

## **La gestión del servicio de entrenamiento personal ¿cuáles son los motivos y objetivos de las mujeres que lo contratan?**

### **The management of personal training, what are the reasons and objectives of the women who contract it?**

**Virginia Serrano-Gómez**

Universidad de A Coruña, España

**Óscar García-García**

Universidad de Vigo, España

**Antonio Hernández-Mendo y Verónica Morales-Sánchez**

Universidad de Málaga, España

#### **Resumen**

El objetivo es determinar los motivos, objetivos principales y secundarios de las mujeres que solicitan el servicio de un entrenador personal, y comprobar la fiabilidad y generalizabilidad de la estructura de datos. Participaron 70 mujeres con edades comprendidas entre los 24 y los 68 años. Se utilizó un cuestionario ad hoc con preguntas abiertas. Al cabo de dos años se tomaron los datos del tiempo que las practicantes habían permanecido de forma continua vinculadas al programa de entrenamiento personal, y también el porcentaje de asistencia a las sesiones de entrenamiento programadas. Se realizó un análisis de asociación usando el Chi-cuadrado, el coeficiente de contingencia y la correlación de Spearman ( $p < .001$ ), un análisis de componentes de varianza ( $p < .001$ ) y un análisis de generalizabilidad. Los resultados indican que el objetivo principal más demandado fue la pérdida de peso reduciendo el porcentaje graso corporal, el objetivo secundario fue mejorar el tono muscular, y la motivación fundamental fue lograr los resultados, no obstante, estas variables están asociadas a la edad de la usuaria ( $p < .001$ ). La estructura de datos obtenida con esta muestra presenta unos excelentes niveles de fiabilidad ( $e^2 = 1.00$ ) y generalizabilidad ( $\Phi = 1.00$ ). En conclusión, el conocimiento de los motivos y de objetivos perseguidos por las usuarias, podrían ser de utilidad para los responsables de centros deportivos a la hora de gestionar el servicio, con el fin de ofrecer un servicio de calidad, con el que poder optar a la satisfacción y fidelización de la usuaria.

**Palabras Clave:** entrenamiento personal, mujer, motivos, objetivos, gestión deportiva.

#### **Abstract**

The aim is to determine the reasons, primary and secondary objectives of women who request the services of a personal trainer, and check the reliability and generalizability of the data structure. 70 women aged between 24 and 68 years participated. It was used an ad hoc questionnaire with open questions. After two years, it was taken the data of the time that the users had remained continuously linked to the personal training program, and also the percentage of attendance at scheduled training sessions. It was carried out an association analysis using the Chi-square, the contingency coefficient and the Spearman's correlation ( $p < .001$ ), a variance component analysis ( $p < .001$ ) and a generalizability analysis. The results indicate that the most requested primary objective was the weight loss by reduction of the body fat percentage, the secondary objective was to improve muscle stiffness, and the primary reason was to get the results, however, these variables are associated with the user's age ( $p < .001$ ). The data structure obtained with this sample shows excellent levels of reliability ( $e^2 = 1.00$ ) and generalizability ( $\Phi = 1.00$ ). In conclusion, the knowledge of the reasons and objectives of the users could be useful for the manager of sports centers, when manage the service to provide a quality service, with which to achieve the satisfaction and loyalty of the user.

**Key words:** personal training, woman, reasons, objectives, sports management.

Correspondencia/correspondence: : Óscar García García

Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte. Universidad de Vigo, España

E-mail: [oscardarcia@uvigo.es](mailto:oscardarcia@uvigo.es)

## Introducción

Una de las herramientas clave en el diseño de estrategias de gestión y fidelización de usuarios, en el marketing de servicios deportivos, es la segmentación de mercados, que permitirá determinar los distintos perfiles de usuarios y favorecerá la orientación de las ofertas de actividades y servicios en los centros de *fitness* y *wellness*. Para ello se utilizan criterios socio-demográficos que categorizan a los sujetos en función de su edad, género, ocupación, categoría profesional, nivel de estudios, ingresos, etc. Sin embargo, se recalca la importancia cada vez mayor de variables subjetivas como el estilo de vida, las motivaciones, actitudes y preferencias, como referentes más potentes en la caracterización de los consumidores (Serrano-Gómez, Rial, García-García, y Gambau, 2011; Walsh, Henning-Thurau, Wayne-Mitchell, y Wiedmann, 2001). En la actualidad parece imprescindible que el gestor deportivo conozca el perfil, características e intereses de sus usuarios con el fin de ofrecer un servicio personalizado de calidad, que permita obtener la satisfacción y fidelización del usuario, y la rentabilidad de la empresa.

García-Ferrando (2006) estima que el 60% de las personas que hacen ejercicio físico están motivadas principalmente por el deseo de contrarrestar el sedentarismo. No obstante, parece que conocer los beneficios de su práctica regular no suelen ser motivos suficientes para incorporarlo al estilo de vida (Mutrie y Woods, 2003). Además el abandono por parte de aquellos que comienzan un programa de ejercicio físico suele ser muy elevado (Dishman, 1988). De hecho, la mitad de los participantes que lo comienzan son propensos a abandonarlo durante los primeros tres a seis meses, y son pocos los que continúan el tiempo suficiente manteniendo las pautas recomendadas (Dishman, 1994). De este modo, conocer las motivaciones que empujan a las personas a realizar ejercicio físico será un factor clave en el aumento de los niveles de compromiso y mejora de la adherencia a dichos programas (Capdevila, Niñerola, y Pintanel, 2004; Gimeno y García-Mas, 2010).

Morales, Hernández-Mendo, y Blanco (2005) sugieren que los hombres son más propensos a hacer ejercicio físico que las mujeres, aunque el número de ellas es cada vez mayor. Tal y como señalan Balaguer, Castillo, Tomás, y Duda (1997); Wilson, Rodgers, Blanchard, y Gessell, (2003); Jiménez (2005); Edmuns, Ntoumanis, y Duda (2007), la mujer tiende a centrar sus motivaciones más en conseguir sus objetivos que en competir con los demás, lo que podría desembocar en una mayor adherencia a la práctica deportiva, orientando los esfuerzos a la tarea y a la motivación autodeterminada (Ryan y Deci, 2000). Este hecho sería más beneficioso porque estaría relacionado con pautas de vida saludables. Por otro lado, el abandono de estos programas está relacionado en muchos casos con su diseño, ya que los programas estándar tienden a estar orientados hacia sujetos altamente motivados, que están dispuestos a hacer ejercicio con regularidad (Morales, Hernández-Mendo, Sánchez, Blanco, y Anguera, 2007). Por ello, parece más útil realizar interacciones a medida del usuario que permitan atender las necesidades de la mayor parte de la población (Marcus, Emmons, Simkin-Silverman, Linnan, Taylor, Bock, Roberts, Rossi, y Abrams, 1998).

En este contexto, los entrenadores tienen un papel clave, ya que son los responsables de la programación, la supervisión directa de la persona y de incentivar la práctica de ejercicio físico para lograr alcanzar mejoras de la salud importantes (Ruiz, Graupera, Contreras, y Nishida, 2004). Serrano-Gómez y García-García (2009) consideran que este podría ser concretamente el papel de un entrenador personal, es decir, un especialista titulado y cualificado que ofrece un servicio profesional dedicado al cliente, con la capacidad de diseñar programas de ejercicios físicos personalizados, y que tiene suficientes habilidades sociales

para motivar al cliente a conseguir los objetivos previamente acordados, de forma segura y eficiente, a través de las herramientas y recursos disponibles.

La fijación de objetivos ha sido considerada como una de las claves para aumentar la motivación deportiva (Locke y Latham, 1985). A priori, disponer de un entrenador personal podría ser un buen recurso y fuente de motivación para los usuarios de centros de *fitness* y *wellness*, que en el caso concreto de la mujer de hoy les permitiría cumplir los objetivos fijados a este respecto. Esta hipótesis se apoya en numerosos estudios (Mazetti, Kraemer, Volek, Duncan, Ratamess, Gómez, Newton, Häkkinen, y Fleck, 2000; Maloof, Zabik, y Dawson, 2001; Coutts, Murphy, y Dascombe, 2004; Wise, Posner, y Walker, 2004) que han demostrado que llevar a cabo un programa de ejercicios bajo la supervisión de un entrenador personal tiene un efecto muy positivo en los resultados del entrenamiento. De forma gráfica, Ratamess, Faigenbaum, Traitz, Caputo, Mangine, Haynes, Snyder, Hoffman, y Kang (2006) informan que tener un entrenador personal, no sólo aportó beneficios significativos para la mayoría de las mujeres, sino también que las mujeres sin un entrenador personal finalizaron el entrenamiento por debajo de la intensidad requerida para mantener el progreso. Estos resultados son corroborados por Ratamess, Faigenbaum, Hoffman, y Kang (2008), al determinar que las mujeres que entrenaron bajo la supervisión de un entrenador personal mostraron valores de fuerza superiores en un test de una repetición máxima (1RM), así como mayores valores de esfuerzo percibidos que cuando las mujeres entrenaban solas.

El éxito del entrenamiento personal está orientado a atender las necesidades de los clientes en un mundo cada vez más competitivo, tratándose de un servicio que contribuye a mejorar notablemente la gestión de los centros de *fitness* y *wellness* y sus resultados económicos (Jiménez, 2005), y donde el 66% de los usuarios de los servicios de entrenamiento personal en los EEUU son mujeres (American Sports Data INC, 2007).

El objetivo de este trabajo es determinar los motivos, objetivos principales y secundarios de las mujeres que solicitan el servicio de un entrenador personal, determinar la relación de estos con el grado de adherencia al servicio, y finalmente comprobar la confiabilidad de la estructura de datos y el grado en que los mismos podrían ser generalizados, ya que estos indicadores resultarían útiles para establecer posibles estrategias de marketing y fidelización de las usuarias.

## Método

### *Participantes*

La muestra está compuesta por un total de 70 participantes, todas ellas mujeres usuarias del servicio de entrenamiento personal de un centro de *Fitness y Wellnes* en A Coruña. Las edades estaban comprendidas entre los 24 y los 68 años, con una media de  $39.37 \pm 9.59$  años. Todas las participantes habían sido informadas sobre el proceso y dieron su consentimiento por escrito.

### *Material*

Para la recogida de los datos se diseñó un breve cuestionario *ad hoc*, que debido a razones de gestión y marketing del servicio, pretendía recoger las razones de las clientes para solicitar el servicio de entrenamiento personal. Las preguntas de esta entrevista estructurada eran abiertas y reunían información sobre los siguientes elementos: edad (E), motivo (M), objetivo principal (OP) y objetivo secundario (OS) para solicitar un entrenador personal. La duración de las entrevistas iniciales oscilaba entre los 15 y 20 minutos.

### *Procedimiento*

Después de la entrevista inicial, donde se recogían los datos de este estudio, se establecían y contrataban los días de entrenamiento a la semana en función de los objetivos a conseguir. A continuación, se derivaba a un entrenador personal que realizaba la batería de test en relación a su condición física y salud, y se programaba el entrenamiento de acuerdo a los objetivos y características de la clienta.

Este proceso se realizó del mismo modo durante dos años, con todas las mujeres que contrataron el servicio de entrenamiento personal. Las respuestas fueron transcritas y el texto se categorizó mediante una estrategia emergente (Márquez y Hernández-Mendo, 2009), de acuerdo con los motivos, objetivo principal y los objetivos secundarios para solicitar un entrenador personal. Posteriormente, se tomaron los datos del tiempo que las practicantes habían permanecido de forma continua vinculadas al programa de entrenamiento personal (TP). Para ello, se consideró los seis meses como el tiempo mínimo requerido para considerar su adherencia al programa (Dishman, 1994). Este espacio temporal se clasificó en cuatro grupos (menos de 6 meses, 6-12 meses, 13-18 meses, más de 18 meses). Además, también se consideró la asistencia regular y puntual a las sesiones de entrenamiento como un indicador definitivo de la adhesión (Buceta, 1998), y la categoría de clasificación propuesta fue: <70%, 71% -80%, 81% -90%, y 91% -100% de asistencia a las sesiones programadas (PA).

### *Análisis estadístico*

Se presentan los estadísticos descriptivos con media y desviación típica. Para determinar la relación entre la edad y las variables medidas, y los motivos y el resto de variables se realizó un análisis de asociación usando el Chi-cuadrado de *Pearson*, el coeficiente de contingencia y el coeficiente de *Spearman* ( $p < .001$ ). Se implementó posteriormente un análisis de componentes de varianza ( $p < .001$ ), usando un procedimiento de mínimos cuadrados (Varcomp), y otro de máxima verosimilitud (GLM). Se realizó, además, una simulación donde la media y la desviación típica se mantenían constantes. Finalmente, se realizó un análisis de Generalizabilidad para obtener los indicadores de fiabilidad ( $e^2 = 1.00$  resultado máximo) y de generalizabilidad ( $\Phi = 1.00$  resultado máximo). Los datos fueron analizados usando el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences. Illinois. USA) para Windows v.19.0, el paquete estadístico SAS System para Windows v. 9.1. para el análisis de varianza, y el software Edu G v.6 (Cardinet, Johnson & Pini, 2010) para el desarrollo del análisis de generalizabilidad.

## **Resultados**

Los resultados indican que el mayor porcentaje de edad de las clientas de entrenamiento personal lo comprenden los intervalos de 31-40 años (48.57%) y 41-50 años (28.57%), siendo la media de edad de  $39.37 \pm 9.59$  años.

Los motivos (M) para solicitar el servicio se clasificaron según sus respuestas como sigue: 1) conseguir resultados (50% de las encuestadas); 2) ser constantes (17.1%); 3) recibir atención personal (14.3%); 4) timidez porque nunca entrenó y no quiere entrenar sola y sin supervisión (8.6%); 5) temor a las lesiones (5.7%); 6) experiencias negativas con el deporte o el ejercicio físico (2.9%); 6) el centro está cerca del domicilio (1.4%). Por tanto, el motivo más frecuente para solicitar el servicio ha sido lograr resultados ya que de otra forma hasta ahora no lo habían conseguido.

Los objetivos principales (OP) demandados por las clientas de entrenamiento personal se pudieron agrupar en las siguientes categorías: 1) bajar peso disminuyendo el porcentaje de

peso graso (48.7%); 2) mejorar el tono muscular (22.9%); 3) crear hábito de ejercicio (11.5%); 4) aliviar el dolor de espalda/controlar la postura corporal (7.1%); 5) disminuir el estrés/mejorar anímicamente (5.7%); 6) aumentar la energía (2.9%); 7) relajar/estirar (2.9%). En definitiva, el OP más demandado fue la pérdida de peso disminuyendo el porcentaje graso corporal.

Los objetivos secundarios (OS) se pudieron agrupar en las siguientes categorías: 1) mejorar el tono muscular (44.4%); 2) crear hábito de ejercicio (20%); 3) mejorar el control postural / aliviar el dolor de espalda (14.4%); 4) bajar peso disminuyendo el porcentaje de peso graso (10%); 5) aumentar la energía (7.1%); 6) disminuir el estrés/mejorar anímicamente (4.3%). Como se puede observar el OS más propuesto es mejorar el tono muscular.

Los resultados de tiempo de permanencia (TP) muestran que sólo el 11.4% de las mujeres permanecieron menos de seis meses en el programa, mientras que el 68.6% permanecieron adheridas durante más de un año (Tabla 1).

Tabla 1. Tiempo de permanencia continuada en el servicio de Entrenamiento Personal

Tiempo de permanencia	Frecuencia	Porcentaje
menos de 6 meses	8	11.4%
de 6-12 meses	14	20.0%
de 13-18 meses	28	40.0%
más de 18 meses	20	28.6%
Total	70	100.0%

El porcentaje de asistencia (PA) muestra que el 88.5% de las mujeres asistieron a más del 81% de las sesiones semanales programadas (Tabla 2).

Tabla 2. Porcentaje de asistencia a las sesiones semanales de Entrenamiento Personal

Porcentajes de asistencia	Frecuencia	Porcentaje
91%-100%	43	61.4%
81%-90%	19	27.1%
71%-80%	7	10.0%
- 70%	1	1.4%
Total	70	100.0%

El análisis de asociación ( $\chi^2$ ) y coeficiente de contingencia entre la edad de las participantes y las variables OP, OS, y M, obtiene una asociación significativa ( $p \leq .001$ ) y una relación intensa para las tres. El TP está asociado a la edad, no obstante, la variable edad no muestra correlación alguna con las variables TP y PA a través del coeficiente de *Spearman* (Tabla 3).

Tabla 3. Grado de asociación entre Edad y las variables OP, OS, M, TP y PA

Variables	Chi-cuadrado		Coeficiente de contingencia	
	Valor	P	Valor	P
Objetivos principales (OP)	204.21	.001	0.86	.001
Objetivos secundarios (OS)	165.73	.001	0.83	.001
Motivos (M)	169.59	.001	0.84	.001
			Coeficiente de Spearman	
Tiempo de permanencia en el programa (TP)	118.25	.001	0.167	0.168
Porcentaje Asistencia (PA)	56.07	.51	0.158	0.192

De igual forma, los análisis de asociación ( $\chi^2$ ) y coeficiente de contingencia entre los motivos (M) y las variables OP, OS, E, TP y PA, muestran que sólo se ha asociado significativamente ( $p \leq .001$ ) con los objetivos secundarios y con la edad (tabla 4).

Tabla 4. Relación y grado de asociación entre Motivos y OP, OS, E, TP y PA

Variables	Chi-cuadrado		Coeficiente de contingencia	
	Valor	P	Valor	P
Objetivos principales (OP)	42.602	.208	0.615	.208
Objetivos secundarios (OS)	85.884	.001	0.742	.001
Edad (E)	169.592	.001	0.841	.001
Tiempo de permanencia en el programa (TP)	26.559	.88	0.524	0.88
Porcentaje Asistencia (PA)	10.212	.925	0.357	.925

La distribución de los objetivos principales, objetivos secundarios y motivos en relación a la edad de la usuaria se puede ver reflejada de forma gráfica en la tabla 5.

Tabla 5. Distribución de OP, OS y M en relación al grupo de edad.

	RELACIÓN ENTRE GRUPO-EDAD DE LAS USUARIAS DE E.P. Y OP, OS y M							Total
	Grupo edades usuarias EP	< 25	25-30	31-40	41-50	51-60	>60	
<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>	Disminuir % peso graso	2.9%	5.7%	28.6%	8.6%	-	2.9%	48.7%
	Mejorar el tono muscular	2.9%	-	11.4%	8.6%	-	-	22.9%
	Crear hábito	-	-	2.9%	5.7%	2.9%	-	11.5%
	Aliviar dolor de espalda/ controlar postura	-	-	4.3%	1.4%	1.4%	-	7.1%
	Disminuir el estrés/mejorar ánimicamente	-	2.9%	1.4%	1.4%	-	-	5.7%
	Aumentar la energía	-	-	-	2.9%	-	-	2.9%
	Relajar / estirar	-	-	-	-	2.9	-	2.9%
<b>OBJETIVOS SECUNDARIOS</b>	Mejorar el tono muscular	2.9%	2.9%	22.9%	15.7%	-	-	44.4%
	Crear hábito de ejercicio	2.9%	1.4%	8.6%	5.7%	1.4%	-	20%
	Controlar postura/ aliviar dolor espalda/	-	-	5.7%	2.9%	2.9%	2.9%	14.4%
	Bajar peso/disminuir % graso	-	1.4%	4.3%	4.3%	-	-	10%
	Aumentar la energía	-	1.4%	4.3%	-	1.4%	-	7.1%
	Disminuir el estrés/mejorar ánimicamente	-	1.4%	2.9%	-	-	-	4.3%
<b>MOTIVOS PARA SOLICITAR EP</b>	La obtención de resultados	5.7%	4.3%	28.6%	10%	-	1.4%	50%
	Poca constancia	-	-	5.7%	8.6%	1.4%	1.4%	17.1%
	Mayor Atención (especialista)	-	-	4.3%	7.1%	2.9%	-	14.3%
	Por timidez. Nunca hizo ejercicio.	-	-	5.7%	2.9%	-	-	8.6%
	Por miedo a lesionarse	-	2.9%	1.4%	-	1.4%	-	5.7%
	Ha tenido experiencias negativas	-	-	2.9%	-	-	-	2.9%
	El centro estaba cerca del domicilio	-	1.4%	-	-	-	-	1.4%

La tabla anterior (tabla 5) indica que las usuarias menores de 25 años, tienen como únicos OP disminuir el porcentaje de peso graso y mejorar el tono muscular. Las mujeres de entre 25 y 30 años comparten también el OP de disminuir el porcentaje de peso graso y además se preocupan por reducir el estrés. Estos objetivos siguen siendo protagonistas entre los 31 y 40 años (40%), sin embargo comienza a preocupar también cómo cuidar la espalda y mejorar el control postural (4.3%) y crear hábito de ejercicio (2.9%). A partir de los 41 años parece

aumentar el interés por crear un hábito de ejercicio saludable (5.7%) o aumentar la energía (2.9%), aunque disminuir el porcentaje de peso graso y mejorar la tonificación siguen siendo dominantes (8.6%). Sin embargo, entre las mujeres de 51 a 60 años el objetivo se centra en incorporar el entrenamiento como hábito saludable en sus vidas (2.9%), aliviar el dolor de espalda/mejorar el control postural (1.4%), o incluso otros hasta ahora no considerados como la necesidad de relajar/estirar (1.4%). Finalmente la inquietud por el control del peso se manifiesta nuevamente entre las mayores de 60 años (2.9%).

Los OS en las menores de 25 años están enfocados exclusivamente a mejorar el tono muscular y crear hábito de ejercicio. No obstante, entre los 25 y los 50 años existe gran variedad al respecto, aunque sigue siendo particularmente importante en los tres grupos de edad mejorar el tono muscular y crear hábito de ejercicio. El grupo de 51 a 60 años se decantan mayoritariamente por aliviar el dolor de espalda/controlar la postura, y el total de las mayores de 60 años tienen este mismo objetivo secundario.

Las menores de 25 años contratan los servicios para conseguir resultados. También la principal razón entre 25 y 30 años es el logro de resultados, pero además algunas lo hacen porque tienen miedo a lesionarse o porque el centro estaba cerca del domicilio. Entre 31 y 40 años sigue siendo el alcance de objetivos el motivo principal (28.6%), sin embargo en esta franja de edad las razones para solicitar el servicio es más heterogéneo, siendo la falta de constancia otra causa importante, o porque no quieren entrenar solas, ya sea por timidez o porque nunca fueron a un gimnasio. Sin embargo, las usuarias de 41 a 50 años presentan como causa principal para contratar un entrenador personal querer o necesitar un especialista que le preste mayor atención. Por último, las mayores de 60 también los requieren para lograr resultados y porque son poco constantes.

Para el análisis de componentes de varianza se consideraron las facetas participantes (p), edad (e), grupo-edad (g), objetivo principal (o), objetivo secundario (b), motivo (m), tiempo-vinculado (t), sesiones-semanales (i), y considerando el porcentaje de asistencia (y) como variable de medida. Encontramos que el modelo estimado es significativo, que explica el 100% de la varianza. Las facetas que resultan significativas son participantes (p), edad (e), objetivo principal (o) así como las interacciones p\*e y p\*o (tabla 6).

Tabla 6. Análisis de componentes de varianza

Fuente	DF	Suma de cuadrados	Cuadrado de la media	F-Valor	Pr > F
Modelo	69	7783.474354	112.803976	Infín	<.0001
Error	70	0.000000	0.000000		
Total correcto	139	7783.474354			
R-cuadrado		Coef Var	Raiz MSE	Media de Y	
1.000000		0	0	90.03943	
Fuente	DF	Tipo I SS	Cuadrado de la media	F-Valor	Pr > F
P	27	3592.424771	133.052769	Infín	<.0001
E	19	1533.458388	80.708336	Infín	<.0001
p*e	21	1748.851796	83.278657	Infín	<.0001
O	1	289.923200	289.923200	Infín	<.0001
p*o	1	618.816200	618.816200	Infín	<.0001

Además se han estimado seis modelos de precisión, en todos ellos la fiabilidad y la generalizabilidad son excelentes (tabla 7), teniendo tres de las facetas: sujetos (s=44%), edad (e=19%), objetivo principal (o=4%) y sus correspondientes interacciones (se=24% y so=9%) toda la varianza explicada asociada.

Tabla 7. Fiabilidad, generalizabilidad y porcentajes de varianzas asociadas

Modelos	Fiabilidad (e <sup>2</sup> )	Generalizabilidad (Φ)	Porcentajes de varianza asociados
seomti/b	1.00	1.00	s = 44%
seomti/e	1.00	1.00	e = 19%
seomti/i	1.00	1.00	se = 24%
seomti/m	1.00	1.00	o = 4%
seomti/o	1.00	0.9	so = 9%
seomti/t	1.00	1.00	

## Discusión

El objetivo del trabajo era determinar los motivos, objetivos principales y secundarios de las mujeres que solicitan el servicio de un entrenador personal y comprobar la fiabilidad y generalizabilidad de la estructura de datos. Los resultados indican que el objetivo principal más demandado fue la pérdida de peso reduciendo el porcentaje graso corporal (48.7%), el objetivo secundario fue mejorar el tono muscular (44.4%), y la motivación fundamental fue lograr resultados (50%), no obstante estas variables están asociadas a la edad de la usuaria. La estructura de datos obtenida con esta muestra presenta unos excelentes niveles de fiabilidad y generalizabilidad.

La Teoría de la Generalizabilidad (GT) asume que hay más fuentes de variación que las estimadas por el análisis clásico de la varianza (los debidos a los efectos del tratamiento, las diferencias individuales y el error). Cada una de ellas se integra en una estructura global, lo que permite aplicaciones particulares de la teoría del muestreo estadístico. GT reconoce explícitamente las múltiples fuentes de variación de medida (los participantes, edad, objetivos, observaciones, sesiones, etc.), pudiendo estimar cada una de ellas, junto con sus diferentes interacciones. El error de medición es simplemente el efecto de las fluctuaciones debidas a la selección de los individuos, los contextos, los tratamientos, las observaciones, las sesiones, los puntos de medición, etc., en otras palabras, debido a la toma de muestras de los niveles particulares de cada uno de las variables en el universo de observaciones posibles (Blanco, 1992; Blanco, Castellano, y Hernández-Mendo, 2000; Cardinet, Johnson, y Pini, 2010).

El análisis previo de los componentes de la varianza usando el procedimiento de mínimos cuadrados (Varcomp) y el método de máxima verosimilitud (GLM) indica que la muestra es normal, lineal y homocedástica. Un alto porcentaje de la varianza es explicada por las variables participantes, edad y objetivo principal; de hecho, la estructura de datos con estas variables presenta unos valores óptimos de fiabilidad y generalizabilidad en todos los modelos de precisión estimados.

La mujer que solicita el servicio de entrenamiento personal tiene una media de edad de 39 años, encontrándose el 88.54% entre los 25 y 50 años. Estos resultados están en consonancia con los obtenidos por *American Sports Data INC* (2007), donde la mayoría de los clientes de entrenamiento personal (41%) tenían entre 35 y 54 años.



Los OP más demandados son: bajar peso reduciendo el porcentaje de grasa corporal, seguido de mejorar el tono muscular (71.43% entre los dos casos); y con respecto a los OS, señalan más frecuentemente, mejorar el tono muscular y establecer el ejercicio físico como hábito (64.29% entre los dos). Estos objetivos están en línea con los expuestos por Prichar y Tiggermann (2008) en mujeres usuarias de centros de *fitness*, ya que aun siendo conscientes de los beneficios que tiene el ejercicio físico para la salud, su práctica está fundamentada en el aspecto e imagen corporal, incluyendo aquí el control del peso.

Los motivos más frecuentes para la mayoría de usuarias, son el logro de resultados que de otra forma no han conseguido (50%), motivo que coincide con Jiménez (2005) al indicar que las personas que contratan un entrenador personal lo hacen principalmente porque les permiten alcanzar sus objetivos lo antes posible. En segundo y tercer lugar aparecen la poca constancia en la práctica de ejercicio (17.14%), y la necesidad de un especialista que les preste mayor atención (14.29%), sumando entre los tres motivos el 81.43% de los casos.

Sin embargo, M, OP, y OS están asociados a la edad de las clientas, de esta forma, aunque en la mayoría de los casos el motivo es el logro de resultados, a partir de los 31 años el motivo es también la poca constancia en la práctica, o la necesidad de mayor atención, este último aparece según Rial, Alonso, Rial, Picón y Varela (2009) como uno de los elementos que caracterizan el perfil de las mujeres mayores de 35 años de adhesión tardía y que asisten a centros deportivos acompañadas. Es importante señalar que estos dos últimos motivos incrementan su porcentaje entre las mujeres de 41 a 50 años. Los OP en las más jóvenes son disminuir el peso graso y la tonificar los músculos, lo que parece estar en consonancia con la idea de que la apariencia física es muy importante entre las mujeres jóvenes que practican ejercicio (Eklund y Crawford, 1994; Gill y Overdorf, 1994). Estos objetivos se van ampliando con la edad, y las usuarias de mediana edad tienen como OP, además, crear el hábito de realizar ejercicio físico, aliviar el dolor de la espalda y disminuir el estrés. No obstante, las usuarias de mayor edad vuelven a centrar su OP en disminuir su peso graso.

La asociación significativa entre los motivos y los objetivos secundarios podría ser debida a que, tal y como sugieren Locke y Latham (1985), la motivación para hacer deporte depende de los objetivos, de tal forma que estos motivos se podrían interpretar como un aspecto subyacente de los objetivos a conseguir.

Los resultados sugieren también un alto tiempo de permanencia (TP) en este tipo de servicio, ya que el 88.6% de las mujeres han participado durante más de seis meses, y además la tasa de asistencia a las sesiones programadas (PA) señaló que el 98.6% asistieron a más del 71% de las sesiones programadas. Por tanto, parece que un servicio de entrenamiento personal es capaz de generar buenos TP y PA en mujeres, y que podrían ser mucho mayores que los obtenidos a través de la supervisión estándar o mínima, lo que estaría en consonancia con Wing, Jeffery, Pronk, y Hellerstedt (1996) cuando señalan que el grupo de mujeres con sobrepeso asignado a un entrenador personal mostró mayor adhesión al programa de pérdida de peso que el grupo de control; con Jeffery, Wing, Thorson, y Burton (1998) al reportar que la combinación de estrategias de entrenamiento personal, junto con otros incentivos, condujo a una mayor adherencia a la práctica; y con McClaran (2003) al indicar que el entrenamiento personal parece ser una manera eficaz de cambiar las actitudes sedentarias y mejorar la adherencia al ejercicio regular.

En este sentido, la propia figura del entrenador personal parece ser relevante, Wise y col. (2004) apuntan a la necesidad de que estos profesionales se aseguren de que las mujeres clientes sean conscientes de su cualificación profesional, que proporcionen feedback específicos durante la ejecución del entrenamiento y que hagan hincapié en la capacidad de la

usuaria para realizar los ejercicios propuestos. No cabe duda de que la actuación del profesional será determinante a la hora de alcanzar los resultados y conseguir optimizar el TP y PA, de hecho, Hanlon, Morris, y Nabbs (2010) determinaron que lo que atrajo y mantuvo a las mujeres en programas de actividad física fue la profesionalidad del instructor, sus conocimientos técnicos y su sensibilidad.

Finalmente no se ha encontrado ningún grado de asociación significativa entre los motivos y las variables TP y PA, y tampoco ninguna correlación entre estas variables y la edad, probablemente debido a que TP y PA se asocian con variables relacionadas con la profesionalidad del entrenador y la calidad del servicio, como se ha señalado desde el trabajo de Morales, Hernández-Mendo, y Blanco (2009), y Hanlon y col. (2010). De hecho, una limitación de este trabajo ha sido no haber podido introducir variables relacionadas con el desempeño del entrenador y con la calidad percibida del servicio recibido.

### Conclusiones

En conclusión, los resultados de la investigación muestran que los objetivos principales señalados por las usuarias y su distribución en función de la edad son altamente generalizables, por lo que podrían servir de referencia a otros centros de *fitness y wellness* donde las clientas también sean mayoritariamente casadas, con formación superior, y desempeñen cargos de dirección en empresas privadas o sean funcionarias en la administración pública, como es el caso del centro que ha sido estudiado.

Estos hallazgos sugieren la necesidad de desarrollar estrategias específicas en relación al contenido y la gestión de los servicios de entrenamiento personal dirigido a las mujeres. Estos servicios deberían ser realizados por profesionales con unas sólidas competencias sobre la evolución física, fisiología, y psicológica de las mujeres, con experiencia en los modelos de organización, planificación y programación de actividad física, así como en los métodos y recursos más adecuados para la reducción de peso (% grasa corporal), mejora del tono muscular, y aumento del control postural y disminución del dolor de espalda, todo ello creando hábitos de realización de ejercicio físico saludable que permitan ser constantes y bajo una atenta supervisión de la usuaria para alcanzar los resultados esperados, que son los principales motivos de su contratación.

En esta línea, una gestión deportiva de calidad exigirá llegar a conocer los objetivos perseguidos y los motivos de adherencia al entrenamiento personal y también las causas principales de abandono de la usuaria, ya que serán de gran utilidad para que los responsables de centros deportivos de *fitness y wellness*, que ofrecen el servicio de entrenamiento personal, puedan tomar decisiones fundamentadas a la hora de planificar sus estrategias de marketing, dirigiendo realmente sus campañas de promoción al público objetivo y permitiendo optimizar los recursos de la entidad, con el fin de ofrecer un servicio de calidad con el que poder optar a la satisfacción y fidelización de la usuaria.

## Referencias

- American Sport Data INC. (2007). *National Survey of Personal Trainer Usage*. New York: Hartsdale.
- Balaguer, I.; Castillo, I.; Tomás, I., y Duda, J. L. (1997). Las orientaciones de metas de logro como predictoras de las conductas de salud de los adolescentes. *IberPsicología*, 2, 2-10.
- Blanco, A. (1992). Aplicaciones de la Teoría de la Generalizabilidad en la selección de diseños evaluativos. *Bordón*, 43 (4), 431-459.
- Blanco, A.; Castellano, J., y Hernández-Mendo, A. (2000). Generalizabilidad de las observaciones en la acción del juego en el fútbol. *Psicothema, suplemento*, 12 (Supl. 2), 81-86.
- Buceta, J.M. (1998). *Psicología del Entrenamiento Deportivo*. Madrid: Editorial Dykinson.
- Capdevila, L.; Niñerola, J., y Pintanel, M. (2004) Motivación y Actividad Física: el autoinforme de motivos para la práctica de ejercicio físico (AMPEF). *Revista de Psicología del Deporte*, 13 (1), 55-74.
- Cardinet, J.; Johnson, S., & Pini, G. (2010). *Applying generalizability theory using EduG*. New York: Routledge. Taylor & Francis Group.
- Coutts, A.J.; Murphy, A.J., & Dascombe, B.J. (2004). Effect of direct supervision of a strength coach on measures of muscular strength and power in young rugby league players. *Journal of Strength & Conditioning Research*, 18 (2), 316-323.
- Dishman, R.K. (1994). *Advances in Exercise Adherence*. Champaign Illinois: Human Kinetics.
- Dishman, R.K. (1988). *Exercise Adherence: It's Impact on Public Health*. Champaign, Illinois: Human Kinetics.
- Edmunds, J.; Ntoumanis, N., & Duda, J. L. (2007). Adherence and well-being in overweight and obese patients referred to an exercise on prescription scheme: A self-determination theory perspective. *Psychology of Sport and Exercise*, 8, 722-740.
- Eklund, R.C., & Crawford, S. (1994). Active women, social physique anxiety, and exercise. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 16, 431-448.
- García-Ferrando, M. (2006). *Posmodernidad y deporte: Entre la individualización y la masificación. Encuesta sobre hábitos deportivos de los españoles 2005*. Madrid: CSD y CIS.
- Gimeno, F., & García-Mas, A. (2010). Motivation in the teaching of Physical Education according to the Achievement Goal Theory: methodological considerations. *Quality & Quantity*, 44, 583-593.
- Gill, K., & Overdorf, V. (1994). Incentives for exercise in younger and older women. *Journal of Sport Behavior*, 17(2), 87-97.
- Hanlon, C.; Morris, T., & Nabbs, S. (2010). Establishing a successful physical activity program to recruit and retain women. *Sport Management Review*, 13, 269-282.
- Jeffery, R.W.; Wing, R.R.; Thorson, R.R., & Burton, L.R. (1998). Use of personal trainers and financial incentives to increase exercise in a behavioral weight-loss program. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 66 (5), 777-783.
- Jiménez, A. (2005). *Personal Training: Bases, fundamentos y aplicaciones*. Barcelona: Inde.

- Locke, E.A., & Latham, G.P. (1985). The application of goal-setting to sports. *Journal of Sport Psychology*, 7, 205-222.
- Malooof, R.M.; Zabik, R.M., & Dawson, M.L. (2001). The effect of use of a personal trainer on improvement of health related fitness for adults. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 33 (5), S74.
- Marcus, B.H.; Emmons, K.M.; Simkin-Silverman, L.R.; Linnan, L.A.; Taylor, E.R.; Bock, B.C.; Roberts, M.B.; Rossi, J.S., & Abrams, D.B. (1998). Evaluation of motivationally tailored vs. standard self-help physical activity interventions at the workplace. *American Journal Health Promotion*, 12(4), 246-253.
- Márquez, Z., y Hernández-Mendo, A. (2009). La violencia en medios de comunicación impresos. Un estudio preliminar [Violence in the print media: A preliminary study]. *ANUARIO INICO. Investigaciones de la Comunicación*, 21(1), 177-192.
- Mazzetti, S.A.; Kraemer, W.J.; Volek, J.S.; Duncan, N.D.; Ratamess, N.A.; Gómez, A.L.; Newton, R.U.; Häkkinen, K., & Fleck, S.J. (2000). The influence of direct supervision of resistance training on strength performance. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 32 (6), 1175-1184.
- McClaran, S.R. (2003). The effectiveness of personal training on changing attitudes towards physical activity. *Journal of Sports Sciences and Medicine*, 2, 10-14.
- Morales, V.; Hernández-Mendo, A., y Blanco, A. (2005). Evaluación de la calidad en los programas de actividad física. *Psicothema*, 17(2), 292-298.
- Morales, V.; Hernández-Mendo, A.; Sánchez, P.; Blanco, A., & Anguera, M.T. (2007). Random PERT: Application to Physical Activity/Sports Programs *Quality & Quantity*, 43(2), 225-236.
- Morales, V.; Hernández-Mendo, A., y Blanco, A. (2009). Evaluación de la calidad en organizaciones deportivas: adaptación del modelo SERVQUAL. *Revista de Psicología del Deporte*, 18(2), 137-150.
- Mutrie, N., & Woods, C. (2003). How can we get people to become more active? A problem waiting to be solved. In J. MacKenna and C. Riddoch (Eds). *Perspectives on Health and Exercise*. London: Palgrave MacMillan.
- Prichard, I., & Tiggemann, M. (2008). Relations among exercise type, self-objectification, and body image in the fitness centre environment: the role of reasons for exercise. *Psychology of Sport & Exercise*, 9, 855-866.
- Ratamess, N.A.; Faigenbaum, A.D.; Hoffman, J.R., & Kang J. (2008). Self- selected resistance training intensity in healthy women: the influence of a personal trainer. *Journal of Strength & Conditioning Research*, 22 (1), 103-111.
- Ratamess, N.A.; Faigenbaum, A.D.; Traitz, R.; Caputo, G.; Mangine, G.; Haynes, A.; Snyder, J.; Hoffman, J.R., & Kang, J. (2006). The influence of a personal fitness trainer on self-selected training intensity in healthy women. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 38 (5), S291.
- Rial, A.; Alonso, D.; Rial, J.; Picón, E., y Varela, J. (2009). Un intento de segmentación integral de los usuarios de centros deportivos. *Apunts: Educación física y deportes*, 95, 82-91.
- Ruiz, L.M.; Graupera, J.L.; Contreras, O.R., y Nishida, T. (2004). Motivación de logro en educación física escolar: un estudio comparativo entre cinco países. *Revista de Educación*, 333, 345-361.
- Ryan, R.M., & Deci, E.L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations. Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67.

- Serrano-Gómez, V., & García-García, O. (2009). Personal training for pregnant women: A solution to enhance the benefits of physical exercise. *Kronos*, 16(3), 15-24.
- Serrano-Gómez, V.; Rial, A.; García-García, O., y Gambau, V. (2011). El perfil del usuario en clubes de golf sociales-mixtos con campos de 9 hoyos en Galicia: un intento de segmentación desde la perspectiva de género. *Cuadernos de psicología del deporte*, 11(2), 131-138.
- Walsh, G.; Henning-Thurau, T.; Wayne-Mitchell, V., & Wiedmann, K. (2001): Consumers' decision-making style as a basis for market segmentation, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 10, 117-131.
- Wilson, P.M.; Rodgers, W.M.; Blanchard, C.M., & Gessell, J. (2003). The relationship between psychological needs, self-determined motivation, exercise attitudes, and physical fitness. *Journal of Applied Social Psychology*, 3, 2373-2392.
- Wing, R.R.; Jeffery, R.W.; Pronk, N., & Hellerstedt, W.L. (1996). Effects of a personal trainer and financial incentives on exercise adherence in overweight women in a behavioral weight loss program. *Obesity Research*, 4 (5), 457-462.
- Wise, J.B.; Posner, A.E., & Walker, G.L. (2004). Verbal messages strengthen bench press efficacy. *Journal of Strength & Conditioning Research*, 18 (1), 26-29.