

Entrenamiento físico en gimnasio vs. entrenamiento físico orientado por medios digitales. Comparación de la experiencia del usuario y la satisfacción entre las dos modalidades en tiempo de pandemia Covid 19

Olga Lucia Ortegón Cardona (Directora)

Daniela Páez Martínez

Universidad El Bosque

Facultad de Psicología

Especialización en Investigación de Mercados y del Consumo

Bogotá D.C., enero de 2021

**UNIVERSIDAD EL BOSQUE**  
**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**  
**TRABAJO DE GRADO**

---

**NOTA DE SALVEDAD**

La Facultad de Psicología de la Universidad El Bosque informa que los conceptos, datos e información emitidos en el trabajo de grado titulado:

Entrenamiento físico en gimnasio vs. entrenamiento físico orientado por medios digitales. Comparación de la experiencia del usuario y la satisfacción entre las dos modalidades en tiempo de pandemia Covid 19

Presentado como requisito para optar por el título de Especialista en Investigación de Mercados y del Consumo, son responsabilidad de los autores quienes reconocen ante la Universidad que éste trabajo ha sido elaborado de acuerdo con los criterios científicos y éticos exigidos por la disciplina y la Facultad.

## **Agradecimientos**

Agradezco a los docentes que hicieron parte de mi formación ya que gracias a ellos tuve las herramientas necesarias para llevar a cabo mi investigación y lograr un análisis integral de la información recopilada.

Así mismo agradezco a la directora Olga Lucia Ortegón Cardona por su apoyo, orientación y confianza en mi investigación. El aporte de sus conocimientos y experiencia permitió que el resultado fuera el esperado.

De igual manera cada una de las observaciones y apoyo recibido por parte del jurado y del director Germán Mauricio Rojas Sánchez, dieron lugar a la culminación exitosa del proceso.

## **Dedicatoria**

A:

Dios, por darme la oportunidad y los medios para subir un escalón más en mi formación académica.

Mi madre, quien es mi fortaleza, inspiración y fuente inagotable de amor y ganas de superación por medio del esfuerzo y la dedicación. Mi motor y mayor ejemplo a seguir.

Mis compañeros de estudio y amigos, quienes tuvieron un papel importante por el apoyo y motivación en el desarrollo de todo el proceso.

# Entrenamiento físico en gimnasio vs. entrenamiento físico orientado por medios digitales. Comparación de la experiencia del usuario y la satisfacción entre las dos modalidades en tiempo de pandemia Covid 19

Olga Lucia Ortegón Cardona<sup>1</sup>, Daniela Páez Martínez<sup>2</sup>

## Resumen

El propósito del presente estudio fue identificar los diferentes aspectos que influyeron en los consumidores de servicios de entrenamiento físico de gimnasios de la ciudad de Bogotá, al momento de decidir el método idóneo de entrenamiento físico a continuar, gracias a la evaluación de su experiencia en la práctica de dos modalidades (presencial y/o a través de medios digitales). Para lograr dicho fin se realizó un análisis cualitativo con 11 personas cuya indagación se centró en conocer la modalidad de entrenamiento físico desarrollado antes de la pandemia COVID 19, la modalidad con la que continuó el entrenamiento durante la cuarentena obligatoria y finalmente la modalidad con la que decidió continuar el entrenamiento físico una vez se autorizó la apertura de los gimnasios en la ciudad de Bogotá. Esta indagación, permitió identificar aquellas particularidades que son de importancia en la experiencia para consumidores de servicios de entrenamiento y a su vez el método que tuvo mayor acogida.

*Palabras clave:* Entrenamiento Físico – Métodos de Entrenamiento – Métodos de Entrenamiento Digital – Experiencia de Usuario – Centro de Entrenamiento – Fitness – Toma de Decisión.

---

<sup>1</sup> Ingeniera Industrial de Alimentos. Especialista en Gerencia de Mercadeo. Directora del trabajo de grado

<sup>2</sup> Estudiante que opta por el título de Especialista en Investigación de Mercados y Consumo

## Tabla de contenido

<b>Capítulo primero</b>	7
<b>Introducción</b>	7
<b>Justificación</b>	8
<b>Objetivo general</b>	10
<b>Objetivos específicos</b>	10
<b>Capítulo segundo</b>	11
<b>Aplicación de la psicología del consumidor en el entrenamiento físico</b>	11
<b>Capítulo tercero</b>	24
<b>Método</b>	24
<b>Tipo de estudio</b>	24
<b>Diseño</b>	24
<b>Participantes</b>	25
<b>Instrumento</b>	25
<b>Procedimiento</b>	26
<b>Aplicación</b>	26
<b>Capítulo cuarto</b>	27
<b>Resultados</b>	27
<b>Entrenamiento Antes de la Cuarentena</b>	27
<b>Entrenamiento Durante de la Cuarentena</b>	28
<b>No continuó entrenando.</b>	29
<b>Si continuó entrenando.</b>	30
<b>Entrenamiento Después de la Cuarentena</b>	32
<b>Comparativo Hábitos de Entrenamiento (antes de la cuarentena y durante de la cuarentena)</b>	34

<b>Comparativo Métodos de Entrenamiento (antes de la cuarentena y durante de la cuarentena)</b>	35
<b>Comparativo Ventajas Métodos de Entrenamiento (antes de la cuarentena y durante de la cuarentena)</b>	36
<b>Resultados Teoría Fundamentada</b>	38
<b>Capítulo quinto</b>	40
<b>Discusión</b>	40
<b>Referencias</b>	42
<b>Apéndices</b>	45

### **Lista de figuras**

<i>Figura 1.</i> Modelo de Comportamiento del Consumidor (Kotler & Keller, 2012, p. 161).	12
<i>Figura 2.</i> Modelo de Cinco Fases para el Proceso de Decisión de Compra (Kotler y Keller, 2012, p.166).	13
<i>Figura 3.</i> Factores que intervienen en la experiencia de usuario (Arhippainen y Tähti, 2003).	17

### Lista de tablas

Tabla 1		
<i>Comparativo Hábitos de entrenamiento antes de la cuarentena y durante la cuarentena.</i>		34
Tabla 2		
<i>Comparativo Métodos de entrenamiento antes de la cuarentena y durante la cuarentena.</i>		35
Tabla 3		
<i>Comparativo ventajas Métodos de entrenamiento antes de la cuarentena y durante la cuarentena.</i>		37

### **Lista de apéndices**

<b>Apéndice A. Red de códigos de hábitos de entrenamiento antes y después de la cuarentena.</b>	<b>45</b>
<b>Apéndice B. Red de códigos de métodos de entrenamiento antes y después de la cuarentena.</b>	<b>46</b>
<b>Apéndice C. Red de códigos de métodos de entrenamiento antes y durante la cuarentena.</b>	<b>47</b>
<b>Apéndice D. Guía de sesiones de grupo.</b>	<b>48</b>

## **Capítulo primero**

### **Introducción**

Hoy en día, el consumo de la sociedad se ha visto impactado por diferentes tendencias tecnológicas que permiten tener diversos puntos de vista al momento de tomar decisiones de compra frente a productos o servicios que se requiera según la necesidad.

Una de las tendencias que han tenido mayor impacto es el cuidado de las personas no solo a nivel de alimentos como lo sería el consumo de productos orgánicos, sino también a nivel de estado físico; por ello, se han desarrollado diferentes plataformas tecnológicas que facilitan el acceso a la información necesaria para aplicar dicha tendencia en la vida cotidiana.

Desde los inicios del año 2020, el mundo en general está viviendo una situación de crisis sanitaria por la propagación del virus COVID-19, el cual, debido a su alto nivel de contagio, orquestó que toda la sociedad viviera en estado de cuarentena y resguardo, evitando así que sitios de alto tráfico de personas como restaurantes, oficinas, gimnasios, etc., tuvieran que cerrar sus puertas. La cotidianidad de la sociedad migró a sus hogares, generando así la necesidad inmediata de la digitalización y el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas que se tienen a la mano.

Ahora bien, tomando como base la tendencia del cuidado personal y el uso de herramientas digitales, se consideró importante analizar que la experiencia del usuario fuera la variable foco que mantiene servicios como el entrenamiento físico. Por lo anterior, el propósito de este estudio cualitativo interpretativo bajo la Teoría Fundamentada es el de comparar la experiencia del consumidor (interacción, adaptación, tiempo, emociones y motivación) y la satisfacción con los resultados (estado físico) al realizar entrenamiento bajo las

siguientes metodologías: entrenamiento realizado en un gimnasio y entrenamiento a través de métodos digitales.

Teniendo en cuenta las particularidades de cada servicio de entrenamiento, se consideró importante identificar los factores que influyen en la toma de decisión de los usuarios al momento de realizar la elección y preferencia de un método.

Cabe resaltar que para lograr lo anteriormente planteado, se destaca que siendo la cuarentena obligatoria por la pandemia del COVID 19, el factor impulsador para el cambio de hábitos de las personas, se realiza el fraccionamiento de los momentos para el análisis de la presente investigación. Se inicia con los hábitos de entrenamiento antes de la cuarentena obligatoria, posteriormente, se evidencian los nuevos hábitos durante la cuarentena, y por último la adaptación que se realizó y la toma de decisión en tiempos de post cuarentena.

### **Justificación**

El desarrollo de la presente investigación va a extender el conocimiento sobre el comportamiento del consumidor de servicios de entrenamiento físico teniendo en cuenta variables como motivación, satisfacción de los resultados obtenidos y experiencia del usuario en una línea de tiempo antes de la cuarentena obligatoria por COVID 19, durante la cuarentena y una vez se hizo la reactivación del comercio y reapertura de los gimnasios en la ciudad de Bogotá.

Adicionalmente se considera importante destacar y tomar como punto de referencia, estudios sobre la experiencia del usuario en centros de entrenamiento y el impacto de la tecnología en ello, como el estudio realizado en Estados Unidos en el año 2005, el cual concluyó que las personas que asisten a centros de entrenamiento consideran importante el servicio de guardería para niños, el aseo, la atención entre otros servicios que atribuyen puntos positivos adicionales a la experiencia que tienen como usuarios (Lam, Zhang & Jensen, 2005).

A su vez es relevante tener presente aquellos factores que son considerados importantes al momento de analizar la experiencia del usuario de cara a las plataformas digitales y todas aquellas interfaces que generan ese llamado a la adquisición y uso de esta. (Dube & Helkkula, 2015).

La presente investigación permitió aportar análisis que apoyan la mejora de estrategias relacionadas a la fidelización de usuarios de servicios de entrenamiento físico, ya sea en gimnasio o por medios digitales, aumento de suscripciones a estos y canales de comunicación por parte del sector del acondicionamiento físico para lograr sus objetivos, como el hecho de mejorar la experiencia del usuario. Si bien actualmente se está realizando la potencialización del mundo digital, es importante enfocar estos avances en la práctica de la actividad física teniendo en cuenta el resultado de la encuesta de tendencias fitness del año 2019 (Thompson, 2019).

Los resultados aquí obtenidos impactan indirectamente de forma positiva el entrenamiento físico y la motivación que tienen los practicantes de dicha actividad, puesto que fomenta la generación de nuevas estrategias de vinculación y fidelización con el fin de aumentar la participación de la población en actividades físicas, teniendo en cuenta principalmente los efectos negativos que pudo generar la cuarentena obligatoria por COVID 19 como lo sería la ansiedad y el estrés.

Si se analiza a nivel de la niñez y adolescencia, luego de tener artículos de opinión como el presentado en el periódico El Tiempo, en el cual evidencian que el sedentarismo en la juventud se encuentra en aumento, es importante generar conciencia y estrategias que promuevan la actividad física incluyendo a la tecnología, ya que es considerada como uno de los factores más influyentes debido a que “anima a estar más tiempo sentado, ser menos activos en general, jugar más con aparatos digitales, conducir más y andar menos” (Unidad de Salud - Con AFP y EFE, 2019).

Ahora bien, tomando como base la cuarentena obligatoria tras la pandemia del COVID 19, es importante destacar que como lo manifiesta la Universidad de los Andes:

“Cada sesión de actividad física reduce los síntomas de depresión y ansiedad (Basso et al., 2017), por lo que estar activo todos los días puede ser un antídoto parcial para el estrés de la pandemia. Para las personas que ya sienten angustia, estar activo es tan efectivo como los medicamentos y la psicoterapia. (Powell et al., 2019).” (Sallis y Pratt, 2020).

### **Objetivo general**

Comparar la experiencia y la satisfacción de los usuarios que realizaron entrenamiento físico antes de la cuarentena de manera presencial en el gimnasio, y a través de plataformas digitales durante el tiempo de la pandemia de COVID 19.

### **Objetivos específicos**

1. Conocer el perfil o características de las personas que realizan entrenamiento físico digital y entrenamiento físico presencial en gimnasios de Bogotá.
2. Resaltar los factores que motivan a cada tipo de perfil a realizar entrenamiento digital y entrenamiento presencial en gimnasios según corresponda.
3. Comparar el grado de satisfacción que se genera entre las dos modalidades mencionadas anteriormente.
4. Conocer las recomendaciones de los usuarios de servicios de entrenamiento físico a los gimnasios para la correcta adaptación a los cambios que implementó la pandemia del COVID 19 en la nueva normalidad.

## **Capítulo segundo**

### **Aplicación de la psicología del consumidor en el entrenamiento físico**

Esta investigación se encuentra enfocada en aspectos que interactúan entre sí como determinantes de la decisión de comprar un producto o servicio. Se da inicio al marco de referencia partiendo de la psicología del consumidor analizando su comportamiento al momento de identificar necesidades. Ahora bien, siendo la práctica de actividad física el elemento central de la investigación se considera necesario analizar los aportes teóricos que brinda la psicología de la salud respecto a la influencia que genera la actividad física en pacientes que presentan estados de estrés, baja autoestima y como tal en la prevención de enfermedades.

Una vez analizada la posición de la psicología de la salud frente a la práctica de actividad física y los resultados entendidos como satisfacción de la necesidad, se llega a uno de los pilares más importantes de esta investigación, ya que es considerado como tendencia en el ámbito del consumo: la Experiencia de Usuario (UX). En esta sección del marco de referencia, se analiza el impacto que tiene la UX en el proceso de toma de decisión de compra, en la fidelización que las compañías buscan generar en los individuos, y la manera en la cual el mundo digital es eje primordial al momento de generar experiencias diferentes y únicas en el proceso de satisfacer las necesidades.

Así mismo, para dar introducción al método utilizado en la investigación, se analizaron las tendencias fitness para el año 2020 teniendo en cuenta factores como la tecnología y la evolución de las diferentes disciplinas desde el año 2007 hasta la actualidad.

Como fuente importante de información se analiza la teoría fundamentada, siendo esta el eje de sustentación y ejecución de la investigación.

Al incursionar en la psicología del consumidor, es necesario entender que cada vez que una persona toma la decisión de comprar determinado producto o servicio, es porque previamente a realizado un proceso de toma de decisión donde comprende factores como el precio o la calidad, aunque no sea consciente de ello. La psicología del consumidor, bajo la teoría de Abraham Maslow (Maslow, 1991), sugiere que existe una pirámide jerárquica de necesidades, la cual expone el nivel de importancia de estas:

“Cuando estas a su vez están satisfechas, de nuevo surgen otras necesidades (todavía más superiores) y así, sucesivamente. Esto es lo que queremos decir cuando afirmamos que las necesidades humanas básicas están organizadas dentro de una jerarquía de relativa potencia o predominio.” (Maslow, 1991, p.25).

Ahora bien, siguiendo bajo la línea de la psicología del consumidor, se evidencia que, tras identificar la necesidad, inicia el proceso de toma de decisión de compra. Dicho proceso ha sido analizado bajo diferentes teorías como por ejemplo la teoría normativa que hace referencia al cómo se debería decidir (el deber ser), la cual se fundamenta en investigación comportamental procedente de modelos económicos y matemático de mediados del siglo XX; pero a su vez, se encontraron teorías descriptivas que focalizan la atención en la manera real en la cual se toma la decisión.

Si se analiza el proceso de toma de decisión a nivel matemático, se encuentran herramientas como El Árbol de Decisiones el cual “representa las líneas de acción o las opciones que se consideran, la probabilidad de lo que se obtenga al elegir cada línea de acción y las consecuencias que se seguirán de cada elección.” (Smith y Kosslyn, 2008, p.389).

Como se puede evidenciar, el árbol de decisiones permite disminuir la incertidumbre frente a las consecuencias de las decisiones.

Si se toma como premisa el hecho que la satisfacción de una necesidad se da tras la evidencia de un estímulo, es oportuno hablar del Modelo de Comportamiento del Consumidor, el cual expone que:

“los estímulos de marketing y del entorno entran en la conciencia del consumidor, en donde un conjunto de procesos psicológicos se combina con ciertas características del individuo para generar procesos de decisión y

decisiones de compra. La tarea del especialista en marketing es comprender qué sucede en la conciencia del consumidor entre la llegada del estímulo de marketing externo y las decisiones definitivas de compra”. (Kotler y Keller, 2012, p.160).

En la Figura 1 se evidencia el modelo, mostrando la relación de estímulo-respuesta:

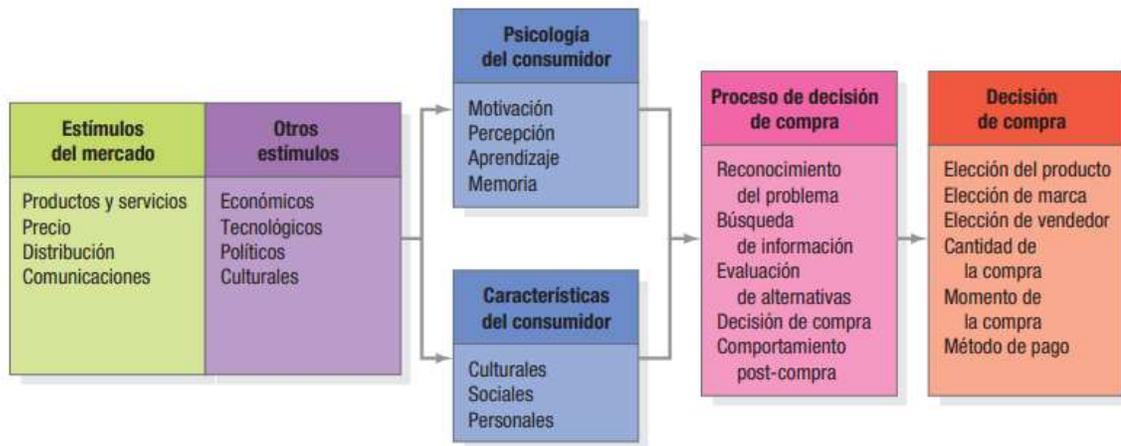


Figura 1. Modelo de Comportamiento del Consumidor (Kotler y Keller, 2012, p.161).

Si se analiza la gráfica anterior se encuentra que, si bien se tiene un estímulo frente a una necesidad por satisfacer, existen diferentes factores que influyen en el mismo, es decir, entran en acción procesos psicológicos básicos (motivación, percepción, aprendizaje y memoria) que interactúan entre sí para estructurar poco a poco la información recibida en el cerebro del individuo.

Es importante destacar que al ser parte de una sociedad (entendiéndose como grupo de personas) y así mismo tener interacción entre sí, genera que variables como la cultura, la economía, la religión, la política, entre otros; lleguen a influenciar en las decisiones que el individuo toma al momento de realizar compras ya sea de productos o servicios.

Por lo anteriormente expuesto, en la investigación se tomó como foco de análisis el modelo de cinco fases para el proceso de decisión de compra el cual “toma en juicio toda la gama de consideraciones que surgen cuando un consumidor se enfrenta a la necesidad de hacer una nueva compra con grandes implicaciones.” (Kotler y Keller, 2012, p.166). El modelo de cinco fases se presenta a continuación en la Figura 2:



*Figura 2.* Modelo de Cinco Fases para el Proceso de Decisión de Compra (Kotler y Keller, 2012, p.166).

Si se aplica el anterior modelo al tema foco de esta investigación, se puede entender que la relación sería la siguiente:

1. Reconocimiento del Problema: Mejorar el estado físico y focalizar ejercicios de entrenamiento al desarrollo maximizado de determinadas áreas del cuerpo.
2. Búsqueda de Información: Centros de entrenamiento, opciones digitales, apps, entrenadores personalizados, practicar algún deporte, costo/beneficio.
3. Evaluación de alternativas: Analizar la información recopilada para garantizar cual alternativa satisface la necesidad identificada.
4. Decisión de Compra: Realizar la compra del servicio escogido.
5. Comportamiento Post-Compra: Evaluar el nivel de satisfacción con los resultados de la compra, analizar si se convertiría en una compra frecuente, fidelización al servicio.

Ahora bien, hasta el momento se ha tenido en cuenta el aporte teórico que ha realizado la psicología del consumidor para este estudio, sin embargo, es importante resaltar a su vez, que, al tener aspectos relacionados al bienestar del individuo, no se puede dejar de lado la contribución teórica de la psicología de la salud.

Una de las premisas más importante que relacionan la psicología del consumidor con la psicología de la salud, es que, en la psicología del consumidor se busca entender el comportamiento del consumidor con el fin de garantizar ventas y satisfacer necesidades, pero para este caso en específico, la necesidad según el sujeto puede estar relacionada con aspectos fisiológicos como la salud, de autoestima o de autorrealización; y allí es donde inicia la interacción con la psicología de la salud puesto que se ha evidenciado que la práctica de actividad física fortalece el autoestima, la autoconfianza, mejora el funcionamiento mental del individuo entre otros beneficios.

Teniendo en cuenta lo anterior, se toma como base que la psicología de la salud:

“es la rama aplicada de la psicología que se dedica al estudio de los componentes subjetivos y de comportamiento del proceso salud-enfermedad y de la atención de la salud. Consecuentemente, a la psicología de la salud le interesa el estudio de aquellos procesos psicológicos que participan en la determinación del estado de salud, en el riesgo de enfermar, en la condición de enfermedad y en la recuperación, así como las circunstancias interpersonales que se ponen de manifiesto en la prestación de los servicios de salud, lo que se expresa en el plano práctico en un amplio modelo de actividad que incluye acciones útiles para la promoción de salud, la prevención de las enfermedades, la atención de los enfermos y personas con secuelas, y para la adecuación de los servicios de salud a las necesidades de los que los reciben”. (Morales, 1999, p.88).

Al analizar la previa definición, se puede entender que la principal relación con el objetivo que tiene esta investigación es que, la psicología de la salud no se puede encasillar únicamente en la relación salud-enfermedad, sino que tiene diversos escenarios de acción como por ejemplo la atención e intervención de los pedidos de carácter estético.

Cuando se habla de la atención e intervención de los pedidos de carácter estético, se puede dividir en dos grandes grupos teniendo en cuenta sus características: (a) los pacientes que se realizan intervenciones estéticas y (b) los pacientes que realizan actividad física. Si bien los dos tienen métodos de acción diferentes, existen factores como la sensación de bienestar, el aumento de la autoestima, la valoración del entorno, la depresión, definición de lo “bonito” y lo “feo”, entre otros; que generan relación entre sí ya que son los motivadores al momento de tomar la decisión.

Si se analiza el primer grupo (pacientes que se realizan intervenciones estéticas), se puede ver una gran gama de métodos que se ofertan en el mercado para llegar a la idea de “cuerpo perfecto” como por ejemplo procedimientos cosméticos donde se encuentra la colocación de pestañas, extensiones de cabello, entre otros; y tratamientos estéticos con diferentes niveles de invasión en el organismo, desde la ortodoncia hasta el implante de prótesis o eliminación de grasa localizada. Ahora bien, se han desarrollado diferentes estudios gracias a los cuales se ha tenido como resultado que “si bien los cambios logrados

fueron bien recibidos, la mayoría de los pacientes ansiaban “algo más” que no lo podía ofrecer el tratamiento y que tenía relación con un pobre sentimiento de estima por sí mismos. El aumento de la autoestima solo se logró de manera parcial y transitoria” (Díaz, 2010, p.69).

Tomando como punto de referencia lo planteado anteriormente, al momento de abarcar el segundo grupo (los pacientes que realizan actividad física), se observa cierta variación en los resultados de los análisis ya que:

“en todo caso, basta señalar que los profesionales de la salud están de acuerdo en que la persona que realiza regularmente actividades físicas (caminar) o ejercicio (acudir a un gimnasio, correr) se beneficia de una menor probabilidad de contraer ciertas enfermedades, a la vez que puede disfrutar de sensaciones de bienestar” (Blasco, Capdevila y Cruz, 1994, p.20).

Cuando se habla de la actividad física y la salud, normalmente se asocia de manera positiva donde se entiende que realizar deporte y mantenerse activo físicamente, genera resultados efectivos relacionados a la prevención de enfermedades, a la disminución del estrés y la depresión, al aumento de la autoestima y así mismo puede llegar a promover la valoración del entorno en casos de deportistas de alto desempeño.

Diferentes estudios han hecho revisión del motivo por el cual realmente el deporte es beneficioso para la salud de los individuos y bajo qué características:

“Teóricos ... han encontrado en un grupo de nadadores que estos están menos ansiosos, deprimidos, enfadados y confusos y más vigorosos después de nadar que antes de hacerlo, aunque estos efectos se ven reflejados a corto plazo y no se mantienen en el tiempo ... resaltan que la mayor parte de los beneficios para la salud mental se deriva de la práctica de ejercicio de baja intensidad, ya que ejercicio físico que demande demasiado esfuerzo, puede generar altos niveles de ansiedad y tensión muscular.” (Salvador, Suay, Martínez, y González, 1995).

Es importante destacar así mismo que, el estudio de la disminución de niveles de estrés y ansiedad tras la práctica de ejercicio físico ha desencadenado diferentes teorías del por qué se da este resultado en los individuos. Por una parte se encuentran teóricos que argumentan que dicha disminución del estrés y ansiedad se da por la hipótesis de la

distracción (Bahrke & Morgan, 1978), la cual indica que al realizar ejercicio físico, el individuo sufre una desviación de la atención de estímulos que le generan estrés; y por otra parte, se encuentran hipótesis con mayor divulgación donde se considera que dichas disminuciones son el resultado de la acción de diferentes sustancias del organismo como las endorfinas (Pargman & Baker, 1980), encargadas de bloquear los detectores de dolor por ejemplo.

Como se ve en los párrafos anteriores, aquellos factores que son considerados como motivantes para el grupo a como para el grupo b, pueden llegar a tener resultados contrarios gracias a los métodos de acción que cada uno utiliza.

Ahora bien, tomando como base el análisis anterior se puede llegar a evidenciar la manera en la cual existen puntos de relación en las diferentes teorías analizadas hasta el momento, ya que es notorio que el objetivo es satisfacer la necesidad del individuo como lo es su bienestar, se considera fundamental explorar la manera en la cual la experiencia del usuario está tomando fuerza como indicador y pilar estratégico al interior de las compañías, generando así que la psicología, el mercadeo y en términos de esta investigación, la actividad física, comiencen a interactuar de manera más cercana bajo un mismo objetivo, y es satisfacer la necesidad de bienestar de las personas tomando como base el análisis del comportamiento del consumidor y la estructuración de una estrategia que permita dar valor agregado y posterior fidelización del mismo.

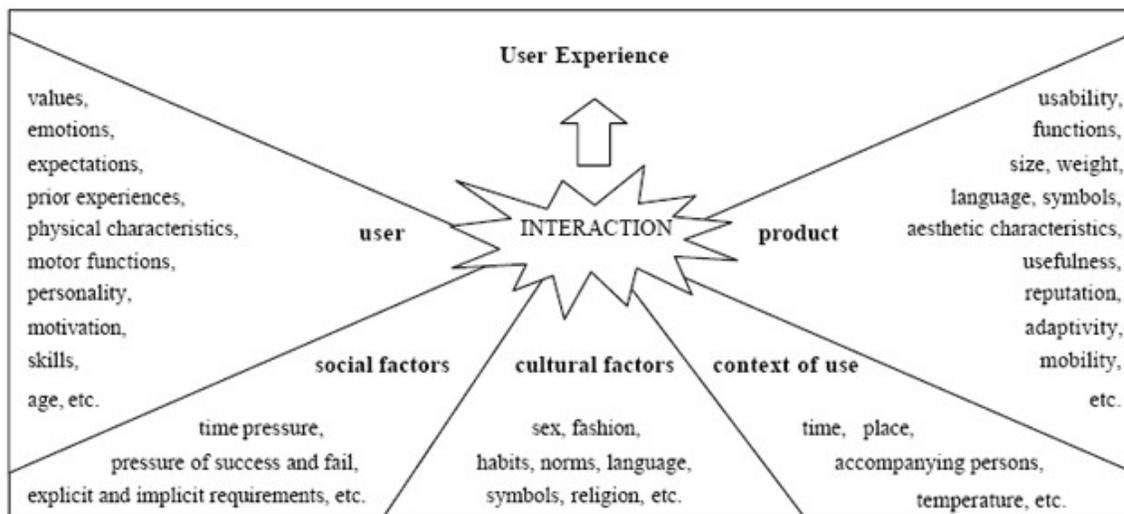
Cuando se habla de la experiencia de usuario no se puede entender únicamente como el momento en el cual se realiza la compra por parte del individuo, sino que por el contrario comprende muchos aspectos como el personal, la percepción de la marca, la presentación de los productos y servicios, los tiempos, la decisión de compra, entre otros.

La Experiencia de Usuario (User eXperience, Ux) evalúa las interacciones de los usuarios y los productos con la finalidad de determinar una experiencia de gran calidad en la utilización de cualquier sistema (Hassenzahl & Tractinsky, 2006). Si bien se entiende con la anterior definición la manera en la cual la interacción entre un consumidor y un producto o servicio genera la experiencia de este, es importante destacar que dicha experiencia se ve influenciada por diferentes factores que son ajenos al producto o servicio en sí mismo.

De cara a la presente investigación, se asume la siguiente definición: “La valoración subjetiva (agradable/desagradable), intencional, interconectada y consciente resultado de la interacción usuario-producto, la cual ocurre en un contexto y tiempo determinados” (Ortiz, 2014, p.91).

Al considerarse una apreciación subjetiva por parte del consumidor de productos y/o servicios, se resaltan intervenciones de autores que manifiestan que “el comportamiento emocional del usuario es resultado de tres factores diferentes: las emociones evocadas por el producto durante la interacción, el estado de humor del usuario y los sentimientos pre-asociados por el usuario al producto.” (Hassan y Martín, 2005). Por lo anterior se puede justificar que la valoración que se da a un producto o servicio de manera favorable o desfavorable, si bien tiene gran responsabilidad el productor de este, un porcentaje considerable de influencia en la decisión de compra, la genera el entorno e individualidad del consumidor.

A continuación, en la Figura 3, se evidencian los diferentes factores que intervienen en la interacción que tiene un consumidor y que a su vez promueve una experiencia favorable o desfavorable:



*Figura 3.* Factores que intervienen en la experiencia de usuario (Arhippainen y Tähti, 2003, p.28).

Cuando se habla de valoración positiva o negativa por parte del consumidor, hace referencia al agrado y satisfacción de la necesidad que tiene el consumidor, el

acompañamiento que puede llegar a realizar la marca con el fin de generar fidelización, y la sensación de incluso superar las expectativas por medio del valor agregado que pueda percibir el consumidor. Pero si por el contrario el producto o servicio no cumple su promesa de valor y adicionalmente genera desgaste en el consumidor, se evidencia valoración desfavorable.

El objetivo de la experiencia de usuario es generar estrategias que permitan garantizar no solo la compra por parte del individuo, sino la recordación de la marca, la fidelidad a la misma, y generar de esta manera la diferenciación frente a la competencia. Para efectos de conocimiento de la investigación, la experiencia de usuario va a ser abordada con relación a los servicios de entrenamiento y acondicionamiento físico.

Es importante resaltar que, a la fecha no se cuenta con investigaciones formales que permitan identificar un análisis real de la experiencia de usuario en centro de entrenamiento o en la práctica de actividad física en Colombia. Por lo tanto, como contraste a esta investigación se analiza un estudio realizado en Estados Unidos donde tras evidenciar que la conciencia sobre la salud de los estadounidenses había sufrido un aumento significativo, se revisaron estadísticas de consumo que arrojaron como resultados que en los últimos 10 años las membresías en clubs de salud y fitness habían aumentado de 17.3 millones a 39.4 millones para el año 2004 (Lam, Zhang & Jensen, 2005).

Tras analizar las estadísticas anteriores, dicho estudio formuló un modelo para determinar la calidad del servicio brindado en los clubs fitness aplicándolo a los suscriptores de los mismos, donde las variables a evaluar eran las siguientes: personal, programa, cuidado de niños, vestuario, instalaciones físicas e instalaciones de entrenamiento. Como resultado de la investigación, se obtuvo que la construcción del modelo y la selección de artículos teóricos fue compatible con el entorno actual de los clubs fitness. (Lam, Zhang & Jensen, 2005).

Ahora, tomando como base las diferentes consultas a soportes teóricos y estadísticos, dicha información hace evidente la necesidad de dinamizar las diferentes líneas de entrenamiento, por ello, anualmente la ACSM American College of Sports Medicine, realiza una encuesta mundial de tendencias de acondicionamiento físico, en el cual “Más de 3.000 profesionales de la salud y el estado físico clasificaron 38 posibles tendencias en

una escala de 1 (menos probable que sea una tendencia) a 10 (más probable que sea una tendencia)” (Thompson, 2019 p.11).

Al detallar los resultados de la encuesta se observa que dentro del top 5 se encuentran las 2 variables fundamentales a comparar en esta investigación: el componente tecnológico y el entrenamiento personal.

Es importante destacar que, si se analizan las puntuaciones año tras año, se evidencian variaciones significativas frente a las disciplinas que son tendencia Fitness. Por ejemplo, una de las disciplinas que más variación ha tenido con el pasar de los años es el Yoga, ya que en el año 2008 se encontraba en la posición No. 10, posteriormente desapareció hasta el año 2014. Desde ese momento estuvo en las posiciones No. 8 y 7, más sin embargo para el año 2020 ya no se referencia como tendencia fitness. (Para contenido complementario de las estadísticas, consultar: <http://links.lww.com/FIT/A133>).

Teniendo en cuenta la información anterior, es importante abarcar con mayor profundidad la manera en la cual la tecnología está influenciando en gran magnitud el desarrollo de actividades físicas y así mismo la experiencia del usuario como tal.

Las diferentes aplicaciones tecnológicas que se encuentran en el mercado, tienen como reto generar soluciones a las necesidades del público tomando como motivador y móvil de decisión de consumo, una serie de interfases que deben ser suficientemente llamativas e intuitivas en su uso, para que el usuario no desista de esta, sino que por el contrario llegue a generar fidelización a la misma. Hay que tener en cuenta que, para generar una buena experiencia de usuario frente aplicaciones de teléfonos inteligentes, es fundamental no perder de vista factores como el proceso experimentando la herramienta, el resultado, el tiempo y su ubicación (Dube & Helkkula, 2015).

Es claro que los seres humanos tienen diferentes tipos de necesidades, y una de las más importantes es la necesidad de comunicarse. Es por ello por lo que, en la actualidad, en el mercado del desarrollo tecnológico podemos encontrar gran variedad de aplicaciones web que permiten mantener comunicaciones constantes con seres queridos e incluso a migrado a niveles laborales, como por ejemplo la necesidad del home office para algunas compañías.

Aplicando la anterior información al eje de este estudio, se puede evidenciar que, tras la necesidad de tener un estilo de vida más saludable, se han desarrollado diferentes

aplicaciones con el objetivo de brindar información nutricional, rutinas de entrenamiento, tips, seguimiento de avance, entre otros.

En diferentes países se han realizado análisis frente al impacto que tiene las aplicaciones o herramientas tecnológicas móviles frente a las actividades físicas y la salud. Un ejemplo claro de ello es la investigación que se realizó en el oeste de Irlanda, donde se buscó explorar las opiniones y experiencias de los participantes sobre el uso de teléfonos inteligentes para promover la actividad física en la atención primaria, el cual dio como resultado que la aplicación analizada, facilitaba un cambio positivo del comportamiento de los participantes frente al ejercicio, y a su vez, que se puede tener un efecto cascada, en el cual el entorno de los participantes (familia, amigos) se vieran influenciados y motivados a realizar la misma práctica (Casey y colaboradores, 2014).

Es importante resaltar que la tecnología, al ser una tendencia a nivel mundial, genera novedad y así mismo, motivación para tener mayor conocimiento de ella de cara a los intereses particulares que posea cada individuo, por ello, poco a poco se ve la necesidad de estar a la vanguardia en aquellos dispositivos que brindan la posibilidad de facilitar las actividades cotidianas.

De igual manera, para las personas que quizás no se encuentran familiarizadas con el funcionamiento de un teléfono inteligente, de las aplicaciones o herramientas que este brinda; es posible que el uso del mismo se vea restringido y se pueda asociar con falta de seguridad de la información e incluso pérdida de la misma. Por lo anterior, se evidencian investigaciones como la realizada en Londres con el objetivo de hacer análisis de las aplicaciones más populares del Reino Unido frente a la práctica de actividad física y las características que son fundamentales para tener una buena experiencia del usuario. Como resultado del estudio, se encontró que, aunque hay una usabilidad alta de las aplicaciones, así mismo se manifiesta una preocupante falta de controles de seguridad para los datos personales de los usuarios (Bondaronek y colaboradores, 2018).

Basado en el anterior contexto, se genera como incógnita adicional en la presente investigación la manera en la cual el aspecto socioemocional puede llegar a influenciar en la toma de decisión frente al entrenamiento no solo por la actividad en sí, sino el medio por el cual lo realiza ya sea por herramientas digitales o de manera presencial puesto que,

la actividad física es considerada incluso, un elemento importante al momento de evaluar la personalidad de quienes lo practican.

Es importante resaltar que las personas pueden descubrir qué actividad física es la más adecuada con base a su personalidad, cualquiera sea su edad, habilidad o interés (Sharp & Hodge, 2011).

Algunas características de las personas que practican actividad física de manera individual, es que son personas independientes, con alto nivel competitivo y se encuentran permanentemente motivados y concentrados en sus objetivos individuales; mientras que por el contrario las personas que practican actividad física denominada como “de estilo de vida”, se distinguen por tener objetivos relacionados a la recreación, resaltar el aspecto social y pasar tiempo con amistades o familia ya que lo relacionan con bienestar (Sharp & Hodge, 2011).

Un eje catalizador de la investigación es la Teoría Fundamentada siendo el soporte de la investigación cualitativa. La Teoría Fundamentada como lo expone Glaser:

“es una metodología de análisis, unida a la recogida de datos, que utiliza un conjunto de métodos, sistemáticamente aplicados, para generar una teoría inductiva sobre un área sustantiva. El producto de investigación final constituye una formulación teórica, o un conjunto integrado de hipótesis conceptuales, sobre el área sustantiva que es objeto de estudio.” (Glaser, 1992, p.30).

Es importante destacar que:

“las teorías son explicaciones de lo que hemos vivido, observado, analizado y evaluado en profundidad. Es como se conoce en el lenguaje del enfoque cualitativo: Grounded Theory (teoría fundamentada). La teoría la obtenemos no de aplicar técnicas estadísticas, sino sobre la base de profundizar experiencias.” (Hernández, Fernández, y Baptista, 2004, p.471).

Cabe resaltar que el análisis cualitativo tiene propósitos centrales como:

“Darle orden a los datos; organizar las unidades, las categorías, los temas y los patrones; comprender, en profundidad, el contexto que rodea a los datos; describir las experiencias de las personas estudiadas bajo su óptica, en su lenguaje y sus expresiones; interpretar y evaluar unidades, categorías, temas

y patrones; explicar contextos, situaciones, hechos, fenómenos; generar preguntas de investigación e hipótesis; reconstruir historias; relacionar los resultados del análisis con la teoría fundamentada; o construir teorías.” (Hernández, Fernández, y Baptista, 2004, p.482).

Teniendo en cuenta lo anterior, la Teoría Fundamentada es aplicada en esta investigación para que con ayuda de la herramienta Atlas Ti, se realice la codificación y análisis de la información recopilada en las respectivas entrevistas. Con dicho análisis, se busca dar cumplimiento a los objetivos planteados para el presente estudio.

Es importante destacar que, la Teoría Fundamentada se aplica en el desarrollo de la investigación puesto que la pandemia del COVID 19, al ser un evento que no había tenido presencia alguna en el pasado, genera una exploración desde cero en los cambios de los hábitos de las personas, y así mismo la generación de un nuevo conocimiento en el campo del entrenamiento físico.

Para tener un mayor contexto al respecto, el COVID 19 es un coronavirus que:

“ha sido catalogado por la Organización Mundial de la Salud como una emergencia en salud pública de importancia internacional (ESPII). Se han identificado casos en todos los continentes y, el 6 de marzo se confirmó el primer caso en Colombia. La infección se produce cuando una persona enferma tose o estornuda y expulsa partículas del virus que entran en contacto con otras personas.” (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020).

Así mismo es importante destacar que el gobierno colombiano declaró cuarentena obligatoria debido a que:

“causa una Infección Respiratoria Aguda (IRA), es decir una gripa, que puede ser leve, moderada o severa. Puede producir fiebre, tos, secreciones nasales (mocos) y malestar general. Algunos pacientes pueden presentar dificultad para respirar lo cual puede llevar a un desenlace fatal.” (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020).

## **Capítulo tercero**

### **Método**

A continuación, se detallará la metodología aplicada para la realización de esta investigación.

#### **Tipo de Estudio**

Esta investigación es de tipo cualitativo interpretativo tomando a su vez como apoyo la Teoría Fundamentada. Se realizó con la finalidad de conocer los hábitos de las personas que practican entrenamiento físico, para así mismo comparar su experiencia en métodos presenciales como los gimnasios y métodos digitales como los tutoriales o las redes sociales; teniendo en cuenta que la cuarentena obligatoria por la pandemia del COVID 19, generó que las personas trasladaran la cotidianidad al interior de sus hogares.

Es importante destacar que, para lograr los objetivos planteados en la investigación, se segmentan los hábitos de entrenamiento en 3 grandes momentos: antes de la cuarentena, durante la cuarentena y después de la cuarentena, con el objetivo de evidenciar las variaciones que se dan en cada uno respecto a la experiencia del usuario. Lo anterior, nos permite tener como resultado una serie de recomendaciones o sugerencias para los gimnasios teniendo en cuenta la adaptación que se debe tener a la nueva normalidad.

#### **Diseño**

Tomando como base los objetivos del estudio, se planteó el desarrollo de la metodología de la Teoría Fundamentada que se caracteriza por realizar recolección de información mediante entrevistas y grupos de discusión.

Esta metodología permite la aplicación de una entrevista que arroja como resultado, la exploración de la percepción, los gustos, las motivaciones, los temores y expectativas de las personas que realizan entrenamiento físico de manera habitual. Dicha información se ingresa en la herramienta de análisis Atlas Ti.

La interpretación de la información recolectada es la base de los resultados de la presente investigación.

### **Participantes**

Para el desarrollo de la investigación, se contó con la participación de 11 personas entre hombres y mujeres habitantes de la ciudad de Bogotá, con edades entre 20 y 75 años que practicaran entrenamiento físico de manera habitual en gimnasios.

Se excluyen del estudio, las personas que ante de la cuarentena obligatoria no hayan realizado entrenamiento físico durante al menos 3 meses.

### **Instrumento**

Se realizaron mini grupos focales orientados bajo la realización de 33 preguntas abiertas (triadas). Dichas preguntas se estructuraron bajo los siguientes pilares de investigación: (a) perfil de las personas, (b) motivación para realizar entrenamiento físico y (c) sugerencias a los gimnasios para la nueva normal; todo lo anterior enfocado en la experiencia del usuario.

Se fraccionó el desarrollo de los grupos bajo los siguientes parámetros:

- Presentación general de cada participante
- Entrenamiento antes de la cuarentena obligatoria
- Entrenamiento durante la cuarentena obligatoria
- Entrenamiento y/o toma de decisión de acciones luego de culminar la cuarentena obligatoria frente a la metodología para realizar entrenamiento físico
- Preferencia de método de entrenamiento

## **Procedimiento**

El desarrollo de la investigación se realizó bajo 4 etapas siendo desglosadas de la siguiente manera:

- Etapa 1 – Diseño de metodología e instrumento: La investigación se estructuró bajo un enfoque cualitativo tomando como soporte la Teoría Fundamentada. Se buscó identificar el perfil o las características de los consumidores de servicios de entrenamiento físico al momento de escoger un método para tal fin, teniendo en cuenta que, para realizar una correcta aplicación y análisis de los resultados, fue necesario que las personas hicieran entrenamiento físico de manera constante por 3 meses antes de la implementación de la cuarentena obligatoria por la pandemia del COVID 19.
- Etapa 2 – Aplicación del instrumento: Para la aplicación del instrumento se realizaron mini grupos (triadas) con duración de 1 hora y 30 minutos con la participación de 2 a 3 personas. Las sesiones fueron grabadas con previa autorización de los participantes, con el objetivo que fueran utilizadas para posterior análisis y soporte de la investigación.
- Etapa 3 – Resultados: La grabación de las sesiones fueron vistas y analizadas con la ayuda del programa Atlas TI, y de esta manera obtener los códigos necesarios que permitieron realizar la red de información.
- Etapa 4 – Análisis: Después de la elaboración de la red de información, se realizó el análisis respectivo, teniendo en cuenta a su vez los objetivos propuesto de la investigación.

## **Aplicación**

- Mini grupos de 2 o 3 participantes de manera virtual por medio de la plataforma Google Meet.
- Duración de cada sesión entre 1 hora y 1 hora y 30 minutos.
- Grabación de cada sesión con el objetivo de realizar análisis de la información allí recopilada por medio de la herramienta Atlas Ti.

## **Capítulo cuarto**

### **Resultados**

Una vez realizada la ejecución de los 4 mini grupos, se procedió a realizar la codificación de la información en Atlas Ti y posteriormente se realizó el análisis de esta, para lo cual, se efectuó la consolidación de los resultados bajo 3 grandes categorías (entrenamiento antes de la cuarentena, entrenamiento durante la cuarentena y entrenamiento después de la cuarentena).

#### **Entrenamiento Antes de la Cuarentena**

Se evidenció que los participantes realizaban entrenamiento de manera constante principalmente bajo rutinas establecidas por sus entrenadores teniendo en cuenta el objetivo a nivel físico y emocional que el usuario tuviera.

El entrenamiento se caracterizaba por ser rutinas orientadas a grupos musculares que se trabajaban cada día. Las rutinas eran variadas generando así dinamismo y un trabajo integral del cuerpo. El horario que usualmente se utilizaba para entrenar era temprano en la mañana antes de iniciar su rutina diaria de trabajo y/o estudio, o en su defecto en la noche en los últimos horarios si por alguna eventualidad, no era posible asistir en la mañana.

Al indagar frente al objetivo a nivel físico del entrenamiento que realizaban antes de la cuarentena, se evidenció que las mujeres buscaban tonificar alguna zona o la totalidad de su cuerpo principalmente, mientras que los hombres tener un aumento muscular con enfoque a nivel del tronco superior.

A nivel emocional, los participantes destacaron que el entrenamiento físico era no solo un método para tener bienestar físico, sino que, a su vez, era un hobby que les permite salir de la rutina, tener un tiempo y espacio donde se enfocaban netamente en sí mismos y en los objetivos individuales.

Es de resaltar que un común denominador en la mayoría de los participantes era la importancia que se le daba a la posibilidad de socializar, y compartir espacios con otras personas que tenían gustos similares. Así mismo, era de especial interés para las personas que realizaban entrenamiento en equipo como crossfit, donde juega un papel importante el apoyo y la motivación que se brinda entre los practicantes, ellos mencionaban que *“me gustan los deportes en equipo y el gimnasio lo veía como un círculo de amigos en el cual entre todos nos motivábamos”*.

En los casos en los cuales las practicantes de entrenamiento físico eran amas de casa, juega un papel aun mayor, puesto que la rutina diaria del hogar sin la posibilidad de tener contacto con personas diferentes a los integrantes de la familia generaba agotamiento y en ocasiones depresión, por ello el gimnasio era la oportunidad que ellas encontraban para su bienestar y la posibilidad de tener contacto con personas diferentes. Como ellas mencionaban *“me encanta ir a relacionarme, me encanta ir a relajar mi mente.”*

Ahora bien, teniendo en cuenta la frecuencia en la cual realizaban entrenamiento los participantes y las rutinas que practicaban, se evidenció que el nivel de entrenamiento intermedio era el que predominaba. Si bien realizaban entrenamiento de manera constante y con rutinas exigentes, el objetivo no era realizar una práctica profesional ni llegar a ser deportistas de alto rendimiento, sino que, por el contrario, buscaban mantenerse activos y tener hábitos sanos para que así mismo se vea reflejado en el espejo.

### **Entrenamiento Durante la Cuarentena**

Con la llegada de la cuarentena obligatoria y el cierre de los gimnasios y demás espacios comerciales, se encontró que había variedad de emociones y sentimientos con la llegada de esa restricción. Por una parte, aquellas personas que consideraban muy importante la interacción social tuvieron sentimientos de frustración, estrés y ansiedad y manifestaban que *“yo entré en crisis, porque yo iba y echaba chisme con mi entrenador*

*mientras hacía ejercicio, entonces para mí fue súper duro no poder ir al gimnasio”;* por otra parte, las personas que tenían pleno enfoque en su proceso de entrenamiento sintieron derrota y falta de motivación puesto que no podían continuar entrenando y sentían que iban a perder los avances que hasta el momento habían tenido a nivel físico y con el logro de sus objetivos.

Teniendo en cuenta lo anteriormente planteado, se generó la incógnita frente a si habían continuado en casa durante la cuarentena obligatoria, o si por el contrario habían abandonado el proceso de entrenamiento. Como respuesta a dicha pregunta se evidenciaron dos posiciones, quienes si continuaron entrenando y quienes no realizaron actividad física de ningún tipo. A continuación, se detallan los resultados.

**No continuó entrenando.** Se reflejó que había participantes que no continuaron entrenando durante la cuarentena, indicando que los motivos principales fueron la falta de motivación, no contar con el espacio suficiente para realizar los ejercicios, la falta de equipo o maquinaria para las diferentes rutinas y el hecho de no identificarse con métodos digitales. Manifestaban que *“mi cuerpo no estaba acostumbrado a otro tipo de entrenamiento y paré de entrenar”*.

Una vez se indagó a mayor profundidad, el motivo por el cual los medios digitales de entrenamiento no les llamaban la atención, se resaltó principalmente que realizar ejercicios por medios digitales lo veían como una alternativa impersonal, que a su vez podría generar lesiones, puesto que no se cuenta con la orientación de un profesional que indique si los ejercicios están siendo ejecutados de manera correcta, sino que por el contrario, es un programa que se estandariza y no puede garantizar que el usuario o practicante de servicios de entrenamiento, llegue a tener algún tipo de accidente.

De igual forma, indicaron que buscaron maneras alternativas de no subir de peso a causa de la falta de actividad física y dentro de ellas resaltaron la alimentación sana y el aumento del consumo de agua.

Como detalle a resaltar, se tuvo como resultado algunos testimonios en los cuales la frustración fue un factor importante puesto que los avances que habían obtenido en el

gimnasio como por ejemplo el aumento de masa muscular, se vio perdido tras los primeros meses de cuarentena obligatoria, y ello generó en algunos casos ansiedad.

**Si continuó entrenando.** Las personas que a pesar de estar en cuarentena obligatoria continuaron entrenando, manifestaron que si bien al comienzo perdieron un poco la motivación mientras se acoplaban a la nueva dinámica, así mismo mencionaron que buscaron alternativas digitales para no perder el ritmo que tenían antes de la llegada de la pandemia a Bogotá; manifestaban que *“me dije que tenía que hacer ejercicio por salud y porque en la casa uno se engorda.”*

Un punto importante, es que las personas que continuaron entrenando probaron diferentes alternativas como videos en YouTube, rutinas en línea en Instagram, grupos en Facebook, apps de entrenamiento y sesiones por Zoom con entrenadores, sin embargo, ninguno de ellos se mantuvo fiel a una sola alternativa ya que buscaban dinamizar el ejercicio para no caer en el aburrimiento y perder la motivación que habían logrado. Manifestaron que *“empecé en YouTube, ahí me aburrí al mes y medio y pase a los lives de Instagram y duré como un mes, después busque un entrenador porque tenía dolor en las rodillas y tuve una clase, pero no me gustó, y ahí seguí a otra persona en Instagram y me ha gustado un montón”*.

Un aspecto que promovió el hacer ejercicio en casa fue que algunos participantes tomaron la decisión de dotarse de herramientas de entrenamiento como máquinas, mancuernas, neumáticos, colchonetas, bandas de resistencia, etc., todo con el propósito de eliminar las barreras que se les habían presentado para continuar con su hábito de entrenamiento.

Cabe resaltar que, al momento de indagar sobre la motivación para realizar el entrenamiento en casa, se hizo evidente que en ocasiones era intermitente y que no siempre se contaba con la misma energía para poder realizar las rutinas de entrenamiento, sin embargo, el hecho de tener actores externos como familiares y amigos que generaran esa inyección de apoyo y aliento permitió que no se rindieran en el proceso y siguieran enfocados en sus objetivos.

Ahora bien, teniendo en cuenta lo anterior, se buscó conocer cuáles fueron los principales retos o desventajas que tuvieron en su proceso de adaptación y de continuar

entrenando; las respuestas más comunes fueron el encierro, la generación de auto compromiso, no contar con la orientación necesaria de un profesional frente a los ejercicios que estaban realizando, la falta de contacto social, la falta del espacio necesario para realizar los ejercicios y la falta de herramientas puesto que no todos podían realizar la compra de estos equipos por temas económicos.

Pero en efecto no todo fue malo, ya que se pudo apreciar que las ventajas sobresalían principalmente al momento de hablar de la disminución de costos, puesto que no tenían que pagar una inscripción o membresía de valores elevados, también dieron a conocer que tenían total control de su tiempo y ello generaba que podían entrenar a la hora del día que fuera más favorable para ellos, adicionalmente mencionaron que se podían evitar el desplazamiento hasta el gimnasio y que incluso ese mismo tiempo lo podían invertir en tiempo de calidad en familia.

Una participante en particular afirmó que el hecho de asistir a un gimnasio también acarrea mantener apariencias, buscar siempre estar mejor que otras personas, buscar la manera de no sentir rechazo de los demás por el aspecto físico. Manifestaba que *“una ventaja es que no tienes que aparentar nada, ni ponerte algo que te quede bien para que no se te salga el gordito y no te vayan a mirar mal o te critiquen”*; todo lo anterior fue de gran impacto puesto que se mencionó un aspecto importante a nivel social que es hacer parte o pertenecer a un grupo que tuvieran características similares y evitar ser excluido.

Teniendo en cuenta lo anterior, surgió el hecho de conocer cuáles eran aquellos aspectos que más extrañaban de realizar entrenamiento en el gimnasio, y dentro de las respuestas más frecuentes fue el acceso a herramientas o equipos que les permitían tener un mejor desempeño en los ejercicios para así mismo obtener los resultados deseados.

Por otra parte, también se hizo notorio que la falta de contacto social, aparte de ser una desventaja, también era un factor importante en la motivación a la hora de realizar el entrenamiento puesto que, en muchas ocasiones, el hecho de realizar trabajo en equipo hace la diferencia para lograr culminar aquellas rutinas que tenían una exigencia alta.

Un aspecto que extrañaban los participantes más meticulosos y conservadores es la rutina. Sustentaban que extrañaban la rutina puesto que era la actividad que daba inicio a su día y que hacía que todo marchara en orden como un reloj, adicional a que era su espacio personal en el cual podían dedicarse tiempo y calidad de vida. Indicaban que *“el*

*espacio no me daba para hacer ejercicio, no me hallaba porque en mi mente el lugar de hacer ejercicio es el gimnasio, y hacerlo en mi casa no me funcionaba”*

Al indagar frente a los resultados obtenidos en el entrenamiento por medios digitales en casa, se tuvieron diferentes respuestas ya que en su mayoría indicaron que el entrenamiento tuvo resultados muy positivos incluso mejores que los que habían logrado de manera presencial en un gimnasio, sin embargo, otros participantes indicaron que no tuvieron resultados positivos puesto que la falta del equipo o herramientas necesarias, sintieron incluso que habían perdido lo que habían logrado en el gimnasio y desistieron con el pasar del tiempo.

Con lo anteriormente planteado, se llega a la pregunta frente al nivel de satisfacción con el entrenamiento en casa y si después de haber experimentado el entrenamiento por medios digitales, aun así, volvería al gimnasio en el momento en que fuera posible. Las respuestas fueron contundentes, 9 de los 11 participantes indicaron que si volverían al gimnasio principalmente por el uso de las máquinas y el espacio para entrenar; el participante número 10 indicó que volvería pero no a un gimnasio tradicional porque no cumple con sus expectativas, sino que por el contrario, realizaría algún tipo de disciplina diferente, mientras que el participante número 11 indicó que no volvería a ningún gimnasio ya que buscó equipar su hogar con las herramientas necesarias para lograr sus objetivos y que adicionalmente los gimnasios no cumplen sus expectativas puesto que no generan en sí la motivación necesaria.

Es importante resaltar, que las personas que se encontraron satisfechas con el entrenamiento por medios digitales desde casa argumentaron que aun cuando si volverían al gimnasio, no descartan el hecho de complementar su entrenamiento con rutinas virtuales.

### **Entrenamiento Después de la Cuarentena**

Teniendo en cuenta que en Bogotá se realizó la reapertura del comercio y algunos gimnasios entraron en funcionamiento, bajo el protocolo establecido en la Resolución 1313 del 2020, solo uno de los participantes volvió desde el primer instante al gimnasio,

los 10 participantes restantes no han vuelto ya que consideran que aún no es el momento, por temor al contagio del virus COVID 19.

Manifestaron que, si bien se realizó la reapertura bajo los protocolos de bioseguridad establecidos, el virus aún no se ha ido y el temor al contagio y la propagación en sus hogares, no les permite volver al menos por los meses que quedan del 2020 a un gimnasio. Manifestaban que *“no me siento del todo tranquila para iniciar ya en el gimnasio por mi familia. Tengo pensado volver al gimnasio, pero al menos por este año no.”*

Tomando como base la información anterior, se solicitó a los participantes que indicaran las sugerencias que le harían a los gimnasios para tener una mejor adaptación a la nueva normalidad y así mismo generar mayor cantidad de suscripciones y garantizar la fidelización de los usuarios.

Dentro de las recomendaciones más sobresalientes se destaca tener protocolos de seguridad muy exigentes que permitan transmitir confianza a los usuarios a la hora de asistir a las instalaciones para realizar sus rutinas de entrenamiento; adicionalmente, indicaron que es fundamental innovar en las rutinas o métodos de entrenamiento puesto que la era digital demostró que puede llegar a suplir las necesidades de los usuarios, así como lo hizo durante la cuarentena obligatoria. Por último y sin restarle importancia, indicaron que deben tener en cuenta el factor económico y los altos precios de las suscripciones, ya que es claro que uno de los efectos nefastos de la pandemia por COVID 19 ha sido el deterioro de la economía, generando que al día de hoy una suscripción en un gimnasio no sea una prioridad, sino que por el contrario ese dinero se puede invertir en necesidades básicas del hogar.

Ahora bien, teniendo en cuenta la indagación anteriormente planteada y para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación, a continuación, se realiza el comparativo de hábitos de entrenamiento y métodos de entrenamiento antes de la cuarentena y durante la cuarentena, puesto que es importante destacar aquellos aspectos que tuvieron variación y aquellos que se mantuvieron con la llegada del COVID 19.

### Comparativo Hábitos de Entrenamiento (antes de la cuarentena y durante de la cuarentena)

Tras el análisis de la información obtenida, se realiza la red respectiva en la herramienta Atlas Ti, dando como resultado lo apreciado en el apéndice A.

Como análisis de la información anterior, se obtuvieron los resultados de la Tabla 1 contrastando los hábitos antes de la cuarentena y aquellos que se hallaron durante la cuarentena:

Tabla 1

*Comparativo Hábitos de entrenamiento antes de la cuarentena y durante de la cuarentena*

Hábitos	Hábitos Antes de la Cuarentena	Hábitos Sin Variación	Hábitos Durante la Cuarentena
Duración del entrenamiento	2 horas	1 hora 1 hora 30 min	
		No. de veces a la semana	
Horario de Entrenamiento	AM PM		Sin horario fijo para entrenar
Rutina	Entrenamiento app del GYM		Adquirir equipos de entrenamiento
	Pago del plan mensual	Por grupo muscular	Intento fallido por app del GYM
	Diferentes disciplinas		
	Entrenamiento independiente		Sin pago de mensualidad
		Objetivo de Entrenamiento	

Tomando como base el cuadro anterior, es importante recalcar que hace referencia a las personas que continuaron con el entrenamiento y los cambios que sufrieron en sus hábitos al momento de realizar actividad física. Se evidencia que, si bien la cuarentena orquestó cambios en los hábitos de entrenamiento de las personas, hubo algunos que no sufrieron variación como el objetivo del entrenamiento, el trabajo enfocado por grupos musculares, y en algunos casos el promedio de tiempo de entrenamiento.

Así mismo se puede evidenciar, que hábitos como el hecho de entrenar desde la app del GYM ya no era una alternativa, puesto que las rutinas que allí se encuentran, requieren de máquinas que las personas no tienen en casa, generando así la búsqueda de nuevas alternativas.

### **Comparativo Métodos de Entrenamiento (antes de la cuarentena y durante de la cuarentena)**

Tras el análisis de la información obtenida, se realiza la red respectiva en la herramienta Atlas Ti, dando como resultado lo apreciado en el apéndice B.

Como análisis de la información anterior, se obtuvieron los resultados de la Tabla 2 contrastando los métodos de entrenamiento antes de la cuarentena y aquellos que se hallaron durante la cuarentena:

Tabla 2

#### *Comparativo Métodos de entrenamiento antes de la cuarentena y durante la cuarentena*

Método Antes de la Cuarentena	Método Sin Variación	Método Durante la Cuarentena
		Alimentación sana para evitar el aumento de peso
	Tomar agua	
Entrenamiento en el GYM por medio de app		
Entrenamiento independiente haciendo uso de máquinas en el GYM		Entrenamiento de manera intermitente
		Entrenamiento por medio de redes sociales (YouTube, Instagram)
		Adquisición de equipos de entrenamiento

Con la llegada de la cuarentena, el método bajo el cual las personas realizan entrenamiento cambió considerablemente, puesto que ya no contaban con las máquinas del GYM, a su vez no contaban con la orientación de profesionales para la correcta ejecución de los ejercicios, y peor aún, en algunos casos se perdía la motivación, lo que generó que el entrenamiento en casa fuera intermitente y con niveles de motivación menores.

Con el objetivo de derribar los obstáculos anteriormente mencionados, las personas buscaron alternativas como realizar entrenamiento orientado por medio de cuentas de Instagram o YouTube bajo el riesgo de realizar movimientos que pudieran causar algún tipo de lesión.

Adicionalmente, para las personas que las herramientas de entrenamiento eran fundamentales, en algunos casos tomaron la decisión de acondicionar sus hogares con aquellos elementos necesarios y básicos para realizar entrenamiento como colchonetas, bandas de resistencia, mancuernas, entre otros. En aquellos casos en que las personas no fueron constantes en sus entrenamientos, buscaron alternativas como mejorar la alimentación para evitar de esta manera el aumento de peso. Una vez se analizan los cambios que tuvieron las personas en sus hábitos y métodos de entrenamiento, se consideró importante evidenciar las ventajas que destacaban de cada método de entrenamiento (presencial en el GYM o por medios digitales).

### **Comparativo Ventajas Métodos de Entrenamiento (antes de la cuarentena y durante la cuarentena)**

Tras el análisis de la información obtenida, se realiza la red respectiva en la herramienta Atlas Ti, dando como resultado evidenciados en el apéndice C.

Como análisis de la información anterior, se obtuvieron los resultados de la Tabla 3 contrastando las ventajas del método de entrenamiento antes de la cuarentena y las ventajas que se hallaron durante la cuarentena con el nuevo método aplicado:

Tabla 3

*Comparativo ventajas Métodos de entrenamiento antes de la cuarentena y durante la cuarentena*

Ventajas Antes de la Cuarentena	Ventajas en Común	Ventajas Durante de la Cuarentena
Espacio como factor determinante para el entrenamiento		Evitar el desplazamiento hasta el GYM
Altos niveles de motivación		Manejo de tiempo
Aspecto social (interacción con personas)		Disminución de costos
Avances a nivel de aumento muscular en mayor medida		Tiempo en familia
Herramientas o equipos necesarios		Evitar aparentar ni encajar a nivel social
	Resultados importantes a nivel físico y emocional	
Influencia de terceros		Auto compromiso
Orientación profesional		Trabajo autónomo
Generador de hábitos		Sin influencia en la decisión
Tiempo personal		Disminución de sentimientos negativos a causa de la pandemia

Es interesante analizar la manera en la cual las personas identifican las ventajas de cada método de entrenamiento, ya que se puede evidenciar que a nivel de los GYM estas ventajas están enfocadas en contar con los medios necesarios para realizar entrenamiento,

como personal capacitado y las máquinas, mientras que las ventajas de las rutinas por medios digitales están enfocadas en aspectos internos como el manejo del tiempo, el auto compromiso y la economía.

En las respuestas obtenidas, a su vez se identificó que algunos participantes manifestaron que los resultados después del entrenamiento por medios digitales, fue optimo principalmente en los casos referentes a mantenerse activos, e incluso en algunos casos supero la expectativa.

### **Resultados Teoría Fundamentada**

Después de la realización de los mini grupos, se logró inferir que las personas que realizaron entrenamiento durante la cuarentena obligatoria por COVID 19, vieron las rutinas por medios digitales como una alternativa para mantenerse activos y para no permitir que los avances obtenidos en el gimnasio previamente se perdieran. Así mismo, no descarta la posibilidad de fusionar el entrenamiento presencial en el gimnasio, con el entrenamiento en casa. Son pocos los casos donde se manifiesta el deseo rotundo de no volver al gimnasio ya que se encuentran plenamente satisfechos con el entrenamiento desde casa.

En el caso de las personas que tomaron la decisión de no continuar entrenando, presentan emociones relacionadas a la frustración, la derrota y la falta de motivación, puesto que el entrenamiento por medios digitales no les llamó la atención y ello generó que poco a poco el cuerpo perdiera los avances que había adquirido anteriormente.

Así mismo, se identifica que aun cuando la cuarentena obligatoria terminó, las personas no buscan volver de inmediato a los gimnasios por temor al posible contagio del virus, al entrar en contacto con personas externas.

En cuanto a aquellos factores determinantes para que las personas al momento de tomar la decisión de realizar entrenamiento físico, se destaca el hecho de mantener hábitos saludables, como a su vez tener la posibilidad de contar con un tiempo y espacio exclusivo para sí mismos, donde puedan salir por un momento de la rutina. De igual manera, se identificó que el factor social es fundamental para algunas personas, ya que el hecho de realizar entrenamiento físico en un gimnasio les permite conocer otras personas,

interactuar con las mismas y a su vez tener una fuente de motivación constante en el desarrollo de las rutinas.

En el caso de las personas que tienen un perfil carismático, emocional y sensible, el contacto con otra persona es fundamental en el gimnasio, por ello, una vez llegó la cuarentena obligatoria, fueron quienes tuvieron un impacto mayor a nivel emocional debido a que sentimientos como la frustración y la falta de motivación los invadieron.

Para aquellas personas que tienen un perfil solitario o independiente, el aspecto social no fue de gran impacto para ellos ya que antes de la cuarentena, realizaban entrenamiento de manera individual sin tener necesariamente contacto con personas más allá de los profesionales en actividad física; la motivación no se veía influenciada en otras personas y ello generó que la llegada de la cuarentena obligatoria no representara emociones negativas con relación al entrenamiento.

En relación con el factor económico, las personas sintieron alivio frente al no pago de la mensualidad y más aún cuando identificaron que podían entrenar gratis desde sus hogares. El cambio principal es para quienes tomaron la decisión de comprar equipos o máquinas de entrenamiento, puesto que ya no deben pagar por el uso de las mismas, sino que por el contrario pueden realizar entrenamiento de manera completa y sin necesidad de desplazamientos ni costos adicionales.

El tiempo representa también un factor importante, ya que las personas cuentan con tiempos limitados para realizar diferentes actividades en el transcurrir del día, por ello, la cuarentena obligatoria les dio la oportunidad de realizar entrenamiento físico en los espacios de tiempo que tuvieran disponible sin importar que fuera en horas de la mañana o tarde en la noche; el hecho de no incurrir en desplazamientos, permitió que las personas también tuvieran la oportunidad de aprovechar el tiempo en diferentes actividades como por ejemplo compartir en familia.

## **Capítulo quinto**

### **Discusión**

Tras la cuarentena obligatoria por COVID 19, es importante que los gimnasios desarrollen planes de comunicación frente a los protocolos de bioseguridad que utilizan para evitar el contagio de los usuarios y de esta manera generar la confianza necesaria para que las personas vuelvan a realizar entrenamiento de forma habitual.

Para futuros estudios, es importante la generación de estrategias que permitan que los gimnasios tengan mayor acogida por parte de las personas que realizan entrenamiento físico, pero que perdieron la motivación de realizarlo por medio de un gimnasio y optaron por otras alternativas.

Se destaca la falta de innovación por parte de los gimnasios en las rutinas y los métodos para captar la atención de los usuarios, por ello es importante generar nuevas estrategias de marketing y nuevos métodos de entrenamiento que permitan dinamizar las rutinas y así mismo generar motivación en los usuarios.

No es un secreto, que la economía a nivel mundial está pasando por momentos complicados, por ello la suscripción a un gimnasio no se considera como una prioridad al momento de realizar la inversión del dinero, por lo anterior, es importante que los gimnasios replanteen los precios que manejan para los diferentes planes que ofrecen generando de esta manera el aumento de la probabilidad que las personas puedan volver a los gimnasios.

En el caso de los gimnasios que ya cuentan con app para los usuarios, es importante que las rutinas que allí se encuentran, no se limiten únicamente al uso de equipos de entrenamiento que solo se encuentran en el gimnasio, ya que una forma de fidelizar a las

personas, es brindarle la alternativa de realizar entrenamiento sin necesidad de desplazamiento y en espacios diferentes al gimnasio.

Teniendo en cuenta que la era digital se potencializara, los gimnasios deben tener en cuenta bajo la experiencia vivida, se sugiere la generación de planes o estrategias que permitan que las personas puedan realizar entrenamiento en el gimnasio y desde casa de manera complementaria para así mismo disminuir el temor al riesgo del contagio y a su vez evitar la pérdida de aquellos usuarios que se sintieron a gusto con el entrenamiento desde casa.

Es importante que las apps de entrenamiento que no corresponden directamente a un gimnasio generen una interacción con la persona de manera más cercana y personalizada, puesto que se asumen como rutinas genéricas que fomentan la falta de interés y desmotivación por parte de los usuarios. Los usuarios buscan más allá del conteo de repeticiones o el registro de calorías.

Un factor de temor para las personas que practican entrenamiento físico por medios digitales es el riesgo de sufrir alguna lesión por falta del acompañamiento de un profesional en el campo, por ello es importante que los instructores que realizan rutinas en redes sociales den las indicaciones de manera precisa y clara frente a la correcta postura y ejecución de los ejercicios, y de esta manera mitigar poco a poco dicho riesgo.

Se destaca que no todas las personas cuentan con el equipo necesario para realizar entrenamiento en casa, como así mismo en ocasiones tampoco se cuenta con los recursos económicos necesarios para su compra, por lo tanto, es importante que los instructores que realizan rutinas por medios digitales tengan en cuenta esta limitación y busquen alternativas de suplir los equipos por elementos que sean de fácil acceso sin que ello genere un riesgo a la hora de realizar la práctica del ejercicio.

Por último se sugiere realizar estudios post pandemia que permitan identificar las variaciones en los hábitos de entrenamiento y los métodos que se utilizan. Es importante dar continuidad y especial seguimiento a los aspectos anteriormente planteados ya que esto permite dar una proyección y generación de nuevas estrategias para los gimnasios frente a las variaciones en el comportamiento de los usuarios de servicios de entrenamiento, todo en pro de mejorar la experiencia del mismo.

## Referencias

- Arhippainen, L. & Tähti, M. (2003). Empirical Evaluation of User Experience in Two Adaptive Mobile Application Prototypes. En Ollila, M. & Rantzer, M (Eds), *MUM 2003. Proceedings of the 2<sup>nd</sup> international conference on mobile and ubiquitous multimedia*. (pp.27-34). Linköping, Sweden: ACM Press. Recuperado de <https://ep.liu.se/ecp/011/ecp03011.pdf>
- Bahrke, M. & Morgan, W. (1978). Anxiety reduction following exercise and meditation. *Cognitive Therapy and Research*, 2 (4), 323–333. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/BF01172650>
- Blasco, T. Capdevila, Ll. y Cruz, J. (1994). Relaciones entre actividad física y salud. *Anuario de Psicología Universidad de Barcelona*, 61, 19-24. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/anuariopsicologia/article/viewFile/61116/88850>
- Bondaronek, P., Alkhaldi, G., Slee, A., Hamilton, F. & Murray, E. (2018). Quality of publicly available physical activity apps: review and content analysis. *JMIR MHealth and UHealth*, 6 (3), e53. Recuperado de <https://mhealth.jmir.org/2018/3/e53/pdf>
- Casey, M., Hayes, P., Glynn, F., ÓLaighin, G., Heaney, D., Murphy, A. & Glynn, L. (2014). Patients' experiences of using a smartphone application to increase physical activity: the SMART MOVE qualitative study in primary care. *British journal of general practice*, 64 (625), e500-e508. Recuperado de <https://doi.org/10.3399/bjgp14X680989>
- Diaz V. (2010). La Psicología de la Salud: antecedentes, definición y perspectivas. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*, 2 (1), 57-71.
- Dube, A. & Helkkula, A. (2015). Service experiences beyond the direct use: Indirect customer use experiences of smartphone apps. *Journal of Service Management*, 26 (2), 224-248. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/JOSM-11-2014-0308>
- Glaser, B. (1992). *Basic of Grounded Theory Analysis: Emergence vs. Forcing*. Mill Valley: Sociology Press.
- Hassan, Y. y Martín, F. (2005). La Experiencia del Usuario. *No Solo Usabilidad*, 4. Recuperado de [http://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia\\_del\\_usuario.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm)
- Hassenzahl, M. & Tractinsky, N. (2006). User experience-a research agenda. *Behaviour & Information Technology*, 25 (2), 91-97. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/01449290500330331>

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2004). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación S.A.
- Lam, E, Zhang, J. & Jensen, B (2005). Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health–Fitness Clubs. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 9 (2), 79-111. Recuperado de [https://doi.org/10.1207/s15327841mpee0902\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327841mpee0902_2)
- Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2020). *¿Qué es el Coronavirus?* Recuperado de [https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Covid-19\\_copia.aspx](https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Covid-19_copia.aspx)
- Morales, F. (1999) *Introducción a la psicología de la salud*. Buenos Aires: Paidós.
- Ortiz, J. (2014). Qué es la experiencia del usuario en el diseño de producto. En Bedolla, D., Caballero, A., Rodríguez, L., Morales, N., Martínez, G. y Mercado, L (Eds), *Diseño, experiencia, usuario: Memorias*. (pp. 89-96). México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.
- Pargman, D. & Baker, M. (1980). Running high: Enkephalin indicted. *Journal of drug issues*, 10 (3), 341-349. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/002204268001000305>
- Sallis, J. y Pratt, M. (2020). *Actividad física fundamental en tiempos de coronavirus. Universidad de los Andes*. Recuperado de <https://uniandes.edu.co/es/noticias/psicologia/la-actividad-fisica-es-fundamental-en-tiempos-de-coronavirus#:~:text=Cada%20sesi%C3%B3n%20de%20actividad%20f%C3%ADsica,los%20medicamentos%20y%20la%20psicoterapia>.
- Salvador, A., Suay, F., Martínez, S. y González, E. (1995). Deporte y salud: efectos de la actividad deportiva sobre el bienestar psicológico y mecanismos hormonales subyacentes. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 48 (1), 125-137. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2378905.pdf>
- Sharp, L. & Hodge, K. (2011). Sport psychology consulting effectiveness: The sport psychology consultant's perspective. *Journal of Applied Sport Psychology*, 23 (3), 360-376. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/10413200.2011.583619>
- Smith, E. y Kosslyn, S. (2008). *Procesos cognitivos: modelos y bases neurales*. Madrid: Pearson Educación S.A.

Thompson, W. (2019). Worldwide survey of fitness trends for 2020. *ACSM's Health & Fitness Journal*, 23 (6), 10-18. Recuperado de doi:10.1249/FIT.0000000000000526

Unidad de Salud – Con AFP y EFE. (2019). Cuatro de cada cinco adolescentes en el mundo son sedentarios. *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/salud/sedentarismo-en-adolescentes-es-81-por-ciento-segun-estudio-de-la-oms-436292#:~:text=El%20primer%20estudio%20de%20la,son%20sedentarios%2C%20especialmente%20las%20ni%C3%B1as.>