14 n.141, febrero, 2010. Disponible en: <<http://www.efdeportes.com/efd141/practica-deportiva-y-formas-de-realizacion.htm>>. Acceso en: 04 de mar. 2011.

SABINO, Carlos A. **El proceso de investigación.** 2.ed Buenos aires: Hvmánitas, 1986.

SAUTU, Ruth. **Todo es Teoría: Objetivos y métodos de investigación.** Argentina: Lumiere, 2003. 180 p.

SERRA GRIMA, José Ricardo. **Descripción de ejercicio físico para la salud.** Barcelona: Paidotribo, 2004. 408 p.

THOMAS, Jerry; NELSON, Jack. **Métodos de investigación en actividad física.** España: Paidotribo, 2007. 491 p.

VALDÉS, H; PERALTA, E; ARROYO, M; ESTÉVEZ, M. **Introducción a la investigación científica aplicada a la educación física y el deporte.** 1ed La Habana: Pueblo y Educación, 1991.

VALLES, Miguel S. **Técnicas cualitativas de Investigación Social.** Madrid: Proyecto Editorial, 1997. 429 p.

7. ANEXOS

7.1 ANEXO 1. Cuestionario realizado a usuarios

Se procedió a realizar los cuestionarios de manera individual con cada usuario.

Gimnasio:

Datos del encuestado/a:

1. Edad:
2. Sexo:
3. Composición familiar.....
4. Nivel académico.....
5. Profesión.....
6. Cuántas veces por semana asiste al gimnasio.
 - 1.....
 - 2.....
 - 3.....
 - 4.....
 - 5.....
 - 6.....
7. Horario frecuente de asistencia diaria.
 - Mañana.....
 - Tarde.....
 - Noche.....
8. ¿Cuál es su principal motivación para acudir al gimnasio?
 - Cambiar su figura.....
 - Complemento deportivo.....
 - Mejoramiento de la fuerza para la práctica de algún deporte.....
 - Descargar energías.....
 - Prevención y/o tratamiento de lesiones o enfermedades.....
 - Mejoramiento o mantenimiento del estado físico.....
 - Otro: ¿cuál?.....
9. ¿Qué actividades realiza?.....

10. ¿Qué tiempo pasa en el establecimiento?

- Menos de 60 min.....
- De 60 a 120 minutos.....
- Más de 120 minutos.....

11. ¿De acuerdo a las actividades cual es el tiempo que le dedica a cada una?

- Menos de 30 minutos.....
- De 30 a 60 minutos.....
- Más de 60 minutos.....

12. ¿Le gustaría dedicar más tiempo al gimnasio?

- Si.....
- No.....

13. ¿Cuáles son las razones por las cuales no le dedica más tiempo?

- Trabajo.....
- Estudio.....
- Otros.....
- especifique.....

14. ¿Está conforme con las actividades que realiza?

- Si.....
- No.....

15. ¿Que más le gustaría realizar?

.....
.....

7.2 ANEXO 2. Pautas de las entrevistas realizadas a los informantes calificados

- 1) ¿Ha notado cambios en el mundo del fitness y la musculación?
- 2) ¿Cuales serian las nuevas tendencias?
- 3) ¿En qué periodos del año concurre más gente?
- 4) ¿Cómo ha evolucionado la cantidad de usuarios en los últimos 20 años?
- 5) ¿Ha variado la exigencia de los usuarios en los últimos 20 años?
- 6) ¿Podría describirme que tipos de usuarios concurren a su establecimiento?
- 7) ¿Podría explicarme según su parecer que buscan los distintos tipos de usuarios en el fitness y la musculación?
- 8) ¿Su establecimiento cuenta con información sobre número de usuarios, sexo, edad, etc. que pueda brindar a la investigación? (solo cantidades)
- 9) ¿Cómo se compone la oferta de su establecimiento?
 - ¿Actividades?
 - ¿Aparatos?
 - ¿Tecnologías?
 - ¿Horarios?

7.3 ANEXO 3. Entrevistas

A continuación se exponen los resultados resumidos de las entrevistas realizadas a cuatro informantes calificados, los directores de cada tipo de gimnasio seleccionados para el estudio.

Comenzaremos por el resumen de la entrevista realizada al informante calificado, de un gimnasio barrial.

7.3.1 Informante calificado. Gimnasio barrial, entrevistado (1)

¿Ha notado cambios en el mundo del fitness y la musculación?

Se notan cambios, por parte de entrenar que me dedico que estoy acá con la gente hay más responsabilidad la gente se preocupa más, más allá de lo estético sino por salud creo que la gente ha tomado un poco de conciencia en cuanto a lo que es el cuerpo las nuevas generaciones, las generaciones sectoriales no tanto.

¿Cuales serian las nuevas tendencias?

No sé si pertenece al fitness está muy de moda lo que crossfit por ej. Y la danza tenés zumba que también es un programa está muy de moda.

¿En qué periodos del año concurre más gente?

En diciembre es el mes que concurre más gente la gente se va, arrancan en septiembre octubre como que la gente se viene preparando para el verano la gente se piensa que es en los últimos meses y retoman en marzo abril después abandonan periodo junio- agosto.

¿Cómo ha evolucionado la cantidad de usuarios en los últimos 20 años?

Si lo que viene ahora es diferente tipo de gente viene n muchos chicos adolescentes que antes no era tan común y viene gente más adulta.

Vienen más mujeres ahora que antes no se si va mas en el tema del deporte.

Musculación específicamente musculación eso es lo que más buscan no tanto el baile y la aeróbica, hay mucha gente que no le gusta la aeróbica el step el spinning y prefieren hacer algo más localizado y si no les coinciden los horarios bueno hacen sala.

¿Podría describirme que tipos de usuarios concurren a su establecimiento?

Tenés ya te digo desde adolescentes tanto mujeres como hombres hasta pasadas todas las edades entre 20 y 35 años promedio, estudiantes también ya recibidos superando los 25, 26 años ya están recibidos.

¿Podría explicarme según su parecer que buscan los distintos tipos de usuarios en el fitness y la musculación?

El adulto mayor trabajar hacer algo, mantenerse el adolescente crecer y la mujer glúteos, mucha gente también depende de la edad mantenerse mejorar no le interesa mucho capaz aumentar o crecer sino mantenerse como esta o mejor. Depende de la dieta y de económicamente tiempo y plata para estar definido lograr el objetivo y la conciencia

¿Cómo se compone la oferta de su establecimiento?

Pilates, gimnasia, aeróbica, step, localizada, zumba muay tai, musculación y boxeo lo complementa.

7.3.2 Informante calificado, spa, entrevistado (2)

¿Pregunta número uno, ha notado cambios en el mundo del fitness y de la musculación?

Si muchos ha cambiado el publico vienen más mujeres que antes y mas asiduamente.

¿Pregunta número dos, cuáles serían las nuevas tendencias?

Por el cicling se inclinan mucho mas la gente y también por el taebo y pilates.

¿En qué periodos del año concurre más gente?

Te voy a decir el periodo que no viene la gente que es enero y febrero que es cuando la gente se va de vacaciones.

¿Pregunta número cuatro, como ha evolucionado la cantidad de usuarios en los últimos 20 años?

Aumento en cantidad fue favorable aumento en cantidad día a día.

¿Qué tipo de usuarios concurren?

Hombres mujeres y chicos y las edades entre 60 y 14 años y nivel socioeconómico medio y alto.

¿Podría explicarme según su parecer que buscan los diferentes tipos de usuarios en el fitness y en la musculación?

Tonificar modelar aumentar masa muscular mantenerse saludable y obviamente adelgazar que eso las mujeres siempre.

Si nuestra institución cuenta con información de número de usuarios, sexo, edad, etc., que se puedan brindar a la investigación en cuanto a cantidades, son muchos usuarios más mujeres que hombres.

¿Cómo se compone la oferta de nuestro establecimiento?

El ciclismo y los pilates, el gym tradicional el aherolocal, el taebo steps runnig abdominales y tonificación. Tecnologías, lo último en tecnología Cintas escaladoras elípticas multi gym bicicletas. Con respecto a los horarios, son extensos la sala va de 7 a 22 h los finde de 8 a 20, está ubicado en punta carretas carrasco y ciudad de la costa

7.3.3 Informante calificado, club social, entrevistado (3)

¿Pregunta número uno, ha notado cambios en el mundo del fitness y de la musculación?

En los últimos 15 años en las áreas deportivas además de propiamente dicha la parte de deportes, ha evolucionado sin ningún lugar a dudas en el mundo en sí, el desarrollo del fitness que va de la mano de la musculación. Básicamente, llevan impulsadas tendencias desde Europa y Norte América buscando el atractivo para sumar nuevos adeptos, ya que sea todo lo que sea esfuerzo físico y vida sana hace tiempo que ya dejó de ser solo a través de los deportes específicos.

¿Pregunta número dos, cuáles serían las nuevas tendencias?

Hoy en día, tanto a través del fitness como de la musculación, se van desarrollando nuevos derivados en base a ritmos, bailes y danzas, comienzan como una búsqueda de nuevos atractivos y en base a los adeptos que se van adhiriendo, se comienza a desarrollar llegando a puntos impredecibles que ni siquiera los mismos “fundadores” que no se lo podrían imaginar, tal es el ejemplo del “zumba”, que también que está de moda, como en su momento en algunos países europeos fue toda la experiencia de trabajo de musculación en pesos libres impulsaban los países del bloque

oriental de Europa y que enseguida se empezó a adaptar Norte América y los demás países. Es algo que va a seguir creciendo más hoy en día que ya no se centraliza tanto en los clubes, sino en las academias, gimnasios, salas de musculación y en pequeñas salas de básquetbol, baile, gimnasios adaptados al cross-fit.

¿En qué períodos del año concurre más gente?

La respuesta, evidentemente, teniendo un complejo deportivo que se basa en tres patas simples, y, una accesoria, las patas simples y fuertes son, la piscina, gimnasio y baños de vapor, y una accesoria que es una pequeña sala de musculación. Evidentemente, esa estructura de instalaciones en cuanto al complejo deportivo, tiene gran arraigo en los meses de invierno por las actividades propiamente dichas de esas instalaciones. La piscina cerrada con diferentes actividades de hidro-gimnasia, natación, hidroterapia, y los gimnasios con una pequeña gama de gimnasias, localizada, la parte deportiva con volley-ball y básquetbol principalmente, completada con los baños de vapor y la pequeña sala de musculación para los que gustan. Todo hace que el flujo mayor sea los meses de invierno desde mayo a Agosto, Setiembre.

¿Pregunta número cuatro, como ha evolucionado la cantidad de usuarios en los últimos 20 años?

La evolución ha tenido un incremento, básicamente porque los servicios han cambiado, la atención al usuario ha cambiado, la institución ha tratado de adaptarse a los nuevos tiempos por más que el complejo deportivo sea una pata dentro de la institución. Básicamente, sigue trabajando de la misma manera en cuanto a la gama de servicios que se ofrecen, pero es notorio el avance en cuanto a los socios usuarios del complejo deportivo, especialmente en los últimos diez años. También obedece a los cambios que suceden en la sociedad con respecto a promover la vida sana, incentivar a que la gente haga deporte actividad física etcétera.

¿Ha variado la exigencia en los usuarios en los últimos 20 años?

Obviamente que sí. En los últimos 20 años, hilvanando con la respuesta anterior, ha cambiado a nivel de sociedad las exigencias en cuanto a la vida sana, ejercicio, práctica de deportes, tanto al aire libre como en invierno, lugares cerrados, estimulación de la actividad física en edades tempranas, en tercera edad también, por lo tanto la exigencia de los usuarios también ha cambiado. El usuario tipo de 20 años atrás buscaba un deporte específico en el club, hoy en día ya busca otras cosas, si puede tener el deporte y le gusta y es adepto, ni que hablar pero si busca ya sumar otras actividades sean piscina, sean gimnasio. Lo que no ha perdido es el potenciamiento del ser humano en sí dentro del grupo social, eso se hace a través del club, del gimnasio, la piscina, también tiene que ver con la competencia en cuanto a las instalaciones deportivas, competencia entre los clubes, competencia entre las salas de musculación, los pequeños gimnasios, gimnasios más grandes, el estilo de spa también, eso hace variar la exigencia personal del usuario, ya tiene un abanico de posibilidades que antes se limitaba, hace veinte años atrás solo en los clubes.

¿Podría explicarme según su parecer que buscan los diferentes tipos de usuarios en el fitness y en la Musculación?

El tipo de usuario que nosotros tenemos en nuestra institución, no es el usuario que busca el servicio de fitness o la actividad fitness, ya viene buscando puntualmente un servicio, una actividad en piscina, de natación, de hidro-gimnasia, ya sea de hidro-terapia, y en la parte de musculación, va mas por la parte de aeróbico, y complementar con una pequeña rutina. Son muy pocos los usuarios, ya lo hemos monitoreado, estamos al tanto de las cifras, hoy en día, la parte de fitness y musculación es más accesoria, en comparación con las otras actividades, que son básicas y es el fuerte de la institución.

¿Podría describir que tipo de usuarios concurren a su establecimiento?

Evidentemente concurren usuarios asociados a la institución, de diferentes edades, pero el fuerte, es de los 40 años en adelante, en base a eso, también participa activamente el núcleo familiar, también participan los niños, los adolescentes, se integra la mujer en diferentes etapas, en diferentes actividades, pero básicamente nuestra faja etaria, y el tipo de usuario que tenemos es adulto de 40 años en adelante.

¿La institución cuenta con información de número de usuarios, sexo, edad, etc. que se puedan brindar a la investigación en cuanto a cantidades?

Si obviamente. Es un institución con alrededor de 10 mil socios, dentro de todas sus actividades que incluye biblioteca, asesoría jurídica, parque social, toda la parte de complejo deportivo, todo lo que es propiamente la parte de protección a los choferes, que es lo que históricamente se ha basado la institución, pero evidentemente toda esa información que nosotros tenemos en nuestro back up es privada y lamentablemente no podemos proporcionarla.

¿Cómo se compone la oferta de nuestro establecimiento?

En cuanto a actividades, son variadas, dependen de la instalación. En el caso de piscina tenemos actividades de enseñanza de natación para niños y para adultos y tenemos grupos de adolescentes. Tenemos distintos horarios para clases de hidrogimnasia, tenemos servicio de hidro-terapia por más que es tercerizada, también ofrecemos los convenios deportivos con instituciones educativas, ni que hablar lo que es colonia de vacaciones, donde se busca un apoyo con fin social, están hechas para la gente trabajadora, la parte de aparatos tenemos una pequeña sala que cuenta con algunos aparatos básicos, a futuro se podría ampliar, pero va de la mano de la exigencia de nuestros socios hoy y las exigencias de los socios apuntan hacia otro lugar. En cuanto a tecnología tratamos de estar a punto con las tecnologías, sea de la parte de pureza del agua de la piscina, sea de un buen servicio en el vestuario con respecto a las duchas, un buen servicio sanitario, la parte de aparatos, se busca tener tecnologías, por más que no sean de las últimas que tampoco sean prehistóricas, hay que trabajar un poco más en la parte de materiales propiamente dicho para las clases, y después en toda la parte administrativa de la institución, también se trabaja con tecnología de calidad y se apunta a una mejora constante en el trato social.

Con respecto a los horarios, hay diferentes fajas de horarios apuntando a los asociados, tanto matutino, vespertino y nocturno en todas las instalaciones, y obviamente estamos abiertos a propuestas nuevas pero ese crecimiento será paulatino, y evidentemente nuestros horarios, son de 7:30 am a 22:00 hrs.

7.3.4 Informante calificado, gimnasio especializado entrevistado (4)

¿Ha notado cambios en el mundo del fitness y de la musculación?

Totalmente. No hay que irse muchos años hacia atrás, para tomar en cuenta los grandes cambios que había. Este club tiene muchos años, entonces, pasando el centenario lejos entonces no estaba... si bien estaba bien visto hacer deporte, no estaba bien visto el fisicoculturismo. Era para cierto grupo de gente el boxeo, era una de las partes más importantes, después bajó, bajó, bajó, bajó mucho, y durante décadas no se dio esa importancia, hasta que empezaron las competencias, y ahí nuevamente subió el tema de la parte de pesas. Estoy hablando mucho de la parte competitiva. La parte recreativa, o la que gente se está preocupando más por su físico, ya tiene mucho menos en el tiempo y te puedo hablar de 15 o 20 años que la gente tomo conciencia que el deporte es fundamental para la vida.

¿Cuál sería las nuevas tendencias?

Las nuevas tendencias aparecen todo el tiempo con viejos trucos. Los profesores usamos viejos trucos, tratamos de variar, entonces, bueno, si uno va a hacer un ejercicio de bíceps y tiene 5 maneras de hacerlo, yo creo que el secreto está en usar las cinco maneras para que ese día que toca trabajar ese musculo, no siempre se haga siempre de la exactamente de la misma manera, y entonces, a raíz de eso no se haga tanto monótono el entrenamiento y se pueda trabajar de una manera más ordenada, o sea, se ha ido globalizando como todo también. Antes era todo un secreto tener una alimentación, un ejercicio. Hoy por hoy, es solamente googlear y ver el ejercicio que necesitas, ó, hay todo tipo de gente que escribe, entonces hay de todo tipo de versiones, y bueno, siempre conviene que un profesional lo lea y comente de que está haciendo.

¿Ha notado que la gente está más informada?

Esta más informada, se le mezcla mucho la información, quiere resultados rápidos, vivimos en un mundo muy rápido a pesar de que los años de vida han aumentado, pero bueno, se vive más rápido, y lo que quiere la gente habitualmente son

resultados rápidos. Esta el típico veterano que viene porque le dieron todos los análisis mal y bueno y en 15 días quiere ponerse en forma o que los resultados de colesterol y demás le dé bárbaro cuando durante 40 años le dieron mal, sin embargo se logran esas cosas, porque? dando pequeños pasos en la alimentación y siempre basado en el deporte; Pero ha cambiado del punto de vista ese y del punto de vista del orden competitivo, se terminó el jugar al futbol haciendo moñas, como decían los veteranos de antes, ahora, todos tienen que tener una pre temporada, todos necesitan de un preparador físico, todos necesitan llegar a los 90 minutos hablando del futbol de manera entera. Ni que hablar los físicos del basquetbol, los físicos eran personas gigantes, sobre para todo para este país, que tenían los músculos alargados, y hoy por hoy tenemos todo un sistema de musculación para los basquetbolistas, es más, antes no existían en las canchas de basquetbol, salas de musculación, y hoy es un elemento común y necesario que lo usan desde las formativas hasta los primeros.

¿Qué porcentaje de la gente que acude al gimnasio, cuantos están interesados en la competición y cuantos están interesados en un fin estético, personal o recreacional?

Cada vez noto más que la competencia como todo, trae stress y la gente viene a los gimnasios huyendo del stress. Si bien hay mucha gente que es muy competitiva, y, una vez que se entusiasma a hacer algo en especial, un deporte en especial, después ya le agarra el gusto y compite, no es a lo que viene originalmente. Originalmente, creo que el 85% de la gente viene acá a des-estresarse y tratar de pasarla bien y divertirse es totalmente recreativo. Después esta un par de escalones más arriba, los que tienen cierta conducta, para hacer algo más estético, y luego esta muchos escalones más arriba, la gente que entrena profesionalmente que cada vez, son menos.

¿Cómo ha evolucionado la cantidad de usuarios en los últimos 20 años?

En este club en particular, ha bajado pero es muy sencillo. Este era el club de excelencia en pesas y era el único que tenía los elementos tan completos. Los demás clubes tenían arreglos parciales con este club entonces mandaba sus deportistas a hacer fierros, justamente, acá. Hoy por hoy, todos los clubes tienen dinero como para montar aunque sea una pequeña sala de aparatos aunque sea para brindarle a sus deportistas y

no olvidemos que, la cantidad de clubes barriales que hay chiquitos, cortitos, para gente que busca algo localizado. Siempre se habló, es histórico que la gente empieza a moverse en octubre y ya en enero se frenó, esa es la zafra para decirlo de alguna manera de los clubes en general. Acá, en este club tan grande que es un viejo dinosaurio uruguayo, bajó y creo que una de las razones es esa.

¿Ha variado la exigencia de los usuarios en los últimos 20 años?

Si, si. Creo que ahora tienen mucho más claro que, todo, lo que quieren con su físico, lo que quieren hacer, y sobre todo digo, se han vencido mitos y cosas que son sumamente graciosas, nos reímos a diario de esas cosas. Digo es totalmente es contra productivo, digo la gente ya viene informada, sabe lo que quiere, sabe lo que quiere de salud, y bueno ya te digo muchos, la gran mayoría, después, se enganchan. Lo que es necesario de cada profesor es prestar la necesaria atención que cada uno de los socios necesita. Sé que es difícil, atender a cada uno, pero cada uno es diferente, tiene un cuerpo diferente, y más allá de los ejercicios, hay que también tener un buen trato con el socio para que todo eso que se hace físicamente también sea bien recibido mentalmente, es decir, ese des-estrés que te hablaba antes, realmente se produzca, porque si estas estresado y yo te mando a hacer 400 lagartijas, digo, me vas a estar relajando por 399, y no estoy logrando el objetivo tuyo. Ahora la gente ya te dice, bueno, vengo para acá pero quiero esto y no me quiero ir de esta línea y no me quiero ir para la otra.

¿Puede decirme que tipo de usuario concurre a este establecimiento?

Entrenamiento, recreacional, hay diferentes disciplinas y cada una de las disciplinas las puedes tomar de diferente manera. Acá lo que estamos ofreciendo hoy por hoy, es boxeo, hay mucho basquetbol, estamos pasando por un uno de los mejores momentos del basquetbol en este club.

¿Cuánta es la gente que viene a hacer basquetbol en este momento?

Y mira, tendríamos que dividirlo en tres grupos, dentro de la escuelita mía, ahí ya tengo dos o tres grupos bien definidos, y estamos hablando arriba de unas veinte veinticinco. Después, tenemos un grupo un poco más, yo lo llamo sénior, que son un poquito más veteranos, que se hace?, los muchachos que tienen entre 30 40 y 20 años, juegan apoyando a eso, juegan en una clase a aparte, y más o menos también contamos con unas 14 16 20 personas. Ese sería otro grupo que funciona en otro horario. Y martes y jueves también digamos que son los muchachos que han salido de mis escuela que se están preparando para entrar a otros clubes o que posteriormente que entren a otros clubes, vienen y hacen pre temporada conmigo, eso pasa muy a menudo y bueno ahí, si estamos hablando de 30 personas que se mueven pero no siempre en bloque, siempre hay unas 12 14 16 dependiendo del equipo dependiendo de lo que le manden hacer y muchos vienen de forma recreativa porque acá se juntaron a los 8 años y hoy por hoy tienen 20 y pico y siguen siendo amigos antes que todo.

¿Podría explicarme según su parecer que buscan los distintos tipos de usuarios en el fitness y la musculación?

En la musculación, se busca muchísimo la parte estética, pero sobre todo lo que se busca es sentirse un poco más fuerte. Y esto es una teoría muy mía. Hoy que vivimos en un mundo muy violento, y lo que te dan las pesas o lo que te dan los fierros directamente, es, aparte de que uno consigue volumen y resultados ni que hablar, creo que te da seguridad a vos mismo, al mismo socio, entonces ya no se ve como una persona tan vulnerable en la calle, sino que se ve una persona un poco potenciada por un entrenamiento. Si tenés que correr a alguien, si tenés que correr por tu vida o por si tenés que enfrentar a alguien, acá también lo omití antes hay también clase de karate, entonces la gente va hacia ese lado y sentirse un poquito mejor. Obviamente siempre se inicia así, yo creo todos los deportes se inician así, y también hay muchos que se enganchan de tal manera que terminan siendo profesionales.

¿Su establecimiento cuenta con información sobre el número de usuarios? un número aproximado.

Mira no cuento con la parte administrativa es la que cuenta con todo. Cantidades no te puedo dar pero sí que si te puedo dar es que hay una gran mayoría de público masculino y mayor y una minoría de chicas que muchas trabajan en fitness con el profesor julio cejas. Después hay niñas que trabajan con otro profesor que hacen gimnasia olímpica.

¿Cómo se compone la oferta del establecimiento? Actividades por ejemplo

Ahí va, las actividades básicas obviamente por todo lo que hablamos siempre fue y es lo que está destinado la mayor parte del espacio incluso, el espacio físico, a la parte de fierros o se maquinas todo, pero también se ofrece karate para niños, hay boxeo para niños y adultos y tenemos clase de futbol y gimnasia todos los días, y por supuesto que basquetbol también. Además, el gimnasio, para ser un gimnasio social, o sea no de alta competencia, es un gimnasio que está en buenas condiciones y es alquilado o muchas veces para diferentes eventos, de hecho.

Al gimnasio, me refiero, a esta parte, esta cancha de basquetbol digamos que es un poco más chica, tiene las dimensiones de una de voleibol pero más grande pero acá si ves en el piso incluso las marcas o por donde se agarran la parte del ring, entonces cuando hay demostraciones y cosas de boxeo, se hacen acá también. Digo, también veras que hay telas, hay chicas que trabajan con telas los fines de semana, y, hubo y ahora en estos momento está volviendo un equipo que va a representar al club en voleibol femenino, las dos veces fue femenino.

-Me gustaría, hacer una parte apartada de esto, con respecto a los aparatos de la sala de musculación, he notado que hay aparatos bastante antiguos o con un sistema que no hay en otro lugar. Me gustaría que me comenten algo de eso.

Bueno, mira, es gracioso hasta en algunas cosas hasta en anécdotas, porque uno pasa el tiempo sin venir acá, como me ocurrió a mí que me mandaban de un club, me mandaban de chico a hacerlo, después volví por las mías y me encontré con que estaban los mismos aparatos, es verdad. No es un club donde uno vaya a ver aparatos, primero que nada aparatos. Aparatos modernos en una minoría, una obviamente menor, ero, lo que si hay es mucho fierro, es un club herrero así lo llamo, pero viste que los fierros son a temporales, no hay nada que los rompa, no hay nada que nada, la gente como que se ha acostumbrado y la gente que viene acá trabaja con ese tipo de pesas. Se

ha tratado, se ha tratado de modernizarlo de acuerdo a los recursos que tiene el club, pero si tomamos en cuenta lo que hablamos antes, la cantidad de socios viene en bajada, las circunstancias del club a veces tiene que afrontar, a veces se nos quedan un poco para atrás ciertas áreas, hoy por hoy, quizás con las pesas pase eso. No porque, no se puede hacer un ejercicio, no al revés, hay tanta variedad que uno no sabe para dónde agarrar, pero si se nota, el paso de tiempo en muchas de ellas, quizás un poquito de mantenimiento. Creo que, por ahí faltaría, sería lo que nos tiene un poco en el debe con el socio en tratar que bueno de que este en mejores condiciones. De todos modos, todos están rigurosamente vigiladas de alguna manera y tomando en cuenta siempre que no vaya a pasar nada, o sea en el sentido de que no haya una maquina en malas condiciones, que no se te caiga arriba, eso obviamente que no.

-Funcionalmente vi que estaba correctos, lo que me llamo la atención, es el sistema de muchas, que nunca lo había visto y me intereso saber desde cuando están, desde que fecha algunas más que nada las que están hechas con sistema de polea colgadas del techo con una cuerda. Y se cuelgan las pesas como una balanza, no sé si son antiguas, no sé.

Son antiguas, algunas son salientes de emergencia, paso la emergencia y se siguió y tienen muchos años. También lo que tenés, lo que de repente tenés en un club, dos poleas, yo que se tenés por ahí, 6 o 7 lo que pasa es que es tan grande el lugar físico que tenés que entrar a buscar a una persona que no conoce, como que necesita de nosotros para por lo menos guiarlo por mas conocimiento que tenga de las pesas por lo menos para guiarlo. En la entrada nomas en la izquierda, el primer juego de pesas, que se uso en este club y bueno, imagínate que las barras eran de madera, y, los pesos eran de forma de bola. Hoy por hoy, la gente joven lo ve como un dibujito desanimado, porque ya no existen. Eso obviamente no está en actividad, está en exposición, pero si hay cosas que están abajo en la parte de pesas, que sigan siendo de esa época o un poquito más moderna, que se han arreglado y que se siguen usando. Entonces hay algunas máquinas o algunas trancas, o ese tipo de cosas que son bastante añejas.

¿Actualmente hay algún alumno que se esté preparando para alguna competencia amateur en el tema de musculación?

Si, acá hubo un equipo muy fuerte, que siempre recibió el ex competidor y ahora entrenador y director técnico del club que es julio cejas, y ha todo un espacio, solo para los que compiten. Hoy por hoy, lo último que se logró en categoría, fue en categoría juveniles en fisicoculturismo, que si bien no sé si compitió por el club pero si entreno acá, que también obtuvo muy buen puntaje en el área fitness. Eso fue el año pasado, ahora está en toda la etapa que comienzan todo de vuelta y después hay una serie de categorías que maneja que maneja julio y es le quine les da el visto bueno o les aconseja donde presentarse, con que kilaje, como la modalidad, y todo de acuerdo con el entrenamiento que se esté haciendo ese momento y que la persona quiera obviamente competir.

7.4 ANEXO 4. Relevamiento de prensa

7.4.1 Resumen del artículo Diario el Observador

Según el diario el Observador (2014) ante la demanda de sus socios, los gimnasios apuestan a mejores maquinarias y un personal cada vez más calificado según el propietario del gimnasio One, Joao Brizola. Pretenden que los equipos que se le ofrecen sean “de marca”.

El producto estrella es el caminador según el director de New Fitness. Además de los equipos, los consumidores se fijan cada vez más en quién está al frente de una clase o supervisando sus ejercicios en la sala de musculación.

7.4.2 Resumen del artículo Diario el país, revista Paula

Según la Revista de diario el País Paula (2014) esta revista informa que Montevideo se actualiza y gana adeptos en el fitness.

Las acrobacias en barras, llamados poleport, coreopole y acropole, son combinaciones entre baile y acrobacias.

También tenemos las botitas kangoo que amortiguan el impacto. Por lo general se realiza en grupo para salir a correr.

Crosfit que es básicamente acondicionamiento integral, mas trabajo en equipo.

Cintas de suspensión, sirve para realizar trabajos de posturales, des estresantes y también pueden ser al aire libre.

Zumba es un baile sencillo que no genera estrés sino que cada uno lo realiza como le salga.