

Estudio sobre la calidad percibida de los usuarios de fitness: a partir de sus características y preferencias según sexo y edad

Study on the perceived quality of fitness users: based on their characteristics and preferences according to sex and age

*Juan Ignacio Ortega Martínez, **Fernando Manuel Lourenço Martins, *Sixto González-Víllora, **Francisco Campos
*Universidad de Castilla-La Mancha (España), **Instituto Politécnico de Coímbra (Portugal)

Resumen. Para satisfacer las necesidades de usuarios *fitness*, es determinante conocer sus características y sus preferencias en relación a los servicios y actividades. Los gimnasios que adoptan estas prácticas, tienen más éxito y sobreviven más tiempo en el mercado. El objetivo es caracterizar la importancia que los usuarios atribuyen al entrenador *fitness*, y compararla según sexo y rango de edad. Se aplicó una versión traducida, adaptada y validada del cuestionario «Importancia atribuida a la aptitud física (IAF)» a 200 usuarios, de 18 a 74 años, 132 mujeres y 68 hombres. Para la caracterización, se utilizaron estadísticas descriptivas y para la comparación entre grupos el test *t*, para un nivel de significación del 5%. El rango de valores promedio de respuesta (caracterización) desde 6.88 (ej., Imagen) a 6.98 (ej., Ética), ha permitido verificar que la importancia asignada a los 25 indicadores de calidad enumerados, es muy alta [escala de respuesta: 1 (*nada importante*) a 7 (*totalmente importante*)]. Las comparaciones entre grupos, han permitido verificar que las mujeres dan mayor importancia al dominio musical [$t(84) = 2,998; p = .004; d = .546$; dimensión del efecto *moderado*] y que los usuarios mayores de 30 años dan más prioridad a la dedicación mostrada por el entrenador [$t(84) = -2.213; p = .030; d = .386$; dimensión de efecto *moderado*]. Estos datos permitirán a los gestores y entrenadores/técnicos, proporcionar los servicios, diseñar y mejorar su intervención, teniendo en cuenta las características y preferencias del público objetivo, mejorando la satisfacción y aumentando la fidelización.

Palabras clave: servicio de calidad; gestión deportiva; entrenador *fitness*; preferencias de los usuarios; salud.

Abstract. To meet the needs of *fitness* users, it is essential to know its characteristics and your preferences in relation to services and activities. The gyms that adopt these practices are more successful and survive longer on the market. The aim of the present study was to characterize the importance that users attribute to *fitness* trainer, comparing it according to gender and age range. A translated, adapted and validated version of the questionnaire «Importance attributed to physical fitness (IAF)» was applied to 200 users, from 18 to 74 years old, 132 women and 68 men. Characterization were used with descriptive statistics and comparison with *t* test, for a significance level of 5%. The range of average response values (characterization) from 6.88 (e.g., Image) to 6.98 (e.g., Ethics), allows verifying that the importance assigned to the 25 quality indicators listed is very high [response scale: 1 (*not important at all*) to 7 (*totally important*)]. Comparisons between groups, have allowed verify that women give greater importance to the musical domain [$t(84) = 2,998; p = .004; d = .546$; moderate effect dimension] and users over 30 give more priority to dedication shown by the trainer [$t(84) = -2,213; p = .030; d = .386$; moderate effect dimension]. These data will allow the technicians to provide the services (the trainers) to design and improve their intervention considering the characteristics and preferences of the target audience, improving satisfaction and increasing loyalty.

Key words: quality service; sports management; *fitness* trainers; athlete preferences; health.

Introducción

La tendencia actual y novedosa de las organizaciones deportivas incorporadas en el mercado, crea una necesidad de investigación en sus modelos de gestión, comercialización, y posibles mejoras (García Fernández, Gálvez Ruiz, Velez Colon & Bernal García, 2016). El sector tan competitivo actual en la industria del *fitness* obliga a los responsables de los centros deportivos a proporcionar servicios de valor agregado para diferenciarse de sus rivales con el fin de atraer nuevos miembros y retener a los actuales (Foroughi, Iranmanesh, Gholipour & Hyun, 2019).

Analizando las tendencias del *fitness* en España en los últimos años, el estudio de la calidad, el valor percibido y la satisfacción son importantes para los responsables de los centros deportivos ya sean públicos y privados, a fin de comprender las percepciones de los clientes y establecer acciones correctivas (García-Fernández, Gálvez-Ruiz, Vélez-Colon, Ortega-Gutiérrez & Fernández-Gavira, 2018), observando cuán importante es el papel desempeñado por los instructores o entrenadores. La necesidad de que los centros deportivos o gimnasios tengan profesionales

debidamente capacitados y cualificados, con experiencia, fue la tendencia más relevante durante los años 2017 (Veiga, Valcarce & King, 2017), 2018 (Veiga, Valcarce, King y De la Cámara, 2017) y 2019 (Veiga, Valcarce, King & De la Cámara, 2019). En el año 2020, la tendencia principal fue el entrenamiento de fuerza (De la Cámara, Valcarce & Veiga, 2020), pero poco después en segundo lugar, la contratación de profesionales de *fitness* con certificados oficiales.

Crear una atmósfera social positiva entre un centro deportivo y sus usuarios, genera referencias propias que crean valor de servicio, contribuyendo a la lealtad del usuario en relación con su gimnasio (García-Fernández et al., 2020). Como consecuencia, ha habido una creciente preocupación en las organizaciones que trabajan en el mercado del *fitness* (ej., gimnasios, academias, centros deportivos o *clubs orientados a la salud*), con el fin de contratar recursos humanos con la máxima capacitación y adecuados al contexto de intervención (Cracknell, 2015). El instructor, la interfaz de prestación de servicios entre la organización y el profesional, no es una excepción, y es quizás, uno de los elementos que más influencia tiene en la calidad percibida y la satisfacción de los usuarios (Campos, Simões & Franco, 2016; Franco et al., 2018). En un estudio realizado en Zaragoza, España (Estrada, Sanz, Casterad, Simón & Roso, 2019), fue posible verificar que en más del 82% de los gimnasios de la ciudad, al menos un instructor tiene educación superior (título de

Grado), un aumento del 18% en comparación con un estudio similar realizado en 2010 (Estrada et al., 2019).

Campos et al. (2016) elaboraron un estudio, donde presentaron un instrumento para evaluar al instructor de actividades grupales de *fitness*, sobre los indicadores de calidad que debería tener, de acuerdo con la opinión de diferentes partes interesadas en el área (directores técnicos, propietarios / gerentes, entrenadores, usuarios y los propios instructores). Se enumeraron 25 indicadores de calidad, agrupados en dos dimensiones [calidad relacional (11 ítems) y calidad técnico-pedagógica (14 ítems)] (Campos, Simões & Franco, 2017):

a) Calidad relacional: ética, disponibilidad, buena disposición, comunicación, honestidad, cordialidad, empatía, humildad, imagen, motivación y simpatía.

b) Calidad técnica y pedagógica: innovación, idoneidad, asistencia, condición física, conocimiento, dedicación, dinamismo, dominio musical, ejecución técnica, planificación, formación, instrucción, experiencia y puntualidad.

Tras este trabajo, basado en el cuestionario desarrollado por Damásio & Campos (2016), se realizaron varios estudios sobre la importancia del *fitness*, en sus diferentes servicios o actividades ofertadas, y de acuerdo con la percepción de los usuarios: importancia atribuida a las razones de la práctica deportiva en gimnasios (Campos, Silva, et al., 2018); importancia atribuida a las cualidades del servicio (Campos, Costa, et al., 2018); relevancia que se atribuye a las cualidades del instructor (Franco et al., 2018). Se realizaron algunos estudios donde, además de la caracterización genérica de estos servicios o actividades del *fitness*, se comparó la percepción de los usuarios de acuerdo con ciertas variables específicas [por ejemplo, sexo (Campos, Damásio, Martins, Simões & Franco, 2018) y grupo de edad (Campos, Martins, Simões & Franco, 2017)]. En el caso específico de estos trabajos, fue posible concluir que, para ciertas características de calidad del instructor de *fitness*, la importancia atribuida difiere según el sexo [ej., ética y honestidad (Campos, Damásio et al., 2018)] y el grupo de edad de los usuarios [ej., comunicación y conocimiento (Campos, Martins et al., 2017)].

En consecuencia, en una realidad y alcance geográfico diferente (España), se pretende:

a) Caracterizar la importancia atribuida a los indicadores de calidad del instructor de *fitness*, a través de la percepción de los usuarios.

b) Comparar la importancia atribuida a los indicadores de calidad del instructor de *fitness*, a través de la percepción de los usuarios, según su sexo y grupo de edad.

Dadas las altas tasas de abandono en esta área del *fitness*, alrededor del 65% (Pedragosa & Cardadeiro, 2019), y saber que las necesidades de los usuarios es uno de los cinco aspectos clave más importantes para que cualquier persona que trabaje en este mercado, debe considerar en la búsqueda de excelencia (European Observatoire of Sport Employment, 2019). Es importante buscar respuestas para mejorar la calidad del servicio prestado. La relevancia del presente estudio radica precisamente en este factor clave, pues el objetivo es estudiar y conocer más este contexto específico, para que la intervención pueda ser mejorada y ajustada según las características y preferencias de los usuarios en relación a los servicios y actividades que se le prestan. Conocer la

predilección de los usuarios por esas actividades para acometer las mejoras oportunas es clave, ya que es un elemento importante de la fidelización de los usuarios, los cuales muchos se dan de baja o dejan de ir al centro deportivo, si su actividad preferida es cancelada (Pérez-Villalba, García-Fernández, Gómez-Chacón & Fernández-Martínez, 2018). Como se mencionó en Navarro, Pérez, Pereira & Duque (2020), establecer relaciones cercanas, con conocimiento de las características y necesidades de los usuarios, puede hacer que los centros deportivos o gimnasios sobrevivan durante más tiempo en el mercado y tengan éxito a largo plazo.

Metodología

Participantes

Participaron en este estudio 200 usuarios de actividades físicas y deportivas, en el ámbito del *fitness*, de varios gimnasios en España, en la región de Castilla-La Mancha (España). Los participantes fueron informados sobre el estudio y seleccionados por conveniencia al ser de carácter exploratorio, donde fueron 132 (66%) del sexo femenino y 68 (34%) del sexo masculino, de los 18 a los 74 años de edad [35.36 ± 12.55 ; 75 (37.5%) de 30 años o menos y 125 (62.5%) de más de 30 años].

Instrumentos

El instrumento utilizado para la recopilación de datos fue una versión traducida, adaptada y validada del cuestionario «Importancia atribuida al *Fitness*» (Damásio & Campos, 2016). En la dimensión bajo análisis, calidad de los instructores, presenta 25 ítems respondidos en una escala de 1 (no importante) a 7 (totalmente importante). Esta escala pretende evaluar el grado de acuerdo de los usuarios, en relación con cada uno de los ítems del instrumento.

Para la traducción, adaptación y validación (*face validity*), se siguieron los procedimientos sugeridos en la literatura científica especializada (Hill & Hill, 2002; Pestana & Gageiro, 2008):

1) Se consultó a dos especialistas de nacionalidad española, con doctorado en ciencias del deporte y con diez años de experiencia en investigación (expertos en instrumentos de evaluación como cuestionarios, entrevistas y/o grupos de discusión), para la traducción y adaptación terminológica del instrumento.

2) Se preparó la primera versión, basada en las recomendaciones de los dos expertos, que se envió a un nuevo panel de dos especialistas, distintos a los de la primera fase, pero con capacitación académica y experiencia de investigación similares.

3) Después del análisis de las nuevas recomendaciones, se realizó una nueva versión; esta herramienta fue utilizada en un estudio piloto con 50 usuarios de actividades *fitness*, para identificar la posible existencia de dudas y dificultades para completar el instrumento, por ejemplo, con respecto a la terminología que se utilizó en todos los ítems presentados.

4) A posteriori de esta nueva reformulación, la tercera versión se envió a un nuevo panel de expertos, que no participó en las fases descritas anteriormente, en el mismo número (dos expertos) y con similar capacitación y experiencia investigadora.

5) Al no realizarse ninguna sugerencia de mejora, el cuestionario se consideró válido para los objetivos establecidos para el presente estudio.

La fiabilidad del cuestionario, fue evaluada por la consistencia interna (Alfa de Cronbach). De esta forma, después de su aplicación el cuestionario obtuvo un valor de 0.967 para los 25 ítems, dato que constata que dicha herramienta de evaluación y sus resultados son fiables (grado de excelente: á e» .90).

Procedimiento

En la fase previa a la recolección de los datos, se estableció contacto con los responsables de las instituciones o centros deportivos. Después de las autorizaciones otorgadas por éstos, contactamos con los instructores y con los responsables de sala de ejercicios [en el caso de actividades individuales (ej., musculación)], para contextualizar el trabajo, alcance, objetivos e intención, así como para programar las fechas y horas de recogida de datos.

La recopilación se llevó a cabo al final de la sesión de entrenamiento, en un lugar habilitado para ello, pero dentro del centro de *fitness*. El responsable de la toma de datos fue un evaluador con el Grado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, debidamente capacitado (Hill & Hill, 2002; Pestana & Gageiro, 2008), respetando un protocolo que fue proporcionado por los investigadores del estudio. Al contactar con los profesionales, todos fueron informados sobre: alcance, objetivo y relevancia de la colaboración; importancia de la honestidad en la respuesta; y confidencialidad en el tratamiento / divulgación de datos (consentimiento informado).

Análisis estadístico

La evaluación de la fiabilidad del cuestionario se hizo mediante la consistencia interna, determinando el Alfa de Cronbach. La clasificación de esta evaluación es la siguiente: inaceptable ($\alpha < .60$); débil ($.60 < \alpha < .70$); razonable ($.70 \leq \alpha < .80$); buena ($.80 \leq \alpha < .90$); y excelente ($\alpha \geq .90$) (Hill y Hill, 2002, p. 149).

Para caracterizar la importancia atribuida a los indicadores de calidad del instructor, se utilizó estadística descriptiva, específicamente los valores de media y desviación típica ($M \pm DT$) (Pereira y Patricio, 2013). La comparación entre sexos (mujeres y hombres) y entre grupos de edad (30 años o menos, y más de 30 años) se realizó mediante el test *t*, después de la validación del supuesto de normalidad (Campos, González, González & Martins, 2019; Maroco, 2010; Pestana & Gageiro, 2008).

El supuesto de normalidad para cada una de las variables dependientes univariadas se examinó mediante la prueba de *Kolmogorov-Smirnov*, cuando $n \geq 30$. Cuando no se verificó el supuesto de normalidad para cada variable dependiente, considerando que $n \geq 30$, y utilizando el Teorema del límite Central (Laureano, 2013; Maroco, 2010; Pestana & Gageiro, 2008), la suposición fue asumida. A su vez, el tamaño del efecto se determinó utilizando Cohen's *d*, y la clasificación se realizó de la siguiente manera: *efecto pequeño* ($d < .20$); *efecto moderado* ($.20 \leq d < .80$); y *efecto grande* ($d \geq .80$) (O'Donoghue, 2013). Todos los análisis estadísticos se realizaron utilizando el software IBM SPSS Statistics (versión

25, IBM USA), para un nivel de significancia del 5% ($p < .05$).

Resultados

Los resultados del estudio se presentan en la Tabla 1, en la cual se muestra la caracterización de la importancia atribuida a los indicadores de calidad del instructor de *fitness*. Se complementa con una breve descripción del contenido de cada uno de los 25 ítems evaluados.

Tabla 1
Importancia atribuida a los indicadores de calidad del instructor de *fitness*

INDICADORES		M	DP
1	Asiduidad No falta a las clases y/o compromisos asumidos.	6.98	0.14
2	Dedicación Compasivo y voluntario, demuestra voluntad, gusto y entrega.	6.98	0.18
3	Ética Correcto y respetuoso, fomenta una relación sana con los practicantes.	6.98	0.13
4	Experiencia Ejerce desde hace algún tiempo, de forma continua, actividad como instructor.	6.95	0.21
5	Imagen Apariencia agradable y buena presencia, incluyendo la higiene y la ropa.	6.88	0.33
6	Puntualidad Llega puntual, o antes para preparar todo y recibir a los practicantes.	6.97	0.17
7	Buena disposición Alegre, divertido, sonriente y con sentido del humor.	6.98	0.14
8	Comunicación Utiliza lenguaje adecuado, claro, objetivo y breve, haciéndose entender.	6.98	0.12
9	Cordialidad Educado, cortés y con "buenas maneras" para con los usuarios.	6.97	0.14
10	Disponibilidad Accesible y disponible para resolver problemas, dudas o cuestiones planteadas.	6.97	0.13
11	Empatía Relación de afinidad, proximidad y complicidad con los usuarios.	6.98	0.13
12	Honestidad Sincero, franco y directo en su enfoque.	6.88	0.32
13	Humildad Modesto, admitiendo poder aprender algo, y con capacidad de aceptar la crítica.	6.97	0.14
14	Simpatía Bueno, afable y acogedor, que saluda siempre a los practicantes.	6.97	0.12
15	Condición Física En "buena forma", con un adecuado nivel de condición física.	6.91	0.28
16	Conocimiento Conocimiento específico en el área del <i>fitness</i> y del deporte en general.	6.98	0.14
17	Dominio musical Sentido rítmico, domina los tiempos y respeta la estructura musical.	6.89	0.35
18	Ejecución técnica Buena técnica, haciendo los ejercicios correctamente en términos posturales.	6.97	0.14
19	Formación Formación en el <i>fitness</i> y / o deporte, académica o profesional, certificada.	6.98	0.11
20	Innovación Original y creativo, no presentando sesiones repetitivas y monótonas.	6.98	0.12
21	Planificación Planea las actividades, metódicamente, demostrando tenerlas organizadas.	6.94	0.22
22	Adecuado Adecua la sesión a los condicionantes que se presentan, siendo flexible y versátil.	6.98	0.14
23	Dinamismo Dinámico, enérgico, activo y extrovertido en su intervención.	6.97	0.14
24	Instrucción Observa la ejecución motora y corrige siempre que sea necesario.	6.98	0.12
25	Motivación Ayuda, alaba, elogia y alienta, motivando a los usuarios en la práctica.	6.98	0.13

Es posible verificar que la importancia atribuida al *fitness*, con respecto a la calidad del instructor, es bastante elevada. El rango de valores de respuesta promedio es de 6.88 (mínimo) - imagen y honestidad -; a 6.98 (máximo) - asistencia, ética, conocimiento, capacitación, innovación, dedicación, buena disposición, comunicación, empatía, idoneidad, instrucción y motivación.

Con respecto al segundo objetivo, comparar la importancia atribuida, en cada uno de los 25 ítems, según el sexo y el grupo de edad de los usuarios, presentamos los resultados en las tablas 2 (sexo) y 3 (grupo de edad). Para complementar la discusión, presentamos la Diferencia de medias (DM) específica entre los grupos, para percibir efectivamente de dónde provienen las respuestas más altas

Tabla 2
Importancia atribuida a los indicadores de calidad, según sexo: masculino o femenino

Indicador	t	p	M1 (masculino)	M2 (femenino)	DM (M1 - M2)
Dominio Musical	2.998	0.004*	6.76	6.95	- 0.19

* Significativo para $p < .05$.

(más importantes) y más bajas (menos importantes). Solo se muestran los ítems donde hay diferencias significativas.

En los 25 ítems que se han analizado, es posible verificar que existen diferencias significativas en un solo indicador de calidad: el dominio musical [$t(84) = 2.998; p = .004; d = .546$; dimensión de efecto moderado]. Por el DM, se encuentra que la importancia atribuida a esta característica del instructor es más valorada por las usuarias de *fitness* (6.95), en

Tabla 3
Importancia atribuida a los indicadores de calidad, según grupo de edad: menor o igual a 30 años o mayores de 30 años

Indicador	t	p	M1 (= 30 años)	M2 (> 30 años)	DM (M1 - M2)
Dedicación	-0.213	0.030*	6.92	6.99	- 0.07

* Significativo para $p < .05$.

comparación con los varones (6.76).

En cuanto al sexo de los usuarios, se ha podido verificar que existen diferencias significativas en un solo indicador de calidad. En el grupo de edad, las diferencias ocurren en la dedicación del instructor, percibida por los usuarios [$t(84) = -2.213; p = .030; d = .386$; dimensión de efecto moderado]. De la DM se puede observar que la importancia atribuida a la dedicación es más valorada por la población con más edad, mayor de 30 años (6.99). Los practicantes más jóvenes, de 30 años o menos, tuvieron una respuesta promedio de 6.92.

Discusión y conclusiones

Sobre la importancia atribuida a los indicadores de calidad del instructor de *fitness*, se puede comprobar como la tendencia mostrada en De la Cámara et al. (2020), de contar con profesionales debidamente formados, con adecuada cualificación profesional y experiencia, pone de manifiesto el interés del sector deportivo, por contar con estos profesionales que condicionarán el devenir del futuro en las actividades *fitness*. Se puede comprobar que tanto en el presente estudio como en la investigación realizada por Franco et al. (2018), con objetivos muy similares (caracterización de los usuarios), pero en realidades y contextos diferentes (Portugal y España), aportan resultados altos en comparación con la escala de respuesta, siendo algo más bajos en la muestra portuguesa que en la española. En este caso específico, las cantidades menos importantes atribuidas fueron: dominio musical (5.49), imagen (5.82) y experiencia (5.85). Los más altos, cuya importancia atribuida por los usuarios es mayor, fueron: ética (6.66), dedicación (6.64) y motivación (6.63). Es posible verificar una mayor variabilidad de los promedios de respuesta, de 5.49 (mínimo) a 6.66 (máximo). De igual forma, entre los indicadores más y menos valorados sobre la calidad del instructor de *fitness* observados existen muchas similitudes entre los resultados de ambos trabajos. La imagen (6.88) y el dominio musical (6.89) fueron dos de los tres indicadores de calidad cuya importancia es menos importante, el otro es la honestidad (6.88), como en Franco et al. (2018). La ética, la dedicación y la motivación, todas con un valor de respuesta promedio de 6.98, y con nueve indicadores más, son, como en Franco et al. (2018), de indicadores de calidad cuya importancia atribuida por los usuarios es mayor.

En relación a los indicadores de calidad, según el sexo, como se puede observar en la Tabla 2, se verifica igualmente la misma sincronía que en Campos, Damásio et al. (2018),

donde además del dominio musical, las diferencias en cuanto a sexo también ocurren en términos de las siguientes características: dedicación, empatía, honestidad, puntualidad, cordialidad, educación, amistad, imagen, condición física, disponibilidad, dinamismo, ética, comunicación, motivación y buena disposición. Es decir, en 16 de los 25 ítems evaluados, las mujeres tienen valores de respuesta promedio más elevados, lo que permite concluir que la importancia atribuida por las mujeres en estos ítems es significativamente mayor (Campos, Damásio et al., 2018), elemento relevante a tener en cuenta cuando los clientes del club deportivo son mayoritariamente del sexo femenino, pues se debe cuidar más todos los detalles relacionados con estos 16 indicadores.

Estos resultados pueden justificarse por el hecho de que las usuarias de gimnasios o centros deportivos de esta tipología se adhieren más a las actividades del grupo en *fitness* (ej., clases de aeróbic, step, spinnig) e incluso a algunas actividades más específicas: la hidrogimnasia (Campos et al., 2019). Por tanto, este hecho podría ser una de las principales razones para la masificación de estas actividades, así como una mayor apertura a otros públicos objetivo con una orientación al fomento de estilos de vida saludable. Dado que, en los gimnasios convencionales del siglo XX, estaban más dedicados al culto al cuerpo y al desarrollo de la masculinidad (Correia, 2006).

Con estas nuevas filosofías de la práctica deportiva orientada más a la salud, parece pertinente la importancia de ofrecer nuevas actividades (ej., zumba, body jumping, aeroyoga), con diferentes características (ej., actividades bailables, con una fuerte presencia musical), para obtener diferentes objetivos, tales como: diversión, socio-afectivo y mejora de la sensación de bienestar. Pues con ello, se respondería a la mayor demanda de actividades físicas y deportivas de la población femenina. Las diferencias observadas, en términos de la relevancia atribuida en el dominio musical del instructor de *fitness*, están justificadas y pueden respaldarse precisamente por estos motivos. Las mujeres se adhieren más a las actividades grupales, cuyo componente musical (casi) siempre está presente, mostrando coincidencia con el trabajo y resultados obtenidos en Pérez-Villalba et al. (2018), donde la prevalencia a las actividades dirigidas coreografiadas con componente cardiovascular se da más entre la población femenina y, por tanto, es un elemento fundamental para una buena metodología y mejora de la gestión la clase (Campos, Simões et al., 2017). Las mujeres son más críticas en la evaluación realizada y valoran su formación más, cuando se enfrentan a medir su calidad de vida (Ramos & Martínez, 2020), y, en consecuencia, consideran la competencia musical y el ritmo como algo esencial, por lo que consideran que estas habilidades son imprescindibles para un instructor de *fitness* de calidad.

En cuanto a la relevancia atribuida a los indicadores de calidad, según el grupo de edad observado en la Tabla 3, se puede analizar que los resultados también están en línea con el estudio de Campos, Martins et al. (2017) realizado en Portugal, pues los usuarios de diferentes grupos de edad valoran la dedicación del instructor de una manera diferente. Por tanto, los resultados en los dos países que componen la península ibérica son nuevamente similares.

Al analizar el concepto de dedicación en esta área

específica, es decir el *fitness*, se aprecia que está definido y asociado con el profesional que es «compasivo y voluntario, demuestra voluntad, gusto y entrega» (Tabla 1). Los usuarios más mayores en edad (más de 30 años) tienen, como regla general, más dificultades para realizar los ejercicios propuestos, probablemente por una pérdida en el equilibrio y/o la coordinación, incluso en algunos casos por la pérdida de masa muscular. Consecuencia de ello, tienen una mayor necesidad de la presencia física del instructor para aclarar posibles dudas, más información sobre correcciones relacionadas con posturas poco saludables, así como con ejecuciones incorrectas, además precisan de mayor atención por parte del instructor. Estos aspectos, entre otros, hacen que los usuarios más mayores, en el caso específico del presente estudio, los que han cumplido más de 30 años, dan más valor al instructor que (aparentemente) demuestra ser más atentos con ellos, o con aquellos instructores que les dedican más tiempo y feedback.

En conclusión, los resultados confirman lo que se demostró en los estudios previos de Campos, Damásio et al. (2018) y Campos, Martins et al. (2017), ambos realizados en Portugal, pues existen diferencias estadísticamente significativas según el sexo y el grupo de edad de los usuarios. De este modo, en el presente estudio, con la novedad que ha sido realizado en España, se puede concluir que las mujeres dan mayor importancia al dominio musical del entrenador y que los usuarios mayores de 30 años priorizan la dedicación mostrada por el instructor de *fitness*.

Estos datos permitirán a los gimnasios y centros deportivos, y en concreto a sus gestores y entrenadores, trabajar y luchar por la necesidad de articular una serie de estrategias, asegurando los procesos destinados a mejorar la experiencia (Baena-Arroyo, García-Fernández, Gálvez-Ruiz & Grimaldi-Puyana, 2020) y poder evaluar, reflejar, revisar y ajustar las intervenciones, actividades o servicios, teniendo en cuenta las características específicas de la audiencia objetivo. En relación con las variables analizadas (sexo y grupo de edad), con el objetivo de mejorar la calidad del servicio prestado (Correia, 2006), y de tener más éxito en la atracción de nuevos usuarios y que se mantengan en el centro durante más tiempo, junto a los usuarios que ya han mostrado una mayor adherencia a los programas ofertados.

De esta manera, también se puede realizar un análisis más individualizado según las características o requerimientos de sus usuarios para emprender nuevos servicios o actividades. Comprender las necesidades y los deseos de los usuarios *fitness*, en un entorno sociable de calidad, proporcionará oportunidades adecuadas para satisfacerlos (Foroughi et al., 2019). Lo que, a su vez, producirá acciones de marketing, pues los usuarios hablarán de manera positiva de su club/gimnasio o de su/s entrenador/es, y ello podría convencer a conocidos, amigos o familiares para inscribirse e incorporarse como nuevos usuarios al centro deportivo, aunque para confirmar esta idea se precisa de más investigación.

Lo que parece una evidencia, es que el instructor de *fitness* tendrá un papel fundamental, junto con las actividades ofertadas, que refrendan la hipótesis llevada a cabo por Pérez-Villalba et al. (2018) como elemento de fidelización y retención, en los usuarios abonados al centro deportivo. Según García-

Fernández et al. (2018) las instalaciones deportivas de ámbito privado, si deben cuidar más las infraestructuras, los programas ofertados y los empleados, sin embargo, observamos como en las instalaciones públicas, predomina más la programación del servicio, dejando los recursos humanos de la instalación como última necesidad. Por eso, se debe cumplir con la especificidad del público objetivo con el que trabaja a diario, ajustar el comportamiento y la intervención de acuerdo con las características de los usuarios, siempre teniendo en cuenta la mejora del servicio, elaborando estrategias específicas y análisis profundos para entender mejor a los usuarios, y generarles un clima social y psicológico idóneo (Román, Matador, García, & Castuera, 2018). Estos elementos de contextualización e individualización de las actividades ofertadas, teniendo muy en cuenta la metodología específica, deben tenerse en cuenta a la hora de la contratación de nuevos instructores, y también a la hora de decidir sobre la formación continua de los profesionales de los centros de *fitness*, aspecto fundamental en el que se debe invertir tiempo y presupuesto económico.

Mejorar la calidad del servicio prestado, según lo evaluado por la percepción del profesional y de los usuarios, conducirá a una mayor satisfacción con la experiencia, aumentando de manera significativa su lealtad, lo que a su vez influirá en la decisión de mantenerse o abandonar la práctica de actividad física (García Pascual, Alguacil, & Molina García, 2020; Pedragosa & Cardadeiro, 2019). Si se potencian los aspectos claves analizados en este estudio, tales como la competencia musical o mayor atención de los entrenadores con los mayores, se fidelizará a los usuarios, que se mantendrán vinculados al gimnasio que se frecuenta habitualmente (Campos et al., 2019; Fernández, Carrión, & Ruiz, 2012; Pedragosa & Correia, 2009). Así, el compromiso del cliente se construirá en base a un enfoque multidimensional interrelacionando la parte cognitiva, emocional y comportamental (Harrigan, Evers, Miles & Daly, 2017). Consecuencia de ello, se logrará no solamente el objetivo de crear un estilo de vida activo y saludable, sino que también se puede desarrollar la adherencia y el compromiso con respecto a la actividad física y deportiva a largo plazo, es decir, como hábito voluntario y sostenible en el tiempo, independientemente de la edad o sexo de cada persona. En relación a futuras líneas de investigación, la propuesta sería realizar estudios con una muestra mayor para conseguir una mayor generalización de los resultados (ej. estudio con muestra representativa a nivel nacional o de la península ibérica: España y Portugal), e incorporar variables diferentes. Como pueden ser las relacionadas con las nuevas tecnologías, la inclusión de clases virtuales (Baena-Arroyo et al., 2020), o comprobar si los usuarios con un mayor nivel de educación, mayor tiempo de ejercicio físico en diferentes centros deportivos, tienen una percepción más crítica de calidad con respecto a los servicios prestados por los gimnasios (Calesco & Both, 2021), enriqueciendo el análisis de datos, la discusión y la mayor profundización en esta línea de estudio. Lo cual permitirá diseñar y construir mejores programas de *fitness* que permitan la educación integral de los participantes y afinar las actividades a sus intereses individuales.

Referencias

- Baena-Arroyo, M. J., García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., & Grimaldi-Puyana, M. (2020). Analyzing Consumer Loyalty through Service Experience and Service Convenience: Differences between Instructor Fitness Classes and Virtual Fitness Classes. *Sustainability*, 12(3), 828.
- Calesco, V. A., & Both, J. (2021). Qualidade dos serviços prestados pelas academias de ginástica (Quality of services provided by the gyms) (Calidad del servicio prestado por los gimnasios). *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deportes y Recreación*, 39, 18-23.
- Campos, F., Costa, A., Berças, C., Fragoso, C., Gonçalves, C., Simões, M., ..., & Damásio, A. (2018). A qualidade do serviço de fitness e atividades de ginásio. *Journal of Sport Pedagogy and Research*, 4(2), 6.
- Campos, F., Craveiro, D., Alves, D., Bernardo, F., Cardoso, F., Martins, F., ..., & Gomes, R. (2019). A percepção dos praticantes de hidroginástica em relação à qualidade do instrutor. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 14(1), 28-33.
- Campos, F., Damásio, A., Martins, F., Simões, V., & Franco, S. (2018). Importância atribuída no fitness: Percepção dos praticantes de acordo com o género. 2.º Fórum Desporto REDESPP - Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria, Leiria.
- Campos, F., González, S., González, D., & Martins, F. (2019). Benefits of 8-week fitness programs in health and fitness parameters. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deportes y Recreación*, 35, 224-228.
- Campos, F., Martins, F., Simões, V., & Franco, S. (2017). Fitness participants perceived quality by age and practiced activity. *Journal of Physical Education and Sport*, 17(2), 698-704.
- Campos, F., Silva, D., Gonçalves, D., Bronze, J., Vicente, L., Santos, R., ..., & Simões, V. (2018). Os motivos para a prática desportiva e importância atribuída no âmbito do fitness. *Journal of Sport Pedagogy and Research*, 4(2), 6.
- Campos, F., Simões, V., & Franco, S. (2016). A qualidade em atividades de grupo de fitness: construção e validação do questionário «Qualidade do Instrutor de Fitness - Atividades de Grupo» (QIF-AG). *Revista Psicologia*, 30(1), 37-48.
- Campos, F., Simões, V., & Franco, S. (2017). Qualidade do comportamento do instrutor em atividades de grupo de fitness. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 12(2), 249-259.
- Correia, A. (2006). Uma gestão de marketing dos ginásios e health clubs. In A. Correia, Sacavém, & C. Colaço (Eds.), *Manual de fitness e marketing: Para a competitividade dos ginásios e health clubs* (pp. 17-33). Lisboa: Visão e Contextos.
- Cracknell, K. (2015). *Health club management handbook. The essential resource for health and fitness professionals*. Hertfordshire: Leisure Media.
- Damásio, A., & Campos, F. (2016). A importância atribuída aos motivos de prática desportiva e características de um serviço no âmbito do fitness. In T. Figueiredo, M. Espada, M. Boavida, & D. Araújo (Eds.), *XVII Jornadas da SPPD* (p. 69). Setúbal: SPPD e ESE-IPS.
- De la Cámara Serrano, M. Á., Torrente, M. V., & Veiga, O. L. (2020). Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en España para el Año 2020. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 37, 434-441.
- Estrada, N., Sanz, G., Casterad, J., Simón, J., & Roso, A. (2019). Perfil profesional de los trabajadores del sector del fitness en la ciudad de Zaragoza. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deportes y Recreación*, 35, 185-190.
- European Observatoire de Sport Employment (2019). *European labour market and workforce development priorities for sport and physical activity sector*. Lyon: EOSE.
- Fernández, J., Carrión, G., & Ruiz, D. (2012). La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en centro de fitness: utilización de escala CALIDFIT. *Revista de Psicología del Deporte*, 21(2), 309-319.
- Foroughi, B., Iranmanesh, M., Gholipour, H. F., & Hyun, S. S. (2019). Examining relationships among process quality, outcome quality, delight, satisfaction and behavioural intentions in fitness centres in Malaysia. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
- Franco, S., Valagão, A., Silva, B., Sousa, J., Silva, J., Campos, F., ..., & Simões, V. (2018). Importância atribuída aos indicadores de qualidade dos instrutores de fitness. *Journal of Sport Pedagogy and Research*, 4(2), 5.
- García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Sánchez-Oliver, A. J., Fernández-Gavira, J., Pitts, B. G., & Grimaldi-Puyana, M. (2020). An analysis of new social fitness activities: loyalty in female and male CrossFit users. *Sport in Society*, 23(2), 204-221.
- García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Vélez-Colon, L., Ortega-Gutiérrez, J., & Fernández-Gavira, J. (2018). Exploring fitness centre consumer loyalty: differences of non-profit and low-cost business models in Spain. *Economic research-Ekonomska istraivanja*, 31(1), 1042-1058.
- García Fernández, J., Gálvez Ruiz, P., Velez Colon, L., & Bernal García, A. (2016). Service convenience, perceived value, satisfaction, and loyalty: A study of consumers from low-cost fitness centers in Spain. *Journal of Physical Education and Sport*, 16(4), 1146-1152.
- García Pascual, F., Alguacil, M., & Molina García, N. (2020). Predicción de la lealtad de los usuarios de centros deportivos privados: Variables de gestión y bienestar subjetivo. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deportes y Recreación*, 38, 16-19.
- Harrigan, P., Evers, U., Miles, M., & Daly, T. (2017). Customer engagement with tourism social media brands. *Tourism Management*, 59, 597-609.
- Hill, M. & Hill, A. (2002). *Investigação por questionário (2ª ed.)*. Lisboa: Sílabo.
- Laureano, R. (2013). *Testes de hipóteses com o SPSS: O meu manual de consulta rápida (2ª ed.)*. Lisboa: Sílabo.
- Maroco, J. (2010). *Análise estatística com PASW statistics*. Lisboa: Report Number.
- Navarro, J., Pérez, Y., Pereira, L., & Duque, M. (2020). Trust management in sports gyms. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deportes y Recreación*, 37, 100-107.
- O'Donoghue, P. (2013). *Statistics for sport and exercise studies: an introduction*. Oxon: Routledge.
- Pedragosa, V., & Cardadeiro, E. (2019). *Relatório final barómetro do fitness em Portugal 2018*. Lisboa: AGAP - Portugal Activo e CEEI-UAL.
- Pedragosa, V., & Correia, A. (2009). Expectations, satisfaction and loyalty in health and fitness clubs. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 5(4), 450-464.
- Pereira, A., & Patrício, T. (2013). *SPSS: guia prático de utilização (2ª ed.)*. Lisboa: Sílabo.
- Pérez-Villalba, M., García-Fernández, J., Gómez-Chacón, R., & Fernández-Martínez, N. (2018). Las actividades dirigidas en centros deportivos y su valor como elemento de fidelización. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte*, 7(2), 17-26.
- Pestana, M., & Gageiro, J. (2008). *Análise de dados para ciências sociais. A complementaridade do SPSS (5ª ed.)*. Lisboa: Sílabo.
- Ramos, M. P. M., & Martínez, O. C. (2020). Actividad física y calidad de vida percibida en usuarios de centros deportivos públicos de Terrassa. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 37, 427-433.
- Román, M. L., Matador, J. G., García, J. P. F., & Castuera, R. J. (2018). Análisis de variables motivacionales y de estilos de vida saludables en practicantes de ejercicio físico en centros deportivos en función del género. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 34, 166-171.
- Veiga, O., Valcarce, M., & King, A. (2017). Encuesta nacional de tendencias en fitness en España para 2017. *Apunts Educación Física y Deportes*, 128(2), 108-125.
- Veiga, O., Valcarce, M., King, A., & De la Cámara, M. (2017). Encuesta nacional de tendencias de fitness en España para 2018. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deportes y Recreación*, 33, 279-285.
- Veiga, O., Valcarce, M., King, A., & De la Cámara, M. (2019). Encuesta nacional de tendencias de fitness en España para 2019. *Retos: Nuevas Tendencias en Educación Física, Deportes y Recreación*, 35, 341-347.