



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Análisis del perfil de los usuarios mayores de edad del Centro Deportivo J10 de Huesca.

Analysis of the profile of the users of the J10 Sport Center in Huesca.

Autor

PABLO BERLANGA MARTÍN

Directora

MARTA RAPÚN LÓPEZ

Facultad de Ciencias de la Salud y del Deporte / Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte
2018

ÍNDICE

	<u>Página</u>
Agradecimientos.....	2
Resumen.....	3
Abstract.....	4
1.- Introducción.....	5
2.- Marco teórico	
2.1.- Orígenes de la corriente del fitness.....	7
2.2.- Sector del fitness en España.....	9
2.3.- Preferencias del cliente del sector del fitness en España.....	10
3.- Objetivos	13
4.- Material y métodos	
2.1.- Muestra.....	14
2.2.- Instrumento.....	14
2.3.- Proceso de recogida de información.....	14
5.- Análisis Estadístico.....	15
6.- Resultados.....	16
7.- Discusión.....	34
8.- Conclusiones.....	40
9.- Bibliografía.....	42
10.- Anexos:	
10.1.- Anexo I: Actividades ofertadas por el Centro Deportivo J10.....	46
10.2.- Anexo II: Horario actividades en el Centro Deportivo J10.....	47
10.3.- Anexo III: Servicios ofrecidos por el Centro Deportivo J10.....	48
10.4.- Anexo IV: Cuotas establecidas en el Centro Deportivo J10.....	49
10.6.- Anexo V: Cuestionario.....	50

AGRADECIMIENTOS

Agradecer en primer lugar a mi tutora del Trabajo Final de Grado, Marta Rapún López, por su apoyo, colaboración e interés puesto en el proyecto, sin sus aportaciones, experiencia y sin su seguimiento habría sido mucho más difícil.

También dar las gracias a cada una de las personas implicadas en la colaboración del estudio, a todos los usuarios del Centro Deportivo por el tiempo que han dedicado en contestar a mi encuesta sin su participación los resultados del trabajo serían inexistentes.

Hacer mención especial a Andrea Homs, por su colaboración en el estudio, dejando pasar los cuestionarios en el Centro Deportivo que ella coordina y regula.

Para finalizar este apartado, me gustaría agradecer a los compañeros que he tenido en el Centro Deportivo J10, los cuales me han ayudado a pasar los cuestionarios a los usuarios que tenían en sus clases, por lo que así he podido lograr una muestra mayor de personas que han respondido a mi cuestionario.

RESUMEN

En la actualidad, el sector del fitness ha adquirido mucha demanda por parte de la sociedad, cada vez son más las personas que deciden ocupar su tiempo libre con la actividad física, asimismo existe en este sector una salida profesional para nosotros los graduados en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte.

Por lo comentado anteriormente, este sector se ha transformado en una parte importante de la economía española, donde se ofrecen servicios muy diversos con distintos objetivos para los diferentes perfiles de usuario que se pueden dar.

La finalidad de este estudio es analizar el perfil de la población que asiste al Centro Deportivo J10, para conocer cuáles son las actividades más demandadas y las motivaciones, los gustos, y los hábitos deportivos de sus usuarios.

El estudio se ha llevado a cabo en el Centro Deportivo J10 de la ciudad de Huesca, obteniendo una muestra de 173 personas, todas ellas superando la mayoría de edad.

Con los resultados obtenidos podemos observar que la asistencia es similar en ambos sexos, siendo ligeramente superior la afluencia del género femenino. Los menores de 35 años son aquellos que más asisten al centro. La calidad de las instalaciones y el buen trato del personal del centro son las principales razones por las cuales los usuarios se han decantado por este centro. La principal motivación que les incita a la práctica de actividad física es el hecho de seguir unos hábitos de vida saludables. El horario más demandado es a partir de las 20:00. La mayoría de los usuarios acuden al centro en solitario, 4 días a la semana de forma regular, independientemente de la época del año, llevando a cabo un entrenamiento con una duración de entre 1 y 2 horas. Estos entrenamientos son planificados en su gran mayoría por los monitores/as del centro.

Las actividades cardiovasculares y de tonificación son las más solicitadas, aunque algunos abonados se decantan por aquellas donde la motivación del monitor es importante.

ABSTRACT

Nowadays, the fitness sector has acquired a lot of demand in society, more and more people are choosing to spend their free time with physical activity, and there is also a professional degree for us graduates in Science Physical Activity and Sports.

As it is mentioned above, this sector has become an important part of the Spanish economy, where very diverse services are offered with different objectives for the different user profiles that can be given.

The purpose of this study is to analyze the profile of the population attending the J10 Sports Center, to know what are the most demanded activities and the motivations, tastes, and sports habits of its users.

The study was carried out at the J10 Sports Center in the city of Huesca, obtaining a sample of 173 people, all of them exceeding the age of majority.

With the results obtained we can observe that the attendance is similar in both sexes, being slightly higher the affluence of the feminine gender. Those under 35 are those who most attend the center. The quality of the facilities and the good treatment of the staff of the center are the main reasons why users have opted for this center. The main motivation that encourages them to practice physical activity is the fact of following healthy habits. The most requested time is from 20:00. Most users attend the center alone, with a frequency of 4 days a week and during all the seasons. This attendance carries out approximately 1 and 2 hours of training. This is mostly planned by the monitors of the center.

Cardiovascular and toning activities are the most requested, although some members choose those where the motivation of the monitor is high.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas ha aumentado el interés de las personas por el movimiento corporal y ha crecido su preocupación por el aspecto físico, por lo que se ha generado una gran demanda de los servicios relacionados con el fitness (Ortiz, 2014).

Todo ello ha llevado a la creación de nuevas empresas para satisfacer las necesidades de la población. Esta demanda ha surgido por la concepción que tienen las personas del culto al cuerpo y la forma de vivir. Por lo que los centros deportivos son visitados diariamente para practicar actividad física y suponen una desconexión de la rutina, donde pueden ejercitarse y adquirir una buena forma física e imagen corporal (Ortiz, 2014).

La mayoría de los nuevos centros deportivos intentan ofrecer el máximo número de servicios, para poder abarcar al mayor número posible de usuarios y así poder ganar más dinero. Por ello, ofrecen servicios de cuidados de la imagen (servicios de tratamientos para la piel, cosméticos, rayos uva, etc...), a su vez también ofrecen servicios de bienestar y relajación, actividades para tonificar el cuerpo, como actividades dirigidas y entrenamientos en la sala. Estos servicios no son fruto del azar, sino que están muy pensados y consensuados entre la dirección de los centros (Ortiz, 2014).

Por otro lado señalar que los Ayuntamientos, son la administración pública más cercana al ciudadano y asumen importantes competencias en materia de salud pública. Estas competencias son canalizadas principalmente, a través de dos concejalías: la concejalía de sanidad y la concejalía de deporte. Algunas de las competencias que asumen son: la salud de la población, realizar programas de salud que reviertan en la sociedad, mejorar las condiciones y la calidad de vida de la ciudadanía en general, fomentar y promocionar la práctica de actividad física saludable entre otras (Arufe; García; Rodrigues, 2012).

Por todo lo argumentado anteriormente, los centros deportivos deben estudiar y adaptarse a lo que la sociedad actual requiere y demanda, para ser capaces de adaptarse a todos los usuarios, atendiendo a las diferentes variables socioeconómicas.

Las personas más preparadas para trabajar en estos centros y contribuir a la práctica de actividad física saludable son, por sus conocimientos y formación, los licenciados/graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. Por otro

lado, el sector del fitness supone una salida laboral para dichos profesionales. Pero en la actualidad nos encontramos con un problema enorme, que no es otro que el intrusismo laboral que afecta al campo del fitness. Tal y como define Serrano (1997), el intrusismo laboral es “ejercer actos propios de una profesión sin poseer el correspondiente título académico expedido o reconocido en España de acuerdo a la legislación vigente”. Es una lacra que afecta sobre todo a las titulaciones más recientes como son las deportivas, que carecen de una regulación legal y un reconocimiento de la competencia profesional (Martín, 2012).

Para hacer frente a esta situación y denunciarla al Consejo General De Colegios Profesionales De La Educación física y del Deporte (COLEF) ha creado una campaña “por tu salud y seguridad” con la que pretende sensibilizar a los usuarios de las actividades deportivas que sin una correcta orientación en este ámbito, que conlleva a la realización de un ejercicio incorrecto repetidamente puede poner en riesgo su salud, siendo incluso hasta más peligroso que el sedentarismo, ya que puede causarle lesiones en su cuerpo muy graves. (Martín, 2012).

MARCO TEÓRICO

Orígenes de la corriente del fitness:

El fitness es un fenómeno social que nació en California durante los años 30, donde la población se reunía para llevar a cabo construcciones y acrobacias con un fin recreativo. Un poco más adelante, estos mismos grupos comenzaron a levantar pesos con el objetivo de obtener una ganancia de fuerza, la cual era necesaria para las acrobacias que llevaban a cabo. (García, 2011).

De un modo paralelo, en los años 30 en el sur de Santa Mónica (Los Ángeles) nace el Muscle Beach como táctica del gobierno estadounidense para tratar de recuperarse de la depresión económica de 1929 (Rhodes, 2005). Muscle Beach fue la primera instalación más próxima a lo que hoy en día conocemos como fitness. Años más tarde, en 1958 este centro se trasladó a Venice Beach.

A partir de ahí, comienzan a surgir los primeros centros de fitness, los cuales solo disponían de sala de fitness como la conocemos actualmente, sin disponer de un espacio para las actividades dirigidas (García, 2011).

Conforme avanzaba la década siguiente, la actividad física siguió en auge en la población estadounidense, llegando a otros públicos que no habían estado en contacto con el ejercicio físico como las mujeres o las personas mayores (Park, 2007).

En la segunda mitad del siglo XX, la corriente del fitness adquiere un nuevo rumbo hacia la salud, junto con el ya adquirido fin recreativo gracias en parte a la consolidación de la industria estadounidense que repercute en una sociedad más acomodada y saludable (Park, 2007).

Uno de los principales factores que favorecieron este hecho fue la publicación de los primeros estudios en revistas de medicina que relacionaban la práctica de actividad física con la reducción de la mortalidad y morbilidad. También surgieron diversos estudios que mostraban el bajo nivel de fitness muscular de los adolescentes norteamericanos frente al de los europeos, que potenciaron la creación de diferentes asociaciones con la finalidad de mejorar la condición física de dichos jóvenes. Surgen así programas de promoción de actividad física, diversos congresos y reuniones de expertos interesados en la actividad física y la salud (García, 2011).

Según Reverter y Barbany (2007), en la década de los 90, los gimnasios tienen una expansión sin precedentes, y debido al alto número empieza a surgir la competitividad entre ellos. Así, tanto instalaciones como oferta de actividades copian modelos importados de países europeos, principalmente anglosajones, pasándose a realizar actividades como aeróbic, step o bodypump. Es entonces cuando se crea una diferencia entre gimnasios de estilo o corte tradicional y otro tipo de gimnasios modernos y principalmente respaldados por multinacionales en España. Estos últimos se autodenominan centros de fitness o fitness center. Atendiendo a esta diferencia, un gimnasio hace referencia al fortalecimiento y flexibilidad del cuerpo, mediante la práctica de determinados ejercicios, mientras que en un centro de fitness se incluyen aspectos como bienestar emocional, educación sanitaria, dietética, en suma, un estilo de vida concreto que surge de la preocupación del ser humano por el cuerpo, la dieta saludable, la vida sana, la salud y la juventud.

Por lo que las opciones y oportunidades para realizar actividad física y tener un estilo de vida activo aumentan, pero al mismo tiempo también surgen nuevos estilos de vida más sedentarios llevando a España a tener porcentajes de obesidad preocupantes (Dosal, 2002). Para contrarrestar estos estilos de vida, surgen planes de promoción de actividad física con el objetivo de prevenir y reducir la obesidad en Europa y como sucedió en Estados Unidos, abriendo una puerta al éxito del fitness en Europa (García, 2011).

A finales del siglo XX y principios del siglo XXI, para dar respuesta al gran interés de la sociedad surgen dentro del fitness los centros fitness&wellness que son espacios dedicados a la actividad física y a la salud (Iborra, 2004). Estos cuentan en sus instalaciones con una zona de spa, además de ello también cuentan con horarios amplios.

Estos nuevos centros parten de la idea que tienen las personas de cuidar su cuerpo y a su vez de prepararse espiritualmente, lo que para ello tiene que atender a todas sus dimensiones físicas y mentales, visibles y no visibles, exteriores e interiores. El objetivo principal que lleva al cliente en la actualidad a utilizar un cierto producto o servicio es su equilibrio psicofísico (Ortiz, 2014).

Sector del fitness en España:

La situación de la industria del fitness en España no ha sido muy estudiada, gran parte de los estudios realizados sobre este sector, han sido estudios de mercado (Lagrosen y Lagrosen, 2007).

El sector del fitness es un campo en constante cambio, renovación y evolución. Durante los años 60 y 70 predominaban en este ámbito los entrenamientos con peso libre, atrás quedaron los gimnasios familiares y las pequeñas cadenas de gimnasios de los años 80, los cuales se caracterizaron por las actividades aeróbicas y los años 90 fueron protagonizados por los equipamientos (cintas estáticas, máquinas de musculación) (De la Cámara, 2015).

Durante los 90 también surge una gran variedad de formas de realizar ejercicio debido a la necesidad de los clubes de motivar a sus clientes (García, 2011).

Estos gimnasios contaban con unas instalaciones reducidas y una maquinaria hasta el momento poco sofisticada y funcional. Actualmente los gimnasios o centros de fitness han evolucionado hacia centros que cuentan con una gran superficie así como una maquinaria y tecnología vanguardista. Como anteriormente se ha comentado, la actividad y uso de las salas tradicionales de peso libre (actividad principal en aquellos años) se han visto relegadas a un segundo plano en la dinámica de los gimnasios actuales, donde las actividades y/o clases colectivas se han convertido en un pilar fundamental, elemento diferenciador y atracción de usuarios (De la Cámara, 2015).

La tendencia de los centros de fitness desde finales de los años 90, fue la de crear centros multiservicio, es decir, además de ofrecer los servicios tradicionales de un gimnasio, estos apostaron por ofrecer un valor añadido en forma de mayor número de clases colectivas y servicios como cafetería/restaurante, peluquería, masaje/fisioterapia, servicio de nutrición o guardería. Además, el foco se centró en conseguir involucrar al usuario como parte del centro y de sus actividades, fomentando las relaciones sociales (Dorado, 2006); fiestas y actividades temáticas, turismo activo, competiciones, todo ellos impulsado por la ayuda de las nuevas tecnologías y su uso, difusión y repercusión de las redes sociales.

A partir de 2009, aparecen en el sector unos nuevos centros denominados gimnasios low-cost y que modificarían la tendencia y la evolución del sector. La crisis económica española ha favorecido que este tipo de centros aumente de forma

exponencial en los últimos años y que incluso modificasen la forma de proceder y las estrategias comerciales del sector del fitness (De la Cámara, 2015).

Desde el año 2013, ha irrumpido un nuevo modelo de negocio y de entrenamiento físico que de nuevo está marcando una nueva tendencia y que está modificando el sector. Se trata de estudios o centros de entrenamiento personal donde se utiliza la electroestimulación muscular integral (whole body electromyostimulation) como medio para el entrenamiento físico del usuario. La expansión de estos centros está siendo viral y comienzan a verse reajustes, adaptaciones y modificaciones en el sector como consecuencia de estas aperturas. Tanto los gimnasios low-cost como los centros de electroestimulación integral pueden aportar pros y contras al sector del fitness (De la Cámara, 2015).

Preferencias del cliente del sector fitness en España:

Se han realizado estudios de mercado por diferentes asociaciones para establecer los diferentes perfiles de personas que solicitan los servicios de este sector, ya sea para ocupar su tiempo libre o para otros motivos, una pieza clave para que estos clientes sigan en los centros es tener una estabilidad en la calidad del producto y servicio ofrecido (Sánchez, 2011).

La pieza clave comentada anteriormente es la fidelización, un elemento fundamental para que los clientes sigan queriendo disfrutar de los servicios prestados por el centro deportivo, los cuales aportan beneficios al mismo. Existen recomendaciones realizadas por el centro deportivo que proponen mantener o mejorar la fidelización (Gallardo & Peñas, 2014):

1. Proporcionar a nuestros clientes información periódica sobre sus progresos y resultados.
2. Mejorar la percepción que tienen los clientes de la relación calidad/precio.
3. Implantar un buen programa de sugerencias, quejas y reclamaciones.
4. Tratar la falta de tiempo.
5. Formar al personal, ya que son las personas que trabajan en el centro deportivo y añaden valor a este.
6. Diseñar cada actividad pensando en cómo puede mejorar la experiencia del cliente.

7. Elegir los factores diferenciadores de nuestro centro deportivo y venderlos como ventajas para nuestros clientes.
8. Utilizar indicadores de percepción de fuga de nuestros clientes.

Todas estas recomendaciones pueden ser utilizadas para conseguir una mayor fidelización con los clientes del ámbito del fitness, un estudio de mercado realizado en nuestro país en el año 2015 indica aspectos fundamentales y preferencias que tiene dichos usuarios de los centros. El cual refleja que en la actualidad el 80% de los usuarios que acuden a los centros tiene una edad entre 25 y 44 años, el programa de entrenamiento que ellos prefieren es el entrenamiento en grupo y más de la mitad prefieren realizar los ejercicios mediante clases (Life Fitness Iberia, 2017).

La principal motivación que lleva a una persona a apuntarse a un centro de fitness es que haya una relación entre la calidad de las instalaciones y el trato personal de los trabajadores del centro junto con el precio de la cuota. El principal motivo de baja de los centros es la falta de tiempo que tienen las personas, ya sea debido al trabajo, motivos personales, etc.... (Life Fitness Iberia, 2017).

Es una realidad que la tecnología está más presente en la sociedad y en todos los públicos, en la actualidad cualquier persona posee un smartwatch con tarifa a internet, también usan reproductores mp3 para escuchar música mientras realizan actividad física.

En la actualidad los tipos de entrenamiento han variado respecto a años anteriores, puede ser como consecuencia del ritmo de vida tan elevado que conlleva la vida moderna, y por ello se dispone de menos tiempo para practicar actividad física; debido a lo comentado, los usuarios de los centros deportivos se decantan por entrenamientos de menor duración pero de mayor intensidad. Las actividades más demandadas y que más se solicitan en nuestro país son el Cross-fit y los entrenamientos Hiit, estos están asociados con un elevado grado de esfuerzo físico, fatiga y malestar agudo, pero cuando es aplicado consistentemente con la recuperación adecuada, se ha demostrado que produce mejorar relativamente rápidas en el rendimiento de resistencia durante un período de 2-4 semanas (Laursen, 2002) a su vez los usuarios también valoran gratamente las actividades que se desarrollan al aire libre. Sin embargo, hay actividades que antes estaban en alza y ahora ha

disminuido su demanda como pueden ser los ejercicios con grupos reducidos o el zumba.

Los programas de salud son una actividad muy interesante para captar un perfil de socio de más edad, más fieles y menos proclives a los cambios, que actualmente tiene poca participación en la facturación de los clubes. Cada vez hay mayor conciencia de la relación entre la actividad física y la salud, por ello es cada vez más frecuente la prescripción de ejercicio rutinario como tratamiento para mejorar la calidad de vida. Por otro lado, existe una tendencia de nuevas tecnologías aplicadas a la salud que nos ayudan a controlar y mejorar nuestro bienestar y nuestra calidad de vida. Dentro de este programa de salud se incluyen actividades de rehabilitación física, actividades contra la obesidad, actividades para la tercera edad y por último actividades para el suelo pélvico. (Life Fitness Iberia, 2017).

Realizando un resumen de lo expuesto anteriormente, se puede decir que la historia del sector del fitness y de sus actividades es relativamente reciente, y que han ido evolucionando de forma muy rápida en poco tiempo. Como se puede observar, España se coloca en la quinta posición a nivel mundial en cuanto a lo que se refiere a número de clientes en centros de fitness (IHRSA, 2013), lo que lleva a indicar la gran importancia que ha adquirido este sector en nuestro país. También somos conscientes de que la situación de la industria del fitness en nuestro país ha sido escasamente estudiada (Lagrosen y Lagrosen, 2007), pero en ella encuentran trabajo personas con distinto nivel de estudios y cualificación profesional, todo ello es debido a la escasa regulación que controla el sector y al gran intrusismo que sufre, aun con todo ello es un ámbito en el que encuentran trabajo gran número de licenciados/graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. Es por lo que vemos interesante analizar y describir éste ámbito profesional, ya que se ha convertido en una industria con una evolución muy rápida, con lo cual es necesario analizar la situación actual para poder evolucionar y mejorar en un futuro no muy lejano. En concreto he seleccionado el Centro Deportivo J10, dentro de él, he pasado cuestionarios para conocer el perfil de las personas que acuden a éste a realizar actividad física, debido a que en un futuro cercano acabe trabajando en algún centro dedicado al fitness.

OBJETIVOS

El objetivo principal del estudio es analizar el perfil de la población que acude al Centro Deportivo J10 de Huesca, y conocer cuáles son las actividades más demandadas y las motivaciones, los gustos y los hábitos deportivos de sus usuarios.

MATERIAL Y MÉTODOS

En este apartado se va a explicar la muestra, el instrumento y el proceso de recogida de información de cada una de las fases del presente Trabajo de Fin de Grado.

Muestra:

La muestra ha estado constituida por 173 usuarios del Centro Deportivo J10, (91 mujeres y 82 varones), todos ellos mayores de edad.

Instrumento:

Para la recogida de los datos se ha elaborado un cuestionario de elaboración (ANEXO V) propia tomando como referencia ciertos cuestionarios elaborados, obtenidos de diferentes fuentes como libros, páginas web, artículos científicos... etc los cuales estaban realizados por preguntas que nos podían interesar para la elaboración del cuestionario.

El cuestionario constaba de 23 preguntas cerradas, en cada una de estas preguntas, había una serie de opciones para su respuesta. Con esto se pretendía que fuera una encuesta de fácil respuesta, donde los abonados al centro no dedicaran demasiado tiempo a contestarla, haciendo así que la muestra fuera lo más amplia posible.

Proceso de recogida de información:

Los cuestionarios se llevaron al Centro y de manera presencial. Se habló con los monitores y se, e pasaron durante dos semanas a los usuarios, todo esto en diferente franja horaria para abarcar el mayor número de muestra posible, y de variedad de usuarios. Las encuestas las rellenaron en el propio centro, para evitar que no fuesen completadas.

Asimismo, se envió un correo electrónico al centro agradeciendo su colaboración.

ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Se ha realizado un análisis descriptivo de los datos a través de la herramienta de Microsoft Office Excel. Se ha calculado, todos los porcentajes de las variables implicadas en el trabajo.

RESULTADOS

Como se ha comentado anteriormente, la muestra está constituida por un total de 173 abonados al Centro Deportivo J10, de los cuales un 53% eran mujeres y un 47% eran varones, todos ellos eran mayores de edad. Con todo lo expuesto, vamos a repasar los resultados obtenidos en el centro; en cuanto a la distribución porcentual de los clientes atendiendo al género nos encontramos con los siguientes resultados, tal y como aparece en la Figura 1:

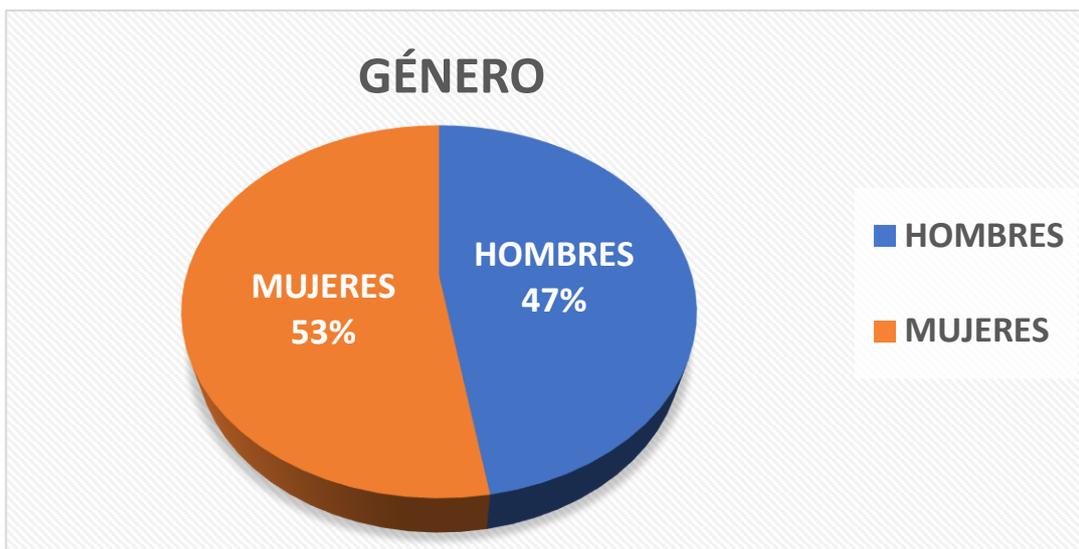


Figura 1: Porcentaje de usuarios en relación al género.

Podemos observar que los porcentajes son similares en ambos sexos, en el que un 53% de los usuarios del centro deportivo son mujeres y frente a un 47% de los abonados que son varones. A continuación en la figura 2, aparece la distribución según el estado civil de las personas que acuden al centro:



Figura 2: Porcentaje de usuarios con relación a su estado civil.

En esta imagen, se puede contemplar como los casados ocupan un 52% del total de los encuestados, seguidos de los solteros que ocupan un 38% del total. En tercer lugar, se encuentran los viudos con un 7%; y por último lugar están los divorciados con un 3% de las personas que han contestado el cuestionario.

En cuanto al rango de edad de las personas que acuden al centro está muy repartido, como demuestran los datos, el grupo de edad que más solicita los servicios del centro es el rango comprendido entre 26 y 35 años, en esta franja de edad se incluyen un 26% del total, pero le sigue muy de cerca los menores de 25 años y las personas que se encuentran entre los 46 y los 54 años, con un 22% y un 24% respectivamente. Siguiendo con el resto de los porcentajes se encuentran las personas de más de 65 años (13%), los que tienen edades comprendidas entre 35 y 44 años con un 12% del total y por último se sitúan los usuarios que tienen una edad ubicada entre los 55 y los 64 años, únicamente con un 3% de la muestra. Los resultados se pueden apreciar en la Figura 3:

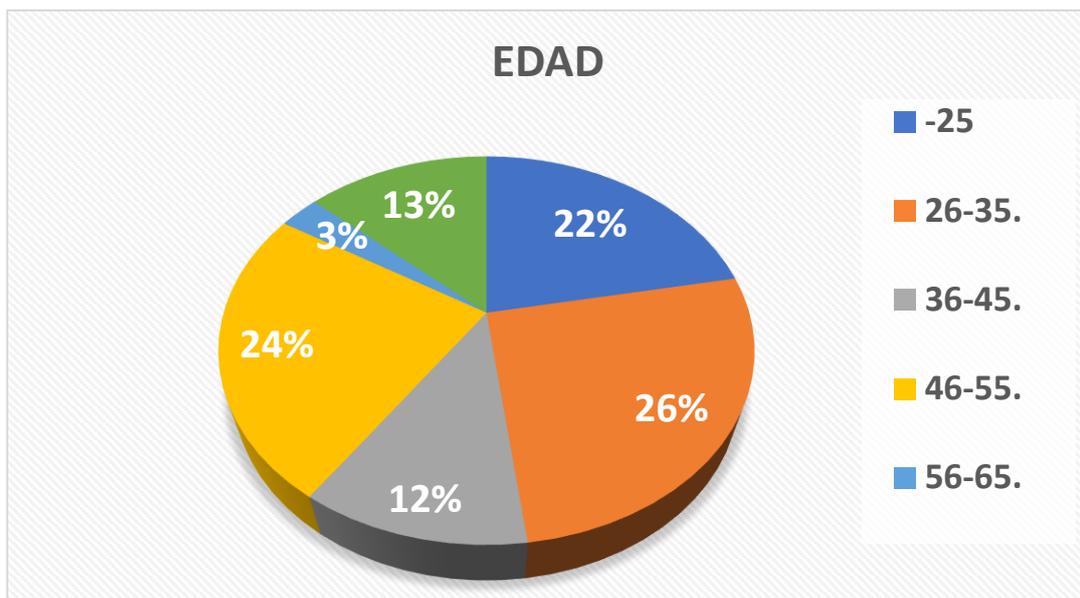


Figura 3: Porcentaje de usuarios en relación con la edad.

Haciendo referencia a la ocupación que tienen los asistentes al centro existen tres grandes grupos los cuales destacan sobre el resto, los cuales son: funcionarios (27%), seguido de los estudiantes (26%) y los empleados de algún sector (24%). Aquí se abre una gran diferencia, siendo los jubilados un 13% del total y los autónomos con un 10% los que están a la cola en cuanto a actividad laboral se refiere. A continuación, en la Figura 4 se expone visualmente el porcentaje:

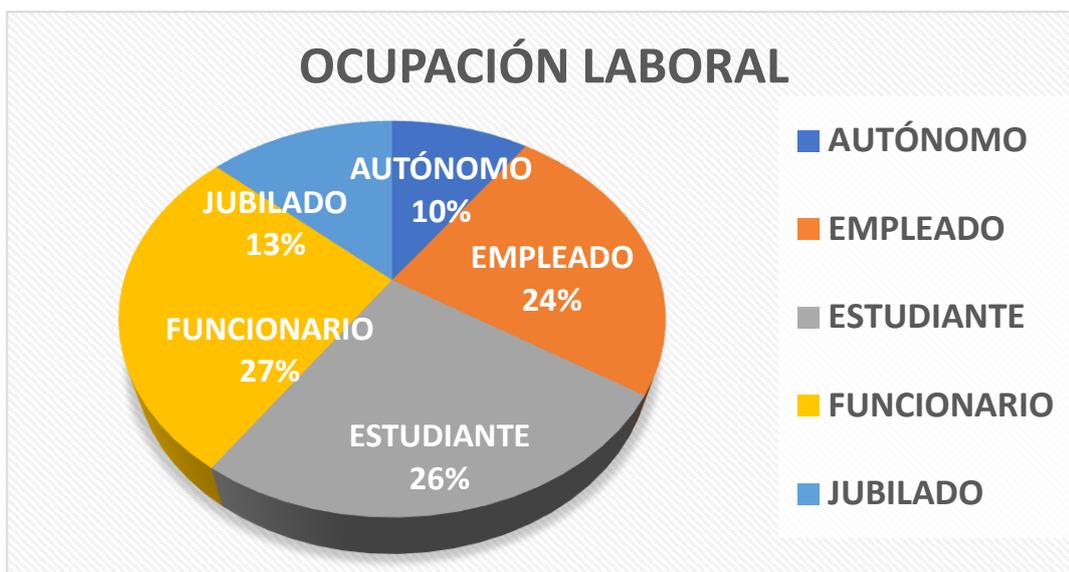


Figura 4: Porcentaje de usuarios en relación con la ocupación laboral.

La proporción, en cuanto al nivel de estudios de los usuarios que asisten al centro deportivo, se reparte de la siguiente manera: las personas que están en posesión de un título universitario representan el 53% de la muestra. A continuación, se encuentran las personas que han cursado formación profesional, los cuales reproducen un 27% del total de la muestra. La tercera formación académica que más predomina es el bachillerato con un 12% de los encuestados y para finalizar, en último lugar se encuentran las personas con estudios primarios que corresponden al 8% de las personas que han realizado el cuestionario. En la figura 5 se aprecia gráficamente la distribución del porcentaje que representa la formación académica:

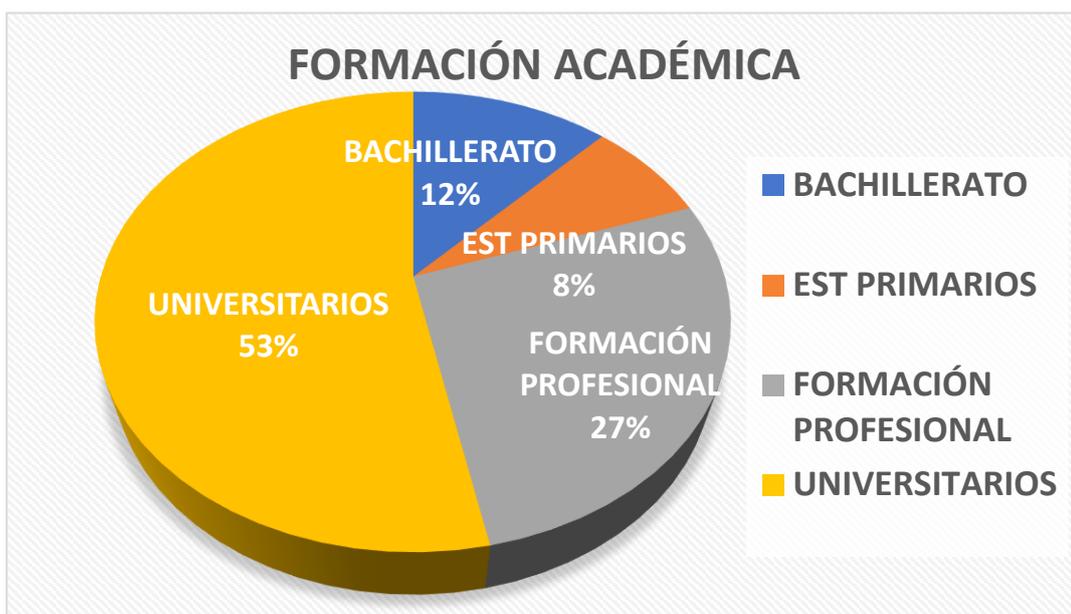


Figura 5: Porcentaje de usuarios en relación con la formación académica.

En la figura 6 se muestra el reparto en relación con la cuota que abonon los usuarios al Centro Deportivo. Nos encontramos con que la cuota que más utilizan los usuarios es la mensual, a la cual le corresponde un 45% de los encuestados; le sigue la semestral, con un porcentaje del 35%. En tercer lugar, se encuentra la cuota anual con un 13% y por último la que menos usuarios eligen es la trimestral, con tan solo el 7% de los clientes.

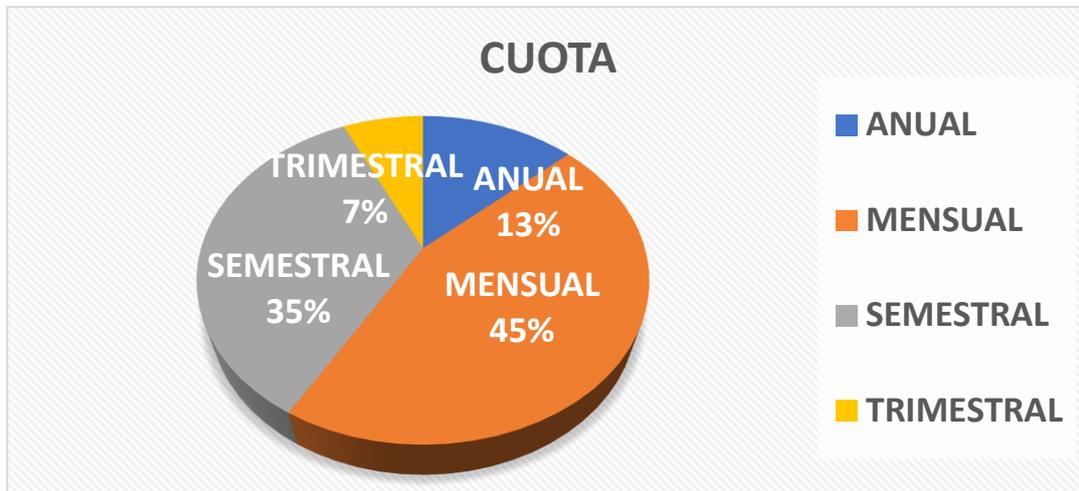


Figura 6: Porcentaje en relación con la cuota que abonon los abonados al Centro Deportivo J10.

En relación con el tema abordado anteriormente se encuentra la forma de pago de las cuotas, las cuales los abonados se decantan por el pago mediante domiciliación bancaria con un 49% de los usuarios que han realizado la encuesta. A esta forma de pago le siguen el pago en efectivo (25%) y el pago con tarjeta de crédito (26%). La forma de pago mediante internet no ha sido seleccionada por ningún cliente del centro deportivo que ha realizado los cuestionarios. La Figura 7 representa gráficamente el método de abonar la cuota más usado por los clientes.

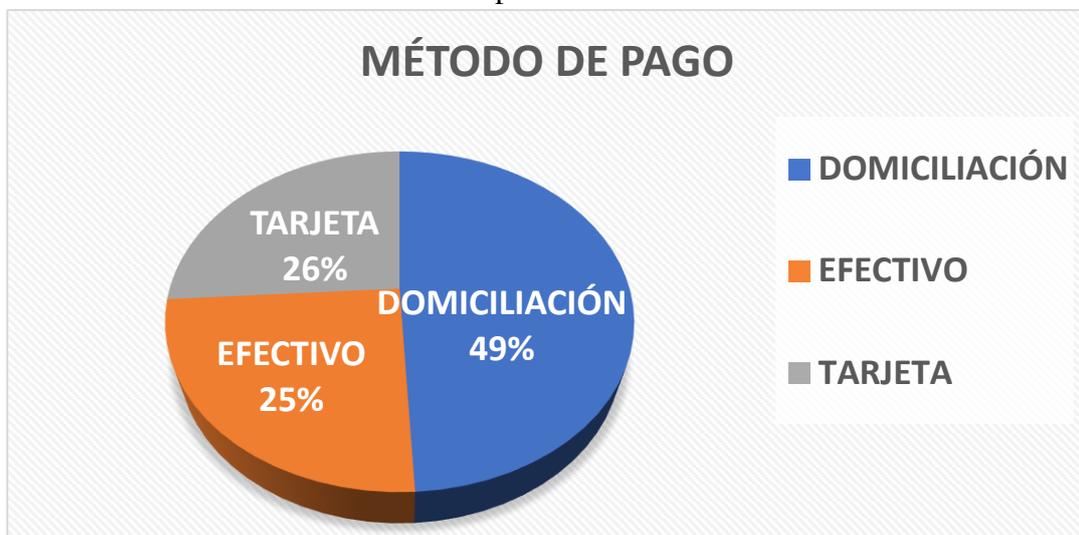


Figura 7: Porcentaje en relación con el método de pago.

Un gran número de abonados del centro conocieron las actividades que allí se imparte mediante amigos y familiares, en concreto el 46%, es un valor que dista mucho del siguiente método de conocimiento del centro; este modo es informándose en la propia instalación con un 27%. A partir de estos dos, los siguientes medios de comunicación se distancian todavía más, como son mediante internet (14%), mediante tv/prensa con un 11% y finalmente el método de conocimiento de las instalaciones son los folletos con tan solo un 2%. Estos datos están representados en la Figura 8:

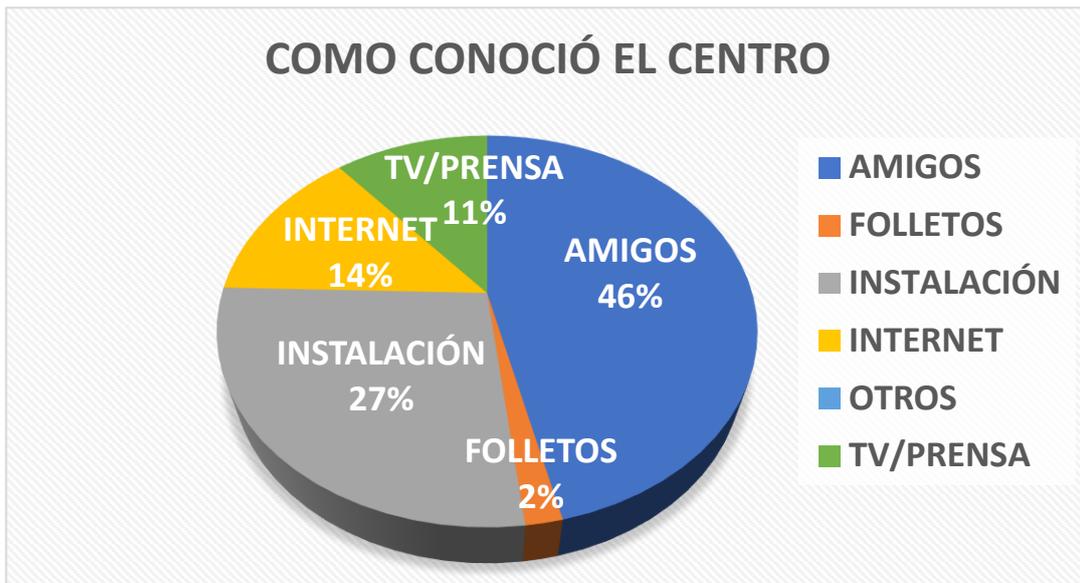


Figura 8: Porcentaje en relación con el medio de comunicación con el cual conoció el Centro Deportivo.

En la Figura 9 aparece la distribución según el motivo por el cual acuden al Centro Deportivo J10, según esto nos encontramos lo siguiente:

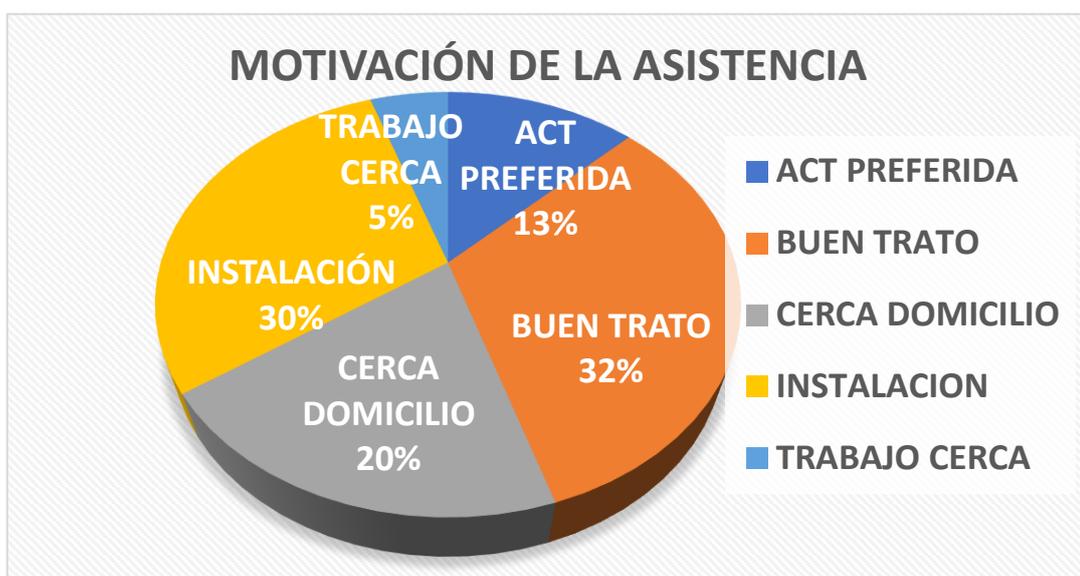


Figura 9: Porcentaje en relación con la motivación de asistencia.

Atendiendo a los motivos por los cuales los usuarios acuden al Centro Deportivo J10 y no asisten a otro centro, se representan del siguiente modo: el buen trato que tiene el personal del centro hacia sus clientes es el motivo principal, con un 32% de los encuestados. Seguidamente, las instalaciones son el segundo motivo con un 30%. A continuación, se encuentran la proximidad al domicilio con un 20%, y a partir de este se abre una brecha hasta el siguiente motivo, que es la asistencia gracias a su actividad preferida, esta representa un 13% del total. Y para finalizar, en última posición está situada la proximidad al trabajo como motivo de asistencia al centro, con tan solo un 5%. Como motivo de la práctica de actividad física nos encontramos los siguientes resultados, representados en la Figura 10. El principal motivo por el cual los asistentes practican actividad física es la imagen personal, con un 59% de los encuestados; a partir de aquí la siguiente motivación dista mucho con un 28%, esta motivación es la sensación de bienestar que produce el ejercicio físico. A continuación, está la relación con otros miembros del centro deportivo como motivo de asistencia al centro, con un 8%. Y por último, la competición con un 5% es el último motivo por el cual los usuarios asisten a un centro deportivo.

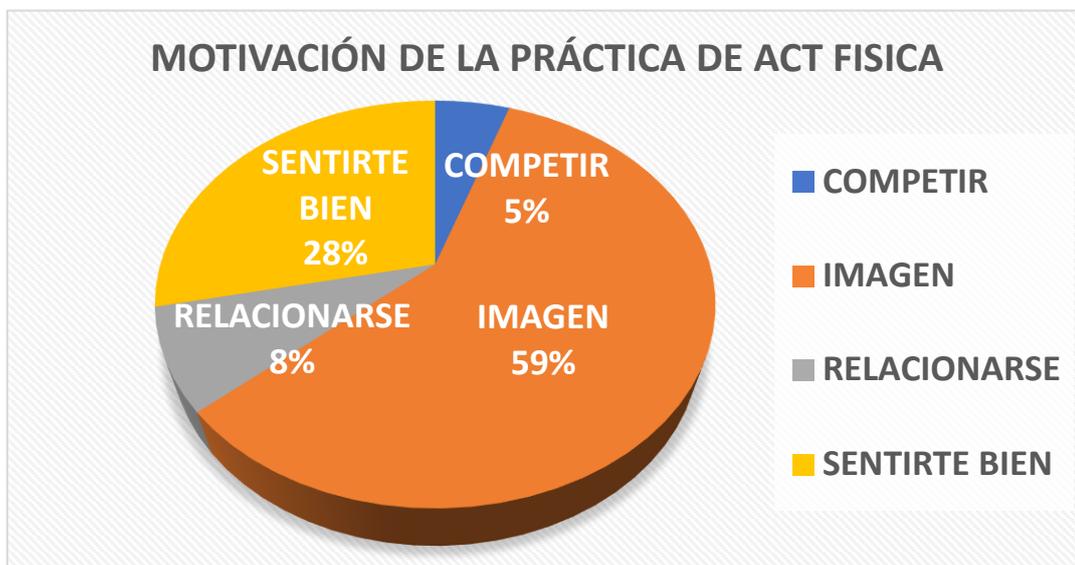


Figura 10: Porcentaje en relación con la motivación que incita a la práctica de actividad física.

En la Figura 10 aparece la distribución según la frecuencia de asistencia semanal al centro deportivo; con un 49% del total se sitúan aquellas personas que asisten al centro 4 días a la semana. El 27% y el 20% acuden al centro 5 y 3 días a la semana respectivamente. Y únicamente un 4 % van al gimnasio 2 días a la semana. No ha habido ninguna persona que haya contestado a la muestra que asistía al centro 1 día o 6 días a la semana.

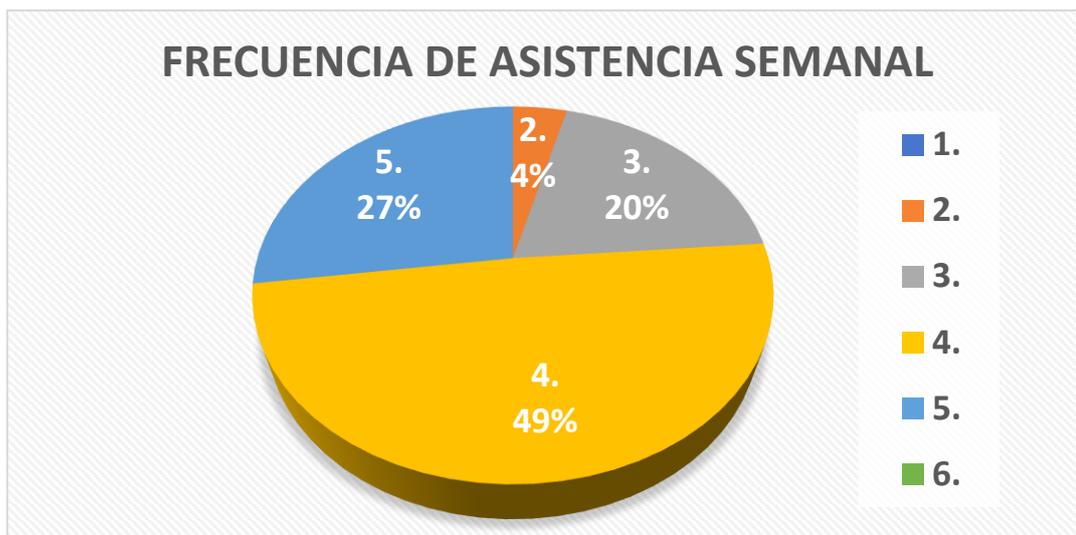


Figura 10: Porcentaje en relación con la frecuencia de asistencia semanal.

Otro apartado a analizar es la manera de asistencia a realizar actividad física, el 63% de los encuestados prefieren asistir en solitario a realizar práctica deportiva, seguidos de aquellos que prefieren acudir con amigos, representado el 24% del total. El 8% se inclinan por realizar actividad física con su familia; y por último aquellos que asisten al centro con su pareja, siendo el 5% de los que respondieron al cuestionario. Todo lo expuesto con anterioridad está representado en la Figura 12.



Figura 12: Porcentaje en relación con el modo de asistencia al Centro Deportivo J10.

En la figura 13 aparece la distribución según el horario en el cual asisten al centro deportivo, donde existen dos estados que tienen un mayor porcentaje, como se puede observar:

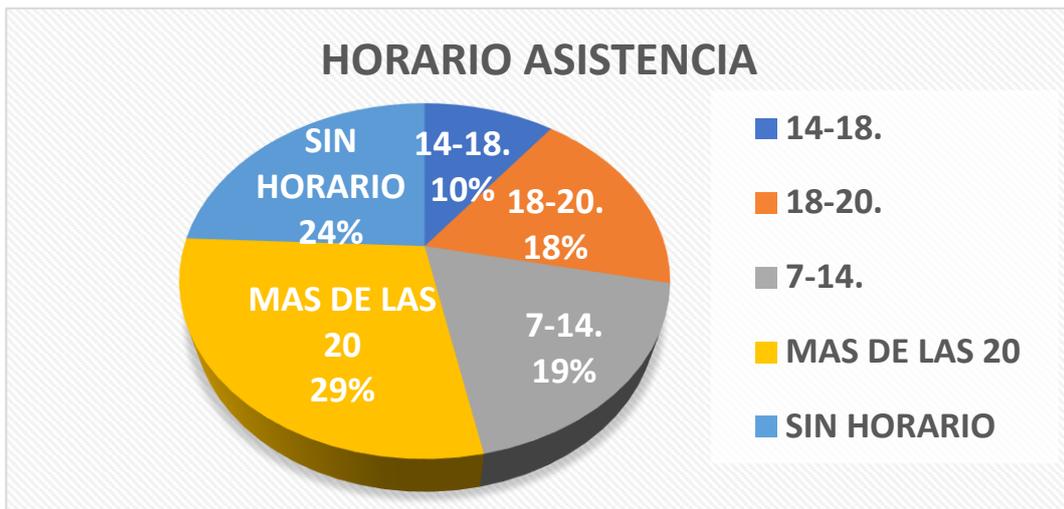


Figura 13: Porcentaje en relación con el horario en el cual asisten al centro deportivo.

Como franja horaria predominante en la cual asisten más personas, se encuentra el horario de más de las 20:00, con un 29% de los encuestados. Seguido a esta se sitúan aquellos que no tienen ninguna preferencia en cuanto a la asistencia, es decir, van sin un horario fijo, el porcentaje que representa este ítem es del 24%. El 19% simbolizan a aquellos usuarios que acuden al centro entre las 7:00 y las 14:00. De las 18:00 y las 20:00, visitan el centro el 15%. Y para finalizar, en última posición se encuentran aquellos que se presentan en el centro con un horario de 14:00 a las 18:00. La proporción en cuanto a la duración del entrenamiento se reparte de la siguiente manera: con un aplastante 93% la duración que más predomina, son aquellos entrenamientos que tienen una duración de una a dos horas. A continuación, con un 5% están aquellos entrenamientos que duran más de dos horas. Y para finalizar, con un 2% están aquellos que duran entre treinta minutos y una hora. En la figura 14 se aprecia gráficamente la distribución:



Figura 14: Porcentaje en relación con la duración del entrenamiento.

Con motivo de la época del año en la cual asisten al centro deportivo se han hallado los siguientes resultados, representados en la Figura 15. Con un 41% del total se encuentran aquellas personas que asisten durante todo el año por igual al centro. A continuación, con un 37% se sitúan aquellas personas que únicamente asisten durante el invierno. En la época del verano se localiza el 17% de aquellos que han realizado la encuesta.



Figura 15: Porcentaje en relación con la época del año que acuden al centro deportivo.

Con motivo de la época del año en la cual asisten al centro deportivo se han hallado los siguientes resultados: el 46% de los encuestados llevan abonados al centro deportivo más de 2 años. A continuación con un 39%, son aquellos que llevan inscritos menos de medio año. Y por último, las personas que llevan entre 6 meses y 2 años, que conforman el 15% de las personas que respondieron al cuestionario. En la Figura 16 se expone lo comentado con anterioridad:

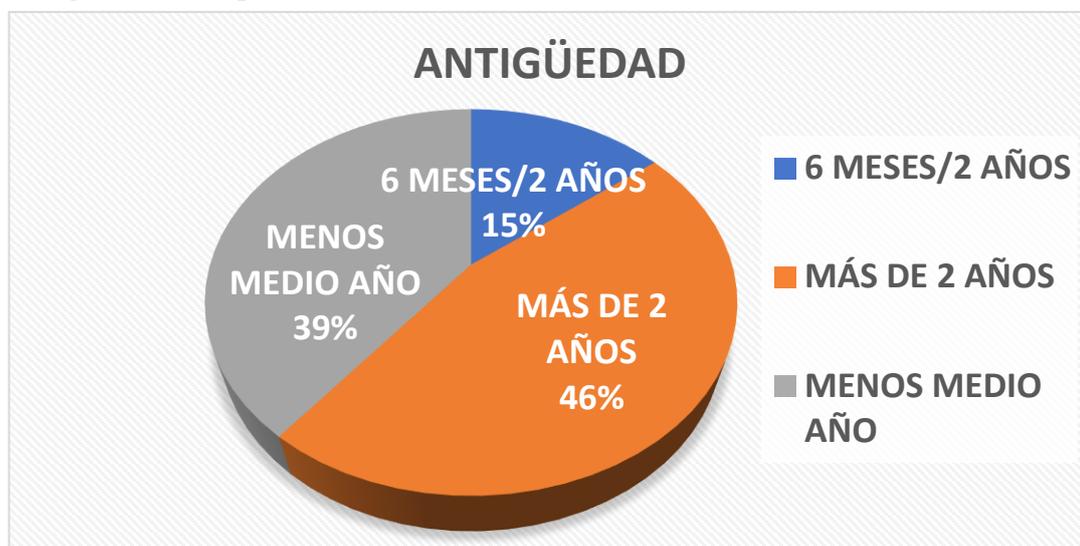


Figura 16: Porcentaje en relación con la antigüedad en el centro.

Con motivo de la época del año en la cual asisten al centro deportivo se han hallado los siguientes resultados, representados en la Figura 17.

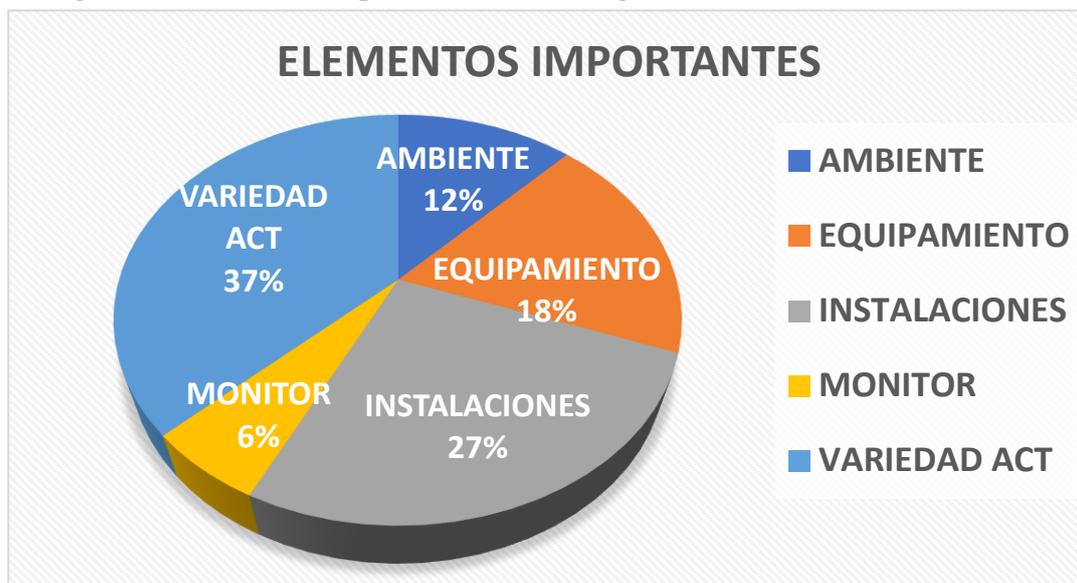


Figura 17: Porcentaje en relación a los elementos que para los usuarios son más relevantes.

En primer lugar, lo que más valoran los miembros del centro es la gran variedad de actividades que este plantea, con un 37% de los encuestados. En segundo lugar, los usuarios se decantan por la gran infraestructura con la que cuenta el gimnasio, representados con un 27% del total. En tercera posición, está el equipamiento, el material del cual dispone el centro es algo que los usuarios también tienen en cuenta y se manifiesta con un 18%. Seguido al equipamiento se sitúa el ambiente que existe en el centro, con un 12% de las personas que realizaron el cuestionario. Y por último se encuentran los monitores, simbolizados con un 6% del total. En la siguiente gráfica se expone la razón por la cual los usuarios asisten al centro deportivo. A la cabeza de estos motivos se encuentra el estilo de vida, representados con un 45% de los usuarios que han realizado el cuestionario. Como segundo motivo está la pérdida de peso, manifestándose con un 32% del total. A continuación, se sitúan los motivos de salud para la asistencia al centro, simbolizados con un 10%. Muy próximo al anterior, con el 8% se encuentran aquellas personas que acuden al centro para entablar amistades más que por el beneficio físico que puedan experimentar. Y en última posición están las personas que persiguen un cierto rendimiento en sus modalidades deportivas y por ello acuden al centro deportivo, estas personas representan el 5% de los

encuestados. Todo lo comentado anteriormente se expresa gráficamente en la Figura 18:



Figura 18: Porcentaje en relación con la razón por la cual acuden a un centro deportivo.

A continuación, se explica la zona del centro en la cual los usuarios pasan más tiempo. La sala de usos múltiples donde se imparten las actividades dirigidas, es aquel espacio que los usuarios más frecuentan, con un 39%. Seguidamente, se sitúa la sala de máquinas como zona que más visitan los miembros del centro, con un 30%. A continuación, la zona de entrenamiento cardiovascular es la más concurrida, representada con el 16% de los encuestados. En penúltima posición está la piscina, con un 8%. Y como espacio menos frecuentado, se sitúa la zona de peso libre, con el 7% del total. Los datos comentados en este apartado se encuentran representados gráficamente en la Figura 19.

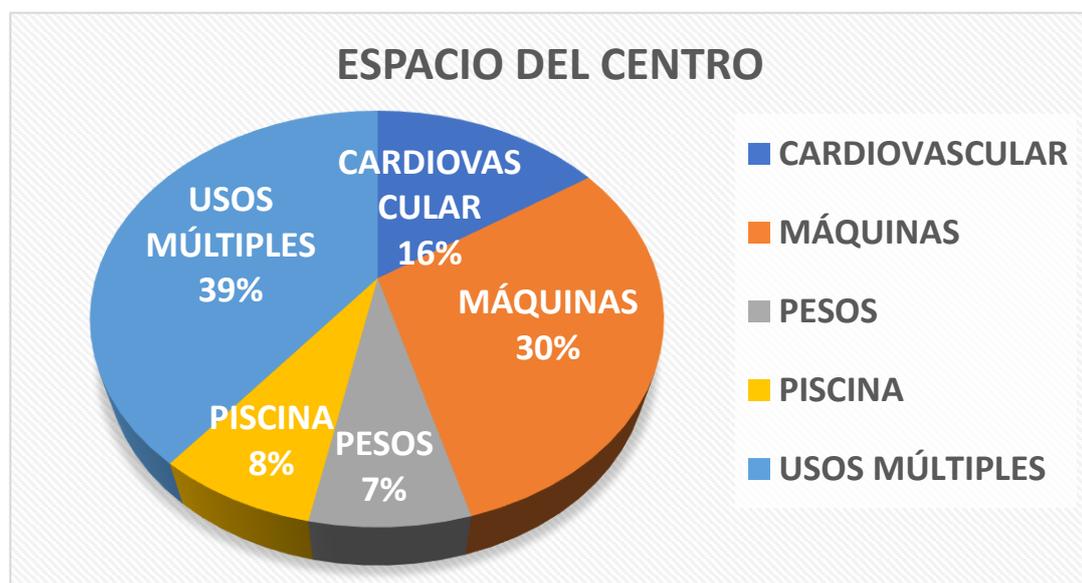


Figura 19: Porcentaje en relación con el espacio que más frecuentan los usuarios.

En el siguiente apartado se va a explicar la percepción que tienen los usuarios del centro sobre las actividades dirigidas. En primer lugar, se sitúa la facilidad de estas actividades dirigidas para llevarlas a cabo, simbolizando el 38%. En segunda posición con un 34% es la motivación lo que más incita a los usuarios a asistir a estas sesiones. El 21% de los usuarios opinan que estas clases dirigidas son útiles. A continuación, se encuentra el monitor como motivo principal por el cual asisten a estas actividades, con un 5% de los que realizaron el cuestionario. Y con un 2% están los usuarios que no saben o no contestan. En la Figura 20 se representa gráficamente todo lo expuesto anteriormente.

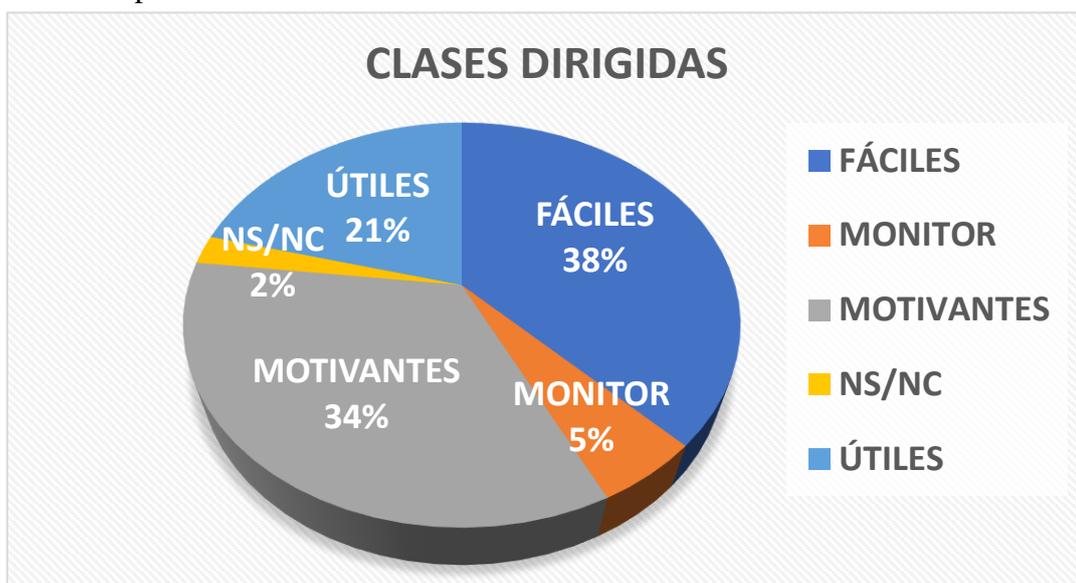


Figura 20: Porcentaje en relación con la opinión sobre las actividades dirigidas impartidas en el centro.

En la siguiente figura, la 21 aparece la distribución según la preferencia en el tipo de actividades que se imparten en el centro; existen dos estados que tienen un mayor porcentaje. En primer lugar, las actividades en las cuales los usuarios demuestran prioridad son aquellas que tienen un componente de trabajo cardiovascular, como pueden ser zumba o step, representado el 56% del total. A continuación, las actividades de tonificación como por ejemplo, actividades con TRX o entrenamiento funcional significan un 34%. Abriéndose una gran brecha en cuanto a porcentaje con un 8%, están las actividades acuáticas, donde están englobadas todos los cursillos. Y por último, las actividades de cuerpo y mente como pueden ser espalda sana o pilates, significan para el 2% de los encuestados la preferencia en cuanto a actividades a realizar.

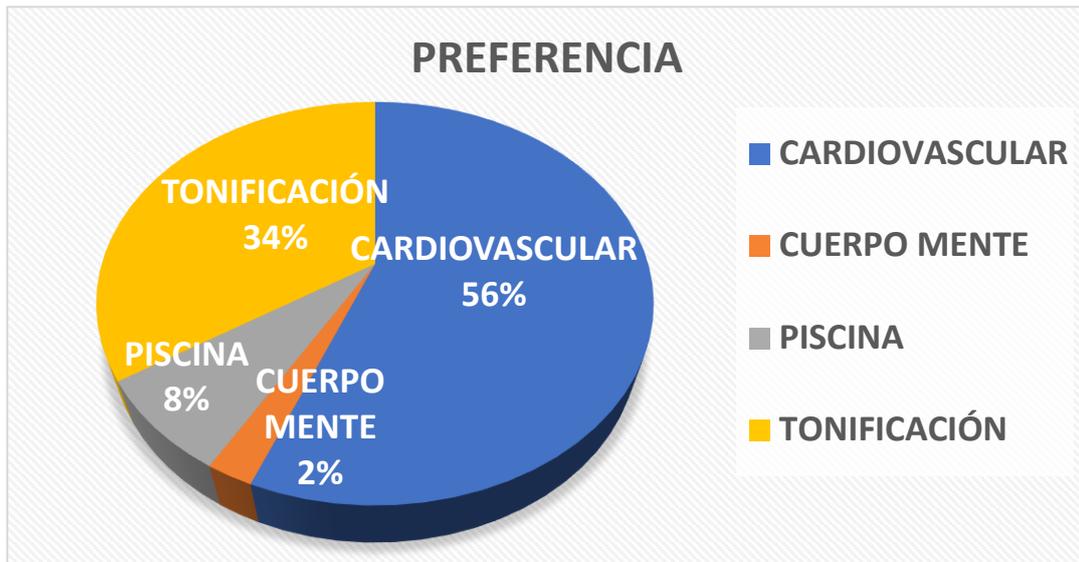


Figura 21: Porcentaje en relación a la preferencia en cuanto a que tipo de actividades realizar.

En la figura 22, se manifiesta si los abonados al Centro Deportivo J10 están satisfechos con los servicios que este centro les presta. Con un contundente 95%, la gran mayoría de usuarios están contentos con el centro. Tan solo un 5% creen que este centro no cumple con las necesidades que ellos demandan.



Figura 22: Porcentaje en relación con la satisfacción que muestran los abonados con el centro.

En el siguiente apartado se va a comentar el modo en el cual los usuarios obtienen una planificación con sus entrenamientos. Los resultados obtenidos son los siguientes, el 56% de los usuarios siguen la planificación que les ha sido propuesta por los monitores del centro; con un porcentaje menor, un 25%, están aquellos que siguen los entrenamientos que les proporcionan algún amigo o conocido. Con un

porcentaje algo menor, un 17% están los miembros del centro deportivo que entrenan gracias a los entrenamientos que obtienen por sus propios medios mediante internet. Y por último, para finalizar con este apartado, las revistas deportivas con un 2%, proporcionan a los usuarios la planificación necesaria para que puedan llevar a cabo actividad física. En la figura 23 se expone gráficamente lo comentado en el apartado anterior.

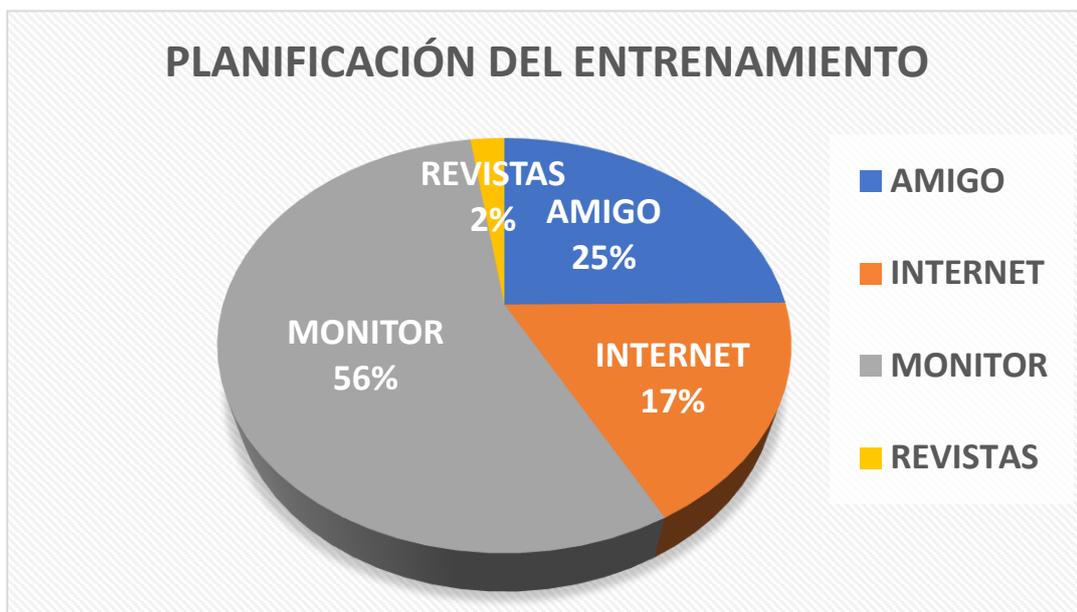


Figura 23: Porcentaje en relación con el modo de obtener una planificación para los entrenamientos de los usuarios del centro deportivo.

Se ha llevado a cabo una relación entre la edad y el motivo que incita a los abonados a asistir al centro; en las figuras 24 y 25 aparece gráficamente la distribución que conecta la edad de los usuarios con las razones por las cuales acuden a un centro deportivo.

Como se observa, los menores de 25 años tienen como motivación principal su imagen personal a la hora de llevar a cabo actividad física, con más del 52,6% de los encuestados. Con una amplia desventaja y en segunda posición, (23,6%) estos jóvenes eligen el ejercicio como estilo de vida saludable, únicamente por sentirse bien. En tercera posición con un 15,7%, están aquellos jóvenes que asisten al centro porque tienen exceso de grasa corporal y realizan planes de pérdida de peso. Tan solo con un 7,8% los jóvenes que buscan un cierto rendimiento en su modalidad deportiva acuden al centro para obtener mejores resultados. Y para finalizar, no se ha dado el caso de que ningún joven acuda al centro para socializarse.

Con el rango de edad de 26 a 34 años se contemplan resultados distintos a la anterior franja de edad. La mitad de ellos, el 50%, optan por el ejercicio como estilo de vida. Con un 33,3% se sitúan aquellos que consideran prioritaria su imagen. En tercera posición, la socialización con otras personas es el motivo por el cual acuden a ejercitarse al centro deportivo, con un 9,5%. El rendimiento en su disciplina deportiva es el cuarto motivo de la asistencia a un gimnasio con un 4,7% del total. Y en último lugar se encuentran aquellos que visitan las instalaciones del centro para llevar a cabo un programa de pérdida de peso (2,3%).

La siguiente franja de edad la cual analizamos es aquella comprendida entre los 35 y los 44 años. Al igual que en el rango de edad anterior, las personas que utilizan el deporte como estilo de vida es el más numeroso, con un 47,6% de los encuestados. A continuación, les siguen las personas que tienen como motivo principal la pérdida de peso, este porcentaje es del 38%. Ubicados en el tercer puesto con el 9,5%, se colocan aquellas personas que asisten al centro para entablar amistad con otros usuarios. Y para finalizar, tan solo un 4,7% tiene como objetivo mejorar su imagen personal. En esta franja de edad ningún usuario ha escogido el rendimiento como el motivo por el cual acuden al gimnasio.

Con la edad de 45 a 54 años, los programas de pérdida de peso y el estilo de vida son los motivos principales por los cuales los abonados acuden al centro deportivo, con un 46,3 y un 39% respectivamente. La socialización es la siguiente razón de práctica deportiva en el centro en este rango de edad con un 12,1%. Y para finalizar, el cuidado de la imagen con un 2,4% representa la opción menos valorada por los abonados al centro. Al igual que en la categoría anterior, nadie ha escogido como el rendimiento como motivo por el cual practicas actividad física.

Aquellas personas que están comprendidas entre los 54 y los 64 años han escogido la socialización con otros como motivo principal de asistencia (44,4%). Con un 33,3%, el estilo de vida es la segunda razón más seleccionada por los abonados. Y para finalizar, se sitúan igualados con un 11,1%, el cuidado de la imagen personal y los programas de pérdida de peso. Al igual que en las otras dos categorías anteriores, nadie ha escogido como el rendimiento como motivo por el cual practicas actividad física.

Por último, con la categoría de personas de más de 65 años nos encontramos con que el vínculo afectivo con otras personas es el principal motivo de asistencia al centro, con el 45,4% del total. Siguiendo de cerca al porcentaje anterior, se sitúa la pérdida de peso (31,8%) como razón prioritaria a la hora de practicar actividad física. Y para finalizar, con un 22,7% se localiza el estilo de vida como preferencia. Ninguna de las personas mayores de 65 años que han contestado este cuestionario han elegido el cuidado de la imagen personal ni el rendimiento como prioridad a la hora de practicar actividad física.

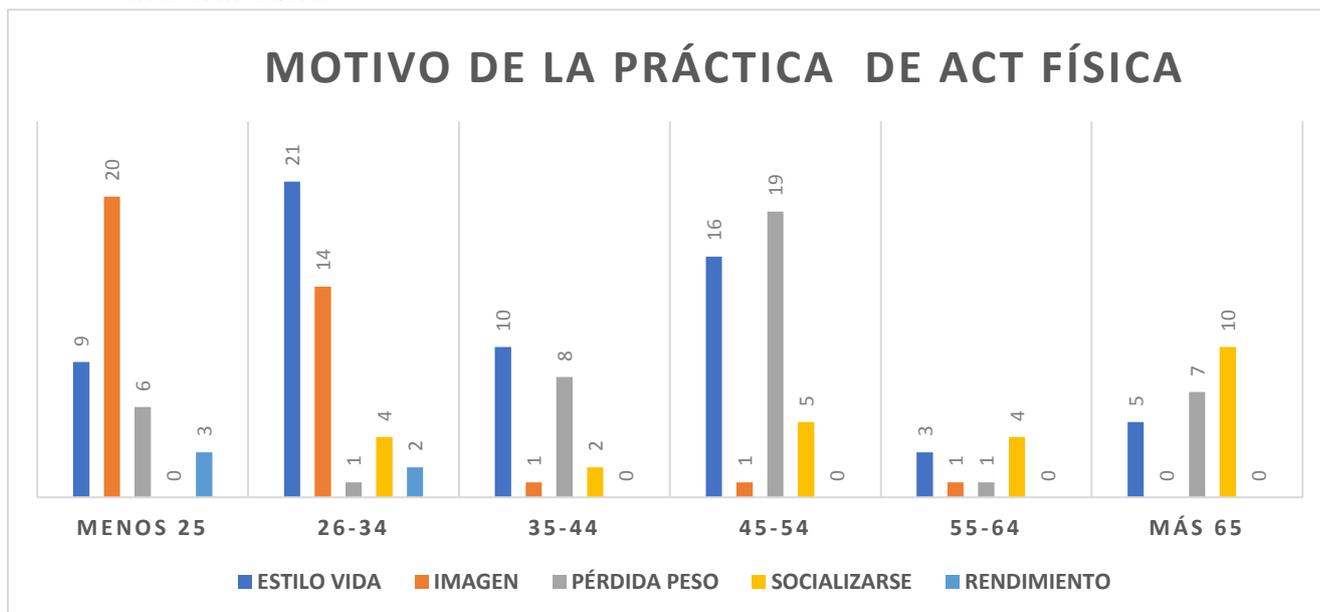


Figura 24: Porcentaje en relación a la edad y al motivo que les mueve a asistir a un centro deportivo.

	MENOS DE 25	26-34	35-44	45-54	55-64	MÁS DE 65
ESTILO DE VIDA	23.6%	50%	47.6%	39%	33.3%	22.7%
IMAGEN	52.6%	33.3%	4.7%	2.4%	11.1%	0%
PÉRDIDA DE PESO	15.7%	2.3%	38.5%	46.3%	11.1%	31.8%
SOCIALIZARSE	0%	9.5%	9.5%	12.1%	44.4%	45.4%
RENDIMIENTO	7.8%	4.7%	0%	0%	0%	0%

Figura 25: Porcentajes en relación a la edad y al motivo que les mueve a asistir a un centro deportivo.

También se ha establecido una relación entre la edad y las zonas del gimnasio en las cuales más se ejercitan los usuarios. En la Figura 26 y 27 se puede ver gráficamente la manera en la cual se reparten los usuarios por las zonas del centro según su edad.

Como se observa, los menores de 25 años tienen como zona del gimnasio más empleada la sala de fitness y más en concreto la zona de máquinas, con un 52,6% del

total. Le sigue la sala de usos múltiples donde se llevan a cabo las actividades dirigidas con un 21%. A continuación, con un 10,5%, se sitúa la zona de peso libre como espacio más utilizada por los encuestados. La piscina es empleada por el 7,8% de los abonados que están en esta franja de edad. Y para finalizar, la zona de cardio con tan solo el 5,2% de los usuarios.

Los abonados que están en edades comprendidas entre los 26 y los 34 años muestran los siguientes resultados. Al igual que el apartado anterior, la zona de máquinas es la más empleada, a la cual le corresponde el 40,9% del total. La sala de usos múltiples con el 22,7% representa la segunda zona del centro donde más acuden estos abonados, seguido muy de cerca de la zona de peso libre con un 18,1% y de la zona de ejercicio cardiovascular con el 15,9%. Y para finalizar, con el 2,2% aquellos que frecuentan la piscina.

La franja de edad de 35 a 44 años muestra que el 38% de los encuestados prefieren ejercitarse en la sala de usos múltiples, seguidos del 33,3% que prefieren practicar natación en la piscina. El tercer puesto es para la zona de ejercicio cardiovascular con un 19%. Y en último lugar, empatados con 4,7% se sitúa la zona de fitness, con la sala de máquinas y la zona de peso libre.

Aquellas personas que tienen entre 45 y 54 años han contestado al cuestionario de la siguiente manera: en primera posición se encuentra la zona de cardio (53,6%), en segundo lugar y muy distanciado del primero está la sala de máquinas (19,5%), en tercer lugar aparece la zona de usos múltiples (19,5%), en cuarta y quinta posición empatados en cuanto a porcentaje se puede ver la zona de peso libre y la piscina (4,8%).

En cuanto al rango de edad de 55 a 64 años, se observan los siguientes porcentajes: como espacio del centro más utilizado se sitúa la zona de usos múltiples con un 44,4% del total. Con el mismo porcentaje, un 22,2% se localizan la zona de máquinas y la piscina. La sala para llevar a cabo actividades cardiovasculares ha sido la primera opción para el 11,1% de los abonados que realizaron el cuestionario. Para finalizar, no ha habido ningún cliente del centro que haya escogido la zona de peso libre como prioritaria.

Con las personas que superan los 65 años hallamos los siguientes resultados. La zona que más valoran estas personas es la piscina con el 36,3% del total. El siguiente espacio más utilizado es la sala de usos múltiples con un 31,8%. A continuación, se encuentra la zona de máquinas con el 18,1% de los encuestados. Y para finalizar está ubicada la zona cardiovascular con un 13,6%. El espacio donde se utilizan los pesos libres no ha sido seleccionado como preferencia por los mayores de 65 años.

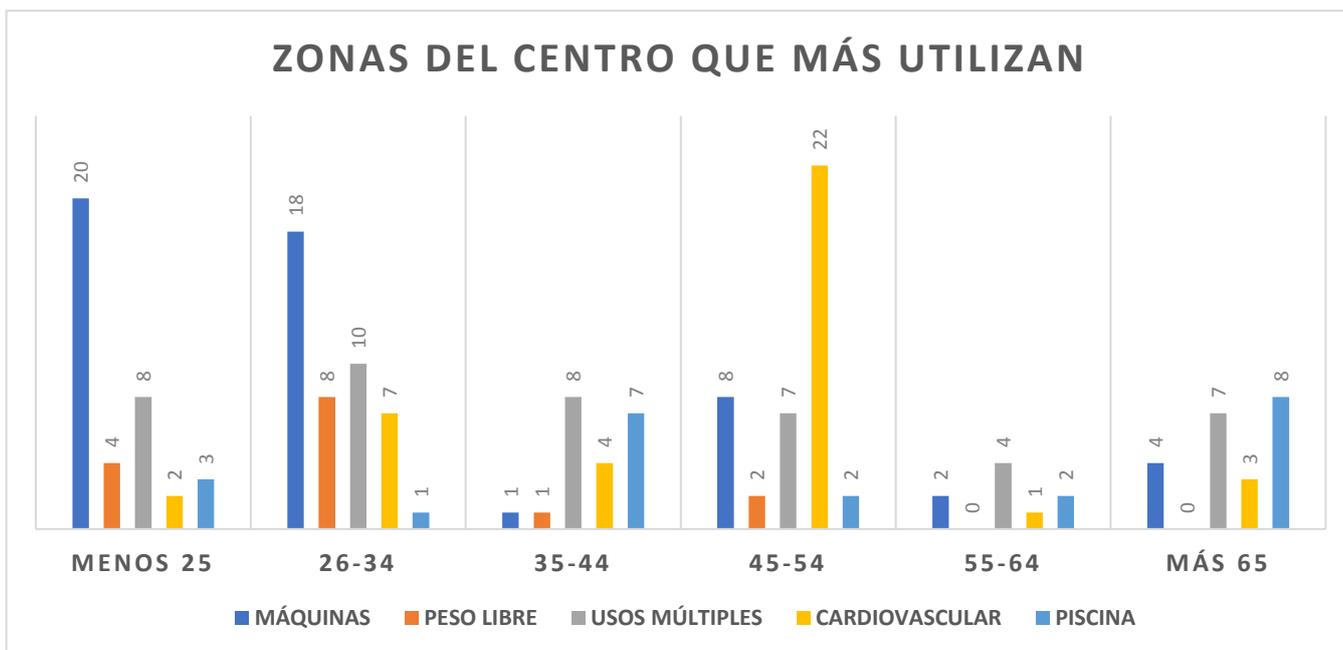


Figura 26: Porcentaje en relación a la edad y el espacio que más utilizan en el centro.

	MENOS DE 25	26-34	35-44	45-54	55-64	MÁS DE 65
ZONA MÁQUINAS	52.6%	40.9%	4.7%	19.5%	22.2%	18.1%
ZONA PESO LIBRE	10.5%	18.1%	4.7%	4.8%	0%	0%
SALA USOS MÚLTIPLES	21%	22.7%	38%	17%	44.4%	31.8%
ZONA CARDIOVASCULAR	5.2%	15.9%	19%	53.6%	11.1%	13.6%
PISCINA	7.8%	2.2%	33.3%	4.8%	22.2%	36.3%

Figura 27: Porcentajes en relación a la edad y al espacio que más utilizan en el centro.

DISCUSIÓN

Según las últimas publicaciones del anuario de estadística deportivas del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2017), en 2015 el 12,8% del total de la población española eran hombres afiliados a un centro deportivo o similar, mientras que el porcentaje que correspondía a las mujeres era de un 10,8%. En el centro, las mujeres suponen un 53% del total de abonados, siendo un 47% el porcentaje de varones que acuden al centro deportivo. Por lo que, comparando nuestro estudio con los resultados anteriores ocurre lo contrario, hay un mayor número de mujeres que de hombres. Durante los últimos años ha crecido el interés del sexo femenino por los servicios de fitness, según Rosich (2005) principalmente para mejorar su imagen corporal y controlar el peso.

En cuanto al rango de edad que tienen los miembros del Centro Deportivo J10 nos encontramos con que la franja de edad que predominante es la de 26 a 34 años con un 26% del total donde existen un total de 20 mujeres y 18 hombres; puede deberse al hecho de que es una edad en la cual todavía se conservan diferentes capacidades físicas y así mismos se sienten capaces de entrenarlas para que estas se pierdan en la menor medida posible, como se recogen en los cuestionarios donde la mitad de ellos con un 49,9% de los abonados que tienen este rango de edad (40,4% de mujeres y un 9,5% de hombres) considera primordial tener unos hábitos de vida saludables. Otro de los motivos podría ser por el retraso en estas últimas décadas de la maternidad/paternidad hacia edades más avanzadas, fomentando que se tenga más tiempo de ocio después de sus ocupaciones diarias, ajustándose a lo que argumentan Tornos et al., (2009), lo que lleva a que esta población acuda al centro. Otros grupos los cuales tienen un porcentaje muy elevado de asistencia, como son los menores de 25 y los que están en la franja de edad de 46 a 55, puede deberse en el caso del primer grupo a que existe en la sociedad actual una elevada preocupación por la imagen personal y el físico, puesto que más de la mitad de los jóvenes que han contestado al cuestionario (52,6% del total; 34,6% en los varones y 18,4% en las mujeres) están preocupados por su imagen personal y es el motivo de asistencia al centro deportivo. Esto es comparable a los resultados obtenidos con el estudio de Hellín et al., (2004) donde más de la mitad de los jóvenes también manifestaban que la imagen era el principal motivo de práctica deportiva. Otro motivo podría ser que como su gran mayoría es población estudiante (un 26% del total), disponen de numeroso tiempo

libre y esto favorece a que decidan dedicar su tiempo a realizar diversas actividades en el centro. Por otro lado, el grupo de 46 a 55 años, serían aquellas personas que, por norma general, tienen hijos/as con una cierta edad y que son autosuficientes para sus labores diarias como pueden ser estudiar, realizar trabajos, capacidad de desplazarse autónomamente..., por esto, los padres tienen una libertad que pueden ocupar realizando actividad física en el centro; los programas de pérdida de peso, con un 46,3% del total es la razón que más les mueve a esta franja de población a realizar actividad física. El otro rango de edad que tiene menor porcentaje es entre 36-45 años, podría ser por diferentes razones, una de las principales sería el cargo y el cuidado que tienen que hacer con sus hijos/as, como se ha comentado anteriormente, cada vez se forma una familia más tarde, con lo cual a esta edad es cuando los niños/as aun no son autosuficientes, por lo que estos se tienen que ocupar de ellos y llevarlos a diversas actividades, lo que les puede quitar tiempo para la práctica de actividad física. Por último, el grupo de edad que menos asiste al gimnasio es el de 56 a 65 años, es con diferencia el que menos acude al centro, gran número de personas van al centro a realizar actividades de cuerpo y mente, pocos se pueden ver haciendo tonificación o actividades cardiovasculares, por lo que muchos optan por irse a caminar o pasear como actividad física, coincidiendo con el estudio de Carbonell et al., (2004), por lo que podría ser una razón por la que hay menor porcentaje de este rango de edad, pero no está totalmente comprobado, por lo que se podría estudiar en trabajos futuros. Los abonados al centro con edades comprendidas entre los 56 y los 65 años han manifestado que la principal motivación que les lleva a practicar actividad física es la socialización con sus iguales con un 44,4% del total, (siendo el porcentaje el mismo para hombres que para mujeres con un 22,2% para cada género).

La motivación es una de las armas más importante para conseguir o realizar algo, en este apartado se va a detallar las motivaciones principales en relación a la edad que muestran los abonados al centro deportivo:

Para la gran mayoría de la muestra que ha respondido al cuestionario, la actividad física es un hábito de vida saludable, la cual mejora y conserva la salud, esto es lógico y ha sido estudiado y afirmado por numerosos autores como Cadarso Suárez et al., (2017). Es entendible que en función de la edad, la consideración de la actividad física varíe. La práctica físico-deportiva como hábito saludable de vida, para las personas de 26 a 55 años representa casi la mitad de las opiniones, con un 45,3% de

los datos registrados; Garzón, (2007) argumenta que la práctica de ejercicio de manera regular y apropiada es la mejor herramienta para fomentar la salud y el bienestar del individuo, produciendo siempre unos beneficios independientemente de la edad y condición física que se posea. Por otro lado, los menores de 25 años (23,6%) y las personas mayores de 65 (22,7%) son aquellos que menos están de acuerdo con esta opinión. Esto es corroborado por Lera-López et al., (2017), explicando que la práctica de actividad física en las personas mayores actúa obviamente en el ámbito funcional, donde frena el declive de las aptitudes fisiológicas, pero también influye en el plano psicológico y social, ya que permite relacionarse con los demás; por lo que podríamos decir que nuestro estudio coincide con la investigación del autor citado anteriormente. Para los jóvenes menores de 25 años la práctica físico-deportiva como fuente de salud se aleja de la opinión expresada por los mayores, considerando la imagen personal como prioridad frente a la salud, esto encaja en el estudio que llevó a cabo Hellín et al., (2004) donde comenta: “La preocupación por la imagen corporal y la estética es mayor entre las mujeres, los jóvenes y las personas de mediana edad, disminuyendo claramente en las personas mayores”. En el caso de nuestro estudio, los jóvenes y las personas de mediana edad sí que se tienen una clara preocupación por su imagen, pero en contraposición a lo que comenta el autor anterior, son los hombres quienes manifiestan una mayor preocupación por la imagen y la estética, ya que de 20 personas que opinan que el motivo de la asistencia al centro es por la imagen, 13 son varones y 7 son mujeres.

La importancia dedicada a la actividad física y su relación con la oportunidad que esta brinda para socializarse, es descendente según la longevidad, es decir, si comparamos esta opción entre las diferentes edades, nos encontramos que va ganando simpatizantes conforme la edad aumenta. De este modo, para los menores de 25 años el hecho de llevar a cabo ejercicio con el objetivo de relacionarse no merece ningún voto, sin embargo, para aquellas personas que superan los 55 años representa casi la mitad de las opiniones, con un 44,4 y 45,4% del total. La posibilidad que ofrece la actividad física como facilitadora de relaciones personales es más coherente en la población anciana, donde existe una mayor necesidad de atención y afecto para no experimentar sensación de abandono, tal y como comentan Del Castillo et al., (2006). Según estos mismos autores, más de la mitad de las personas mayores se han visto sometidas a lo largo de su vejez, a procesos de socialización a través de la actividad física. Con estos resultados es coherente

establecer que la actividad física no solo ofrece beneficios físicos, sino también psicológicos; la ocupación del tiempo libre, el incremento de la autosuficiencia, interactuar socialmente con sus iguales o el descenso de los niveles de depresión son algunos de los motivos que llevan a los adultos mayores y ancianos a practicar actividad física (Barriopedro et al., 2007).

La importancia del aspecto físico e imagen personal, es muy importante en según qué etapas de la vida. Tal y como demuestran los resultados obtenidos, donde se observa que la preocupación por la imagen corporal es mayor entre los jóvenes (más en concreto los menores de 25 años con un 52,6% del total) y las personas de mediana edad, disminuyendo claramente en las personas mayores, las cuales ninguna de ellas ha escogido esta opción. Los más jóvenes se sienten atraídos por la forma física idealizándola en una imagen claramente atlética. “Esta preocupación por la estética es mayor en la mujer que en el varón. Según avanza la edad, sin dejar de ser importante la imagen corporal, la motivación principal hacia la práctica de actividad física se torna más hacia la búsqueda de hábitos de vida saludables” (Hellín et al., 2004).

La obesidad es un problema de salud público prioritario debido, por una parte, al gran número de personas afectadas, y que continua en aumento y por otra, a sus graves consecuencias sobre la salud. En cuanto a las repercusiones sobre la salud, la obesidad se ha relacionado con un incremento del riesgo de padecer ciertas enfermedades, entre las que se encuentran la diabetes, hipertensión, dislipemias, enfermedad cardiovascular y ciertos tipos de cáncer (Rodríguez-Rodríguez et al., 2011). Asimismo, uno de los principales objetivos en los gobiernos e instituciones del mundo desarrollado es el de mejorar la calidad de vida de la población. Relacionado con la práctica de ejercicio físico y en esta línea de promoción de la salud, la Federación Española de Medicina del Deporte (FEMEDE), en el año 2000 hizo público un manifiesto que dice literalmente “los ciudadanos de la Unión Europea necesitan con urgencia ampliar su actividad física con el fin de mejorar su nivel actual de salud y sus capacidades funcionales y mantener éstas hasta una edad avanzada” (Vuori et al., 2000). Es por ello por lo que las planificaciones de pérdida de peso son un clásico en los centros deportivos, siendo la población de 35 a 44 y 45 a 54 años, con un 38 y un 46,3% del porcentaje total respectivamente, los que más demandan estos programas.

La idea de asistir a un centro deportivo cuyo motivo es la mejora del rendimiento deportivo, es algo que no se encuentra muy extendido entre la población que asiste al centro deportivo, únicamente aquellos jóvenes menores de 25 años con un 7,8% y aquellos que tienen edades comprendidas entre los 26 y los 34 años con un 4,7%, son los que perciben esta idea como el motivo principal de la asistencia a un centro deportivo; esto se debe a que la participación en competiciones como ligas locales, nacionales, con amigos... se consideran que tienen la máxima participación durante esta época de la vida, Hellín et al., 2004. El resto de población que asiste al centro no comparte esta idea como la principal motivación a la hora de realizar actividad física.

En el centro deportivo se disponen de diferentes espacios los cuales los abonados al gimnasio pueden disfrutar, pero existen preferencias y gustos para todos y cada uno de estos miembros del centro, los cuales se van a comentar a continuación, nos encontramos con los siguientes resultados.

La piscina es una zona en la cual se da una relación proporcional con la edad, es decir, a mayor edad, más afluencia y a menor edad menor uso de este espacio. Para los jóvenes supone solamente el 7,8% del total, en contraposición, para los usuarios con una edad de 55 a 64 años es el 22,2% y aumenta todavía más con la longevidad de los abonados, ya que para aquellos que su edad supera los 65 años, suscita el 36,3% de las opiniones. Esto puede ser a que con la edad se busca más el confort y el relax y los usuarios del centro lo encuentran en la piscina. “Teniendo en cuenta la dimensión social del deporte, observamos que el grupo de más de 60 años valoró mayoritariamente la actividad acuática como lugar de cita con los amigos”. (Tuero y González, 2018) En un estudio anterior, Hellín, Moreno y Rodríguez (2004) comprobaron que los individuos de mayor edad practicaban actividad física movidos por motivos relacionados con la diversión, relajación o la necesidad de establecer relaciones sociales.

El espacio con las máquinas de musculación tiene una gran afluencia en todas las franjas de edad. Pero son los menores de 25 años aquellos que señalan esta sala como la más empleada. Relacionándolo con otra variable estudiada, los menores de 25 años son aquellos que más se preocupan por su imagen personal debido a la creciente importancia que se le otorga actualmente a la imagen, tal y como recogen Hellín et al., (2004). En esta sala de máquinas de musculación, como bien su nombre indica

están diseñadas (entre otros muchos usos) para lograr incrementar la masa muscular y favorecer el crecimiento muscular.

La zona con peso libre muestra menor afluencia que el espacio comentado anteriormente, puede deberse a que en esta zona se necesita más conocimiento de los ejercicios, ya que por lo general son movimientos que implican varias articulaciones y son menos guiados, debido a esto, una mala ejecución puede conllevar un mayor riesgo de lesión. Nuestros datos corroboran los resultados obtenidos por Arbinaga y García (2003) donde analizaron el mismo ítem y un 63,6% de los usuarios de una sala de pesos libres eran menores de 24 años. Las poblaciones que menos utilizan esta dimensión son las personas con edades comprendidas entre los 55 y los 64 años y los mayores de 65 años, quienes no han mostrado predilección por el uso de este espacio.

La zona de trabajo cardiovascular es empleada por todos los grupos de edad en mayor o menor medida. Destaca el rango de edad de 45 a 55 años, es el que mayor preferencia muestra hacia este lugar; esto coincide con uno de los aspectos analizados con anterioridad, y es que esta franja de edad es donde más programas de pérdida de peso se realiza, con un 46,3% del total. Es lógico entender que estas planificaciones para disminuir el peso estén basadas en el trabajo aeróbico, y sea este el motivo por el cual los usuarios de 45 a 55 años son los que más tiempo discurren en cintas, bicicletas estáticas, remos... etc. Prieto et al., (2015) destacó lo siguiente: “Los datos aportados en este estudio señalan que un programa de ejercicios aeróbico de 6 meses de duración produce cambios en la composición corporal y la capacidad aeróbica de los adultos mayores con índices de obesidad, mostrándose de manera significativa en el ICC, el porcentaje de grasa medido a través del sumatorio de pliegues y el test de los 6 minutos”.

CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos se puede establecer el perfil de los usuarios, siendo de gran utilidad para el centro, mejorando los servicios de los que dispone y pudiendo abarcar algún tipo de población que tenga menor afluencia.

Las principales conclusiones que podemos obtener del tema estudiado en el trabajo, es que se ha observado un incremento del sector femenino en el ámbito del fitness, puesto que los porcentajes se han igualado y ahora existe una equidad en cuanto a la asistencia de ambos sexos al centro, incluso llega a superar levemente el porcentaje de mujeres al de varones. La mayoría de estos abonados son casados/as. La franja de edad en la cual existe un mayor número de abonados es la de los 26 a los 35 años. En cuanto las ocupaciones están distribuidas, y son estudiantes, funcionarios, empleados para alguna empresa y poseedores de una formación universitaria.

La cuota de pago más empleada es la mensual y la efectúan a través de una domiciliación bancaria. Han conocido el centro en el cual están abonados gracias a sus amistades. Estiman que las instalaciones y el trato que reciben en centro deportivo son excelentes y son uno de los motivos que más tienen en cuenta a la hora de elegir este centro y no otros.

En general, los abonados visitan el centro en solitario y 4 días a la semana, el horario más demandado es a partir de las 20:00. El tiempo que dedican a los entrenamientos en el centro tiene una duración aproximada de 1-2 horas, de forma regular e independientemente de la época del año, aunque en la época invernal los abonados aumentan en mayor medida.

La mayoría de los usuarios tienen una antigüedad superior a los dos años, es decir es una clientela fidelizada, consideran que existen elementos importantes para que su experiencia en el centro deportivo sea satisfactoria, como son la gran variedad de actividades que se ofertan y las grandes instalaciones y prestaciones que se les brindan. La principal motivación por la cual llevan a cabo actividad física es por una conciencia sobre tener unos hábitos de vida saludables.

En cuanto a las clases dirigidas les resultan motivantes y fáciles de realizar. Las actividades dirigidas con un componente de trabajo cardiovascular son las más valoradas por los abonados.

El centro deportivo en su globalidad satisface las necesidades en cuanto a la práctica deportiva de la gran mayoría de los usuarios del mismo. Servicios como la valoración inicial, el servicio de revisión funcional son algunos de los servicios que ayudan a mantener contentos a los abonados.

En cuanto a las preferencias en relación con la edad, los menores de 25 años son aquellos que más utilizan la zona de máquinas, dedicándole especial preocupación a la imagen. Las personas con edades comprendidas entre los 26 y los 34 años, al igual que el grupo anterior, la zona del centro que más utilizan es el espacio dedicado a las máquinas, pero su principal motivación de asistencia es mantener un estilo de vida saludable. La franja de edad de 35 a 44 años, muestran preferencia por la sala de usos múltiples donde se llevan a cabo las actividades dirigidas y es el estilo de vida saludable el motivo de la asistencia al centro. Las personas de 45 a 54 años utilizan la zona de ejercicios cardiovasculares con frecuencia, coincidiendo también con que es el grupo de edad que más programas de pérdida de peso lleva a cabo. Los abonados con edades comprendidas entre los 55 y los 65 años, utilizan con mayor frecuencia la sala de usos múltiples y es la socialización con sus iguales lo que les mueve a asistir al centro deportivo. Y por último, las personas mayores de 65 años frecuentan con mayor asiduidad la piscina, y al igual que el grupo anterior, la socialización es la motivación principal que les incita a ir al centro.

BIBLIOGRAFÍA

- Arbinaga Ibarzábal, F., y García García, J. M. (2003). Motivación para el entrenamiento con pesas en gimnasios: un estudio piloto. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte* vol. 3 (9) pp. 49-60.
- Arufe, V., García, J.L. y Rodrigues, V. (2012). La importancia de los ayuntamientos como agentes de promoción de la actividad física saludable en personas mayores. *Habilidad Motriz*. 38, 22-28.
- Barriopedro, M. ^a. I., Eraña, I., y Mallol, L. L. (2007). Relación de la actividad física con la depresión y satisfacción con la vida en la tercera edad. *Revista de psicología del deporte*, 10(2).
- Becerra, C. A., Reigal, R. E., Hernández-Mendo, A., y Martín-Tamayo, I. (2013). Relaciones de la condición física y la composición corporal con la autopercepción de salud. *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 9(34).
- Borges-Silva, F., López, F. N., Huéscar, E., y Moreno-Murcia, J. A. (2017). El papel de la comunicación, la motivación y el disfrute sobre el compromiso en practicantes de musculación. *Universitas Psychologica*, 16(3).
- Cadarso Suárez, A., Dopico Calvo, X., Iglesias-Soler, E., Suárez, C., y Gude Sampedro, F. (2017). Calidad de vida relacionada con la salud y su relación con la adherencia a la dieta mediterránea y la actividad física en universitarios de Galicia. *Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria*, 37(2), 42-49.
- Carbonell Baeza, A., Aparicio García-Molina, V. A., y Delgado Fernández, M. (2009). Efectos del envejecimiento en las capacidades físicas: implicaciones en las recomendaciones de ejercicio físico en personas mayores. *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, (17).
- Castillo, I., Balaguer, I., y García-Merita, M. (2007). Efecto de la práctica de actividad física y de la participación deportiva sobre el estilo de vida saludable en la

adolescencia en función del género. *Revista de psicología del deporte*, 16(2).

De la Cámara Serrano, M.Á. (2015). El sector del fitness en España; análisis del gimnasio low-cost y los centros de electroestimulación integral. *SportTK: Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte*, 4 (2), 47-54.

Del Castillo, J. M., Jiménez-Beatty, J. E., Graupera, J. L., y Rodríguez, M. L. (2006). Condiciones de vida, socialización y actividad física en la vejez. *Revista Internacional de Sociología*, 64(44), 39-62.

Dosil, J. (2002). Escala de actitudes hacia la actividad física y el deporte (EAFD). *Cuadernos de Psicología del deporte*, 2(2), 43-55.

Gallardo, L. y Peñas, L.E. (2014). Proyecto Investigación Bajas de Clientes Centros Deportivos Matrix 2013-2014. *Fitness Global Report MATRIX*. Grupo IGOID de la Universidad Castilla-La Mancha.

García, S. (2011). *Características de los centros de fitness de titularidad privada en la Comunidad de Madrid*. Tesis doctoral publicada. Universidad Europea de Madrid, Departamento de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.

Garita Azofeifa, E. (2006). Motivos de participación y satisfacción en la actividad física, el ejercicio físico y el deporte. *MHSalud*, 3(1).

Garzón, M. (2007). La condición física es un componente importante de la salud para los adultos de hoy y del mañana. *Selección*, 17(1), 2-8.

Hellín, P., Moreno, J. A., y Rodríguez, P. L. (2004). Motivos de práctica físico-deportiva en la Región de Murcia. *Cuadernos de psicología del deporte*, 4.

Iborra, D. (2004). Industrial Fitness&Wellness. Monográfico. *Profesiones en el deporte*. Recuperado de: <http://www.educaweb.com/esp/servicios/monográfico/deportes/1311538.asp>

International Health Racquet and Sportsclub Association (2013). *State of the Health Club Industry. IHRSA Global Report Boston: IHRSA*.

Lagrosen, S. y Lagrosen, Y. (2007). Exploring service quality in the health and fitness industry. *Managing Service Quality*, 17, 41-53.

- Laursen, P.B. y Jenkins, D.G. (2002). The Scientific Basis for High-Intensity Interval Training. Optimizin Training Programmes and Maximising Preformance in Highly Trained Endurance Athletes. *Spots Med*, 32 (1), 53-73.
- Lera-López, F., Irisarri, G., Ollo-López, A., Sánchez Iriso, E., Cabasés Hita, J. M., y Sánchez Santos, J. M. (2017). Actividad física y salud autopercebida en personas mayores de 50 años. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte/International Journal of Medicine and Science of Physical Activity and Sport*, 17(67).
- Life Fitness Iberia (2017). *Estudio anual del mercado del fitness en España 2017*. Recuperado de: <http://www.munideporte.com/imagenes/documentacion/ficheros/014629A0.pdf>
- Martín, V. (2012). El problema del intrusismo profesional en el sector del fitness. Posibilidades de solución mediante la regulación de las titulaciones deportivas. *Revista wanceulen E.F. digital*. 9
- Ortiz, P. (2014). *Estudio de la rentabilidad en el sector del fitness a través de los balances de gimnasios y hoteles de alto nivel*. Tesis doctoral. Universidad de Huelva. Departamento de Economía.
- Park, R.J. (2007). Science, Service, and the Professionalization of Physical Education: 1885-1905. *International Journal of the History of Sport*, 24, 1674-1700.
- Prieto, J. A., Del Valle, M., Nistal, P., Méndez, D., Abelairas-Gómez, C., y Barcala-Furelos, R. (2015). Repercusión del ejercicio físico en la composición corporal y la capacidad aeróbica de adultos mayores con obesidad mediante tres modelos de intervención. *Nutrición Hospitalaria*, 31(3).
- Reverter, J. y Barbany, J.R. (2007). “Del gimnasio al ocio-salud”. *Gestión deportiva, ocio y turismo*, 90, 59-68.
- Rhodes, T. (2005). Fitness - Top 20 Facility Trends. *Fitness Management*. Recuperado de: <http://fitnessmanagement.com/articles/article.aspx?articleid=3176&zoneid=22>
- Rodríguez-Rodríguez, E., López-Plaza, B., López-Sobaler, A., y Ortega, R. (2011). Prevalencia de sobrepeso y obesidad en adultos españoles. *Nutrición hospitalaria*, 26(2), 355-363.

- Rosich, M. (2005). Estudio sobre la percepción de satisfacción en el deporte en el ámbito competitivo en una muestra de universitarios. In *Memoria del X Congreso Nacional y Andaluz de Psicología de la Actividad Física y el Deporte* (pp. 632-641).
- Sánchez Martín, J. (2011). *Business&Fitness. El negocio de los centros deportivos*. Barcelona: UOC.
- Serrano, M.D. (1997). *El delito del intrusismo profesional*. Madrid: Civitas.
- Suárez, A. D. (2006). La gestión privada en las organizaciones deportivas. *Futuras claves en la gestión de organizaciones deportivas* (pp. 103-116). Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Tornos, I. S., Iribas, C. M., Rueda, J. J. V., Uche, A. M. G., Goñi, C. A., y Martínez, M. S. (2009). Estudio poblacional de actividad física en tiempo libre. *Gaceta Sanitaria*, 23(2), 127-132.
- Tuero, C. E., y González-Boto, R. (2018). Factores psicosociales de los usuarios de instalaciones acuáticas: diferencias en función de la edad y el género. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 13(1), 137-144.
- Vaca García, M. R., Gómez Nicolalde, R. V., Cosme Arias, F. D., Mena Pila, F. M., Yalamá, Y., Vicente, S., y Realpe Zambrano, Z. E. (2017). Estudio comparativo de las capacidades físicas del adulto mayor: rango etario vs actividad física. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 36(1), 1-11.
- Vuori, I., Oja, P., Cavill, C. (2000). La Actividad Física para la Salud. *Boletín de la Federación Española de Medicina del Deporte*. 6, 1 -6.

ANEXOS

ANEXO I: ACTIVIDADES OFERTADAS POR EL CENTRO DEPORTIVO J10:

Cardiovascular:

- Zumba.
- Circuito 10.
- Step 10.
- Pump 10.
- Running J10.
- Ciclo 10.

Cuerpo y mente:

- Espalda sana.
- Pilates.
- Stretching.

Piscina:

- Aquagym.
- Matro-natación.
- Natación terapéutica.
- Rehabilitación acuática.

Natación:

- Club natación J10.
- Clases particulares de natación.
- Bebés.
- Natación infantil.
- Natación adultos.

Tonificación:

- Entrenamiento funcional.
- Tono 10.
- Cross-fitness.
- TRX-cross.
- Body sculping.
- Core.

ANEXO II: HORARIO DE ACTIVIDADES DEL CENTRO DEPORTIVO J10:

ACTIVIDADES PRIMAVERA 2018						
Inicio	Final	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
9:00	9:45	BODY SCULPTING	STEP	CIRCUITO 10	WALKING	STRETCHING
10:00	10:45	AQUAGYM PILATES	AQUAGYM	ESPALDA SANA	TONO 10	AQUAGYM CICLO 10
11:00	11:45	ZUMBA	PILATES	PUMP 10	PILATES	ENT. FUNCIONAL
15:15	16:00	ZUMBA	CICLO 10	ZUMBA	CICLO 10	ENT. FUNCIONAL
16:00	16:45	PILATES	PUMP 10	PILATES	CORE	ZUMBA
17:30	18:15	VIRTUAL	VIRTUAL	VIRTUAL	DANCE JUNIOR	VIRTUAL
18:15	19:00	ESPALDA SANA	PILATES	VIRTUAL	PILATES	VIRTUAL
19:00	19:45	ZUMBA	CORE	ESPALDA SANA	ENT. FUNCIONAL	VIRTUAL
19:45	20:30	CICLO 10 TRX-CROSS	CICLO 10 PILATES	CICLO 10 CROSS FITNESS	CICLO 10 ZUMBA	VIRTUAL
20:30	21:15	CICLO 10 PILATES	CICLO 10 ENT. FUNCIONAL	CICLO 10 ZUMBA	CICLO 10 PILATES	
21:15	22:00	CROSS FITNESS	ZUMBA	PUMP 10		
TONIFICACION		CARDIOVASCULAR		CUERPO Y MENTE		AGUA

ANEXO III: SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CENTRO DEPORTIVO J10:

Este centro, combina la rama deportiva con la vertiente del bienestar y la salud, intentando proporcionar un completo confort corporal, emocional y social a cada cliente. Los servicios que ofrece son los siguientes:

- Entrenamiento personal.
- Actividades dirigidas.
- Dietética y nutrición.
- Fisioterapia.
- Piscina y zona Wellness.
- Spa y belleza.

ANEXO IV: CUOTAS ESTABLECIDAS POR EL CENTRO DEPORTIVO J10:

En el Centro Deportivo J10 se ofrecen las siguientes cuotas:

CUOTA GENERAL		CUOTA MAÑANAS	
De 7 a 22:30 hrs		De 7 a 15 hrs	
Mensual	67,90 €	Mensual	59,50 €
6 meses* (1 de regalo)	407,40 € (58,20 €/mes)	6 meses* (1 de regalo)	357 € (51 €/mes)
10 meses** (2 de regalo)	679 € (56,58 €/mes)	10 meses** (2 de regalo)	595 € (49,58 €/mes)
12 meses*** (3 de regalo)	814,80 € (64,32 €/mes)	12 meses*** (3 de regalo)	714 € (47,60 €/mes)

CUOTA PISCINA		CUOTA EDAD ORO	
De 7 a 22:30 hrs		De 7 a 13 hrs	
Mensual	44 €	Mensual	40,50 €
6 meses* (1 de regalo)	264 € (37,71 €/mes)	6 meses* (1 de regalo)	243 € (34,71 €/mes)
10 meses** (2 de regalo)	440 € (36,66 €/mes)	10 meses** (2 de regalo)	405 € (33,75 €/mes)
12 meses*** (3 de regalo)	528 € (35,20 €/mes)	12 meses*** (3 de regalo)	486 € (32,40 €/mes)

CUOTA JUNIOR		CUOTA FINDE	
De 16 a 19 hrs		Vi: 7 a 22:30 hrs / Sab: 9 a 14 hrs	
Mensual	40 €	Mensual	37,50 €
6 meses* (1 de regalo)	240 € (34,28 €/mes)	6 meses* (1 de regalo)	225 € (32,14 €/mes)
10 meses** (2 de regalo)	400 € (33,33 €/mes)	10 meses** (2 de regalo)	375 € (31,25 €/mes)
12 meses*** (3 de regalo)	480 € (32 €/mes)	12 meses*** (3 de regalo)	450 € (30 €/mes)

HORARIO DEL CENTRO: LUNES A VIERNES DE 7 A 22:30 HRS / SÁBADO DE 9 A 14 HRS

Centro Deportivo
J10

Visita nuestra web www.centrodeportivoj10.com

CAMBIA TU ESTILO DE VIDA Y ÚNETE AL RETO J10



OTRAS CUOTAS

Trimestral Actividades: 150€/trim
Trimestral Fitness: 150€/trim
Trimestral Ciclo10: 120€/trim
Oposiciones*: 62€/mes
Universitario*: 55€/mes
Federado*: 49€/mes
Especial*: 49€/mes

(*) Incluye Valoración física
(**) Validez para 6 meses
(***) Validez para 2 meses

OTROS SERVICIOS

Entrada de día: 9,50€
Entrada piscina y termas: 7,50€
Bono 11 baños**: 64€
Bono 11 Ciclo10***: 64€
Bono 11 Entradas***: 80€
Bono Mensual: 77€
Taquilla Mensual: 10€

REQUISITOS ALTA:

Inscripción administrativa: 17€
Valoración física-deportiva: 28€
DNI
Datos bancarios
Primer abono mensual en efectivo

Menores de edad: autorización paterna y domiciliación bancaria

DESCUENTOS:

Cónyugue: 15% desc.
Hijo menor de 25 años: 15% desc.

Mayor de 65 años**: 15% desc.
Menor de 18 años: 15% desc.

(*) Los descuentos no son acumulables.
(**) Aplicable a cualquier cuota, excepto Edad de Oro y otras

CONTACTA CON NOSOTROS

☎ 974 24 38 64 ✉ contacto@centrodeportivoj10.com
Calle Fraga 7, Huesca.

Centro Deportivo
J10

ANEXO V: CUESTIONARIO PASADO A LOS USUARIOS DEL CENTRO DEPORTIVO J10:**CUESTIONARIO PARA CONOCER EL PERFIL DE PERSONA QUE ACUDE AL CENTRO**

Hola soy Pablo, un chico que está cursando el Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. Estoy llevando a cabo el Trabajo de Fin de Grado sobre el análisis de la población que asiste a un centro deportivo y para ello me sería de gran utilidad vuestra ayuda rellenando este cuestionario, es muy sencillo y se contesta en pocos minutos. Muchas gracias por vuestra colaboración.

1- Sexo:

- Mujer
- Hombre

2- Estado civil:

- Soltero/a
- Casado/a
- Viudo/a
- Divorciado/a
- Separado/a

3- Edad:

- Menos de 25 años
- Entre 26-34 años
- Entre 35-44 años
- Entre 45-54 años
- Entre 55-64 años
- 65 o más años

4- Ocupación:

- Estudiante
- Ama de casa
- Parado/a
- Funcionario/a
- Autónomo/a
- Jubilado/a

5- Nivel de estudios:

- Estudios primarios
- Formación profesional
- Bachillerato y preuniversitarios
- Titulados universitarios

6- ¿Qué tipo de cuota tiene en el Centro Deportivo?

- Mensual
- Trimestral
- Semestral

- Anual

7- Señale la forma para el pago de las cuotas que le resulta más cómoda:

- Efectivo
- Domiciliación
- Tarjeta de crédito
- Internet

8- ¿Cómo conoció las actividades en las que se encuentra inscrito en el Centro deportivo?

- Tv o prensa
- Folletos
- Instalación
- Familiar/amigos
- Internet
- Otros

9- ¿Por qué utiliza este Centro Deportivo?

- Cercanía al domicilio
- Cuenta con mi actividad preferida
- Trabajo cerca
- Gran calidad de instalaciones y buen trato personal

10- ¿Cuál es su motivación principal para practicar deporte?

- Relacionarte con otras personas
- Mejorar tu imagen personal
- Sentirte bien
- Competir
- Otras

11-Frecuencia de asistencia semanal:

- 1 día/semana
- 2 días/semana
- 3 días/semana
- 4 días/semana
- 5 días/semana
- 6 días/semana
- 7 días/semana

12-Modalidad de asistencia:

- Solo
- Con amigos/as
- Con familia
- Con pareja

13- Horario de asistencia:

- De 07:00 a 14:00
- De 14:00 a 16:00
- De 16:00 a 20:00
- A partir de las 20:00
- Sin horario fijo

14- ¿Cuánto tiempo suele dedicar diariamente a la práctica de actividades físico-deportivas en el Centro Deportivo?

- Menos de 30 minutos
- Entre 30 minutos y 1 hora
- Entre 1-2 horas
- Más de 2 horas

15- ¿En qué época del año acude más al Centro Deportivo a hacer actividad físico-deportiva?

- En verano
- En invierno
- En todas igual
- NS/NC

16- Antigüedad en el centro:

- Menos de medio año
- De 6 meses a 2 años
- Más de 2 años

17- ¿Qué elementos consideras importantes para que tu experiencia en el Centro Deportivo sea positiva? (Multirrespuesta)

- Instalaciones modernas
- Equipamiento disponible
- Monitor/a
- Vestuarios
- Variedad de actividades
- Ambiente agradable y divertido
- Otros

18- ¿Por qué razón va usted al Centro Deportivo?

- Rehabilitación
- Estilo de vida
- Socializarse
- Fisicoculturismo
- Pérdida de peso
- Salud
- Rendimiento

**19- ¿Cuándo asiste al Centro Deportivo en qué zona le gusta ejercitarse?
(Multirrespuesta)**

- Zona cardiovascular
 - Zona de pesos libres
 - Zona de máquinas
 - Piscina
 - Sala de usos múltiples (señalar la actividad favorita)
- Body Sculting Cross Fitness Trx-cross Core Pump 10 Ent.
 Funcional Circuito 10 Zumba Step 10 Ciclo 10
 Espalda sana Pilates Streching Balance 10

20- Respecto a las clases que recibe en el Centro Deportivo: (Multirrespuesta)

- Le resultan fáciles de realizar
- Son motivantes
- Las consideras útiles
- El monitor anima a practicarlas
- Son suficientes
- NS/NC

21- Dentro de las actividades que ofrece el Centro Deportivo. ¿de qué categoría le gustaría que hubiera más horas a lo largo del día?

- Cardiovascular
- Cuerpo y mente
- Cursillos de natación
- Piscina
- Tonificación

22- ¿Consideras que las ofertas que ofrece el Centro Deportivo satisfacen sus intereses de práctica deportiva?

- Si
- No
- NS/NC

23- Respecto a los entrenamientos que sigue en el centro, ¿de dónde obtiene los entrenamientos?

- Internet (páginas web)
- Un amigo/a que me ha pasado el entrenamiento que el realiza
- Revistas deportivas
- Monitor de sala del Centro Deportivo