



**PERCEPCIÓN, HÁBITOS Y PRÁCTICA DEL DEPORTE EN LA SALUD DE LOS
COLOMBIANOS**

PROYECTO DE GRADO

**CLAUDIA PATRICIA CANÁZ
CRISTIAN ANDRÉS MONSALVE**

**DIRECTORA DEL PROYECTO:
EVA ORHIETA RODRIGUEZ**

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE MERCADEO**

2017

CONTENIDO

I. RESUMEN	III
II. INTRODUCCIÓN	IV
III. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	V
IV. OBJETIVOS	X
V. MARCO DE REFERENCIA.....	XI
VI. ESTADO DEL ARTE DEL DEPORTE EN LA SALUD	XVII
VII. COMPORTAMIENTO Y PRÁCTICAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DEPORTIVOS EN COLOMIBA.....	XXXIII
VIII. AMBIENTE COMPETITIVO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DEPORTIVOS EN COLOMBIA.....	XXXIV
IX. ANÁLISIS DE LOS CLIENTES.....	XXXVIII
X. METODOLOGÍA	XLIII
XI. DISEÑO DEL CUESTIONARIO.....	XLV
XII. ESTRATÉGIAS Y TÁCTICAS	LXV
XIII. RECOMENDACIONES	LXVI
XIV. BIBLIOGRAFÍA.....	LXVII

RESUMEN

El siguiente trabajo sirve como guía y orientación para estudios, proyectos y demás temas relacionados para entender y comprender tendencias, los gustos, las percepciones y los hábitos en la población Colombiana, específicamente la población caleña que practican actividad deportiva, al igual que se pretende entender mejor las tendencias de los consumidores tanto hombres como mujeres, para lograr mejorar la prestación del servicio deportivo o crear una estrategia de marketing. Además, servirá como fuente de información a futuras investigaciones.

Palabras claves: Comportamiento del consumidor, percepción del consumidor deportivo, perfil del consumidor, estilo de vida fitness, hábitos del consumidor.

RESUME

The following work it serves as guide and orientation for studies, projects and other topics related to deal and to understand trends, the tastes, the perceptions and the habits in the population Colombiana, specifically the population caleña that practise sports activity, as one tries to understand better the trends of the consumers both men and women, to manage to improve the service sports or to create a strategy of marketing. In addition, it will serve as source of information to future investigations.

Key words: Consumer behavior, perception of the sports consumer, profile of the consumer, way of life fitness, habits of the consumer.

INTRODUCCIÓN

Actualmente son indiscutibles los beneficios que con lleva una práctica deportiva regular y una actividad física adecuada sobre la salud en la persona. En este sentido, diversidad de grupos, comités y establecimientos han desarrollado programas de promoción para la práctica deportiva con el fin de mejorar la capacidad física y la salud.

Al hablar de los efectos del deporte en la salud, es importante mencionar que éste debe ser una práctica regular, como un hábito de vida, practicado de manera sistemática y sostenida, diaria o casi diariamente. Hacerlo de manera esporádica, si bien es mejor que nada, no llega a tener suficiente trascendencia sobre el organismo ni sobre la mente (Garrote Escribano, 1993; Annichiarico Ramos, 2002).

Anteriormente, muy pocas personas practicaban de forma rutinaria una actividad física ya que no contaban con el suficiente tiempo o la ida a un gimnasio les parecía algo monótono y costoso. Ahora esto no es así. A lo largo de los años se ha ido masificando las diferentes maneras de realizar prácticas deportivas debido a la variedad de grupos al aire libre, gimnasios especializados, academias de baile, entrenadores personalizados y zonas deportivas abiertas al público han permitido que el realizar una actividad deportiva no sólo se realice en lugares cerrados sino al aire libre, con la ayuda de máquinas de ejercicio o rutinas de baile intensivas, centros especializados con necesidades específicas de bajos, medios u altos costos, etc. Gracias a esto, personas de diferentes tipos de estratos y necesidades, pueden realizar sus rutinas deportivas a alto, bajo o sin ningún costo.

Este estudio busca analizar la percepción que tienen los usuarios que practican deporte con respecto a sus hábitos y beneficios a la salud con respecto a este mismo, exponiendo las diferentes modalidades de prácticas deportivas que han surgido con el tiempo.

1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

A comienzos del siglo XX aparece en Colombia el término de “cultura física” como resultado de una serie de transformaciones políticas y culturales que permitieron comprender la importancia de la formación física y moral de los habitantes y sobre el mejoramiento de la raza.

Con respecto al conocimiento médico y pedagógico de la época, la cultura física eran aquellas prácticas corporales “como el sueño, la actividad, el ejercicio, el descanso, la nutrición, el aseo, la recreación, y los deporte” (Herrera Beltrán, 2009). Así, la cultura física hacía referencia a todas aquellas actividades de tipo corporal que permitían ser incorporados en las personas determinados modelos de comportamiento u esquemas acordes con necesidades de la modernización del país.

Aún sin recibir el nombre de práctica física, se desarrollaron prácticas corporales las cuales buscaban fortalecer los cuerpos de las personas para adaptarlos a las duras condiciones de trabajo y la guerra (JH Ruíz, 1886).

Ejercitar el cuerpo estaba muy lejos de ser una actividad que preocupara a las personas. Y aunque el toreo no se consideraba como un deporte, fue una de las primeras actividades deportivas en surgir.

Entre 1900-1930 surgen prácticas de algunas disciplinas deportivas en el país no estructuradas, la aparición de la ley 80 de 1925 que reglamenta la Educación Física y los deportes, la creación de la Comisión Nacional de Educación Física y la celebración de los Juegos Olímpicos de 1924 y 1926, y los Juegos Olímpicos Nacionales de 1928, celebrados en Cali.

En este periodo comienza la exportación de talentos deportivos a países de afuera y se va dejando atrás la condición de aldea tradicional para incubarse la futura aldea global donde se construiría kilómetros de carreteras que conectaran el centro del país con las demás regiones y la construcción de escenarios atléticos como el estadio olímpico de la universidad nacional de Colombia, El Estadio Pascual Guerrero, de Cali, y el Estadio Moderno de Barranquilla, construidos en el año 1937 y el estadio Nemesio Camacho y El Campín de Bogotá en 1938.

Con los años surgen los primeros clubes sociales deportivos los cuales buscaban la difusión y diversificación de las prácticas deportivas entre la población.

Así, el término de prácticas deportivas se convierte en modalidades de prácticas corporales que ayudan a la transformación de los modos de vida de la población colombiana en lugares especializados.

Con el tiempo surgieron nuevas prácticas deportivas como la aparición del ciclismo, boxeo y fútbol donde fueron de las más importantes en el país.

El deporte tomó fuerza y logró ganarse en los periódicos la sección deportiva donde se narraba de acontecimientos deportivos nacionales e internacionales y grandes deportistas triunfadores.

Al salir impreso las noticias deportivas despertó en la población colombiana el gusto por el deporte y las prácticas deportivas creándose más espacios e instalaciones para la práctica.

Diversidad de estudios se realizaron a cerca de los beneficios de realizar prácticas deportivas que junto con el auge del deporte ayudó a la creación de academias especializadas en determinados deportes, acondicionamiento físico, baile, entre otros.

1.2. Justificación y viabilidad

La Organización Mundial (OMS) de la salud considera la actividad física, como el factor que interviene en el estado de la salud de las personas; esto quiere decir, partiendo desde la premisa que todo deporte realizado con lleva a una actividad física a realizar, que siempre va a ver una relación directa entre deporte y salud, por lo cual podemos ver que la investigación se enfoca en un principio básico y natural entre éstos dos factores.

Al mismo tiempo, la OMS, completa su definición, indicando que por medio de la actividad física se definen las principales estrategias de prevención de la obesidad, un problema de salud público muy generalizado en nuestra sociedad moderna, del cual Colombia no es la excepción; sin embargo, consideramos que la conciencia social sobre este índice permite que cualquier ciudadano entienda que las actividades deportivas aportan beneficios para prevenirla.

Por otra parte, la Organización Panamericana de la Salud amplía un poco más este concepto, integrando temas muy importantes para nuestra investigación, ya que afirma que la actividad física no solo se vincula con el concepto de salud, sino también a mejorar la calidad de vida por medio de la autopercepción y la satisfacción de necesidades individuales y colectivas; para nuestra investigación estas relaciones significan que el tema de la actividad deportiva en Colombia representa una oportunidad de negocio para muchas personas que tengan la capacidad

de desarrollar la economía por medio de herramientas que los practicantes de estas actividades deportivas requieran y estén dispuestos a pagar por ello.

Hay un conjunto de beneficios, que como seres humanos y como sociedad buscamos encontrar, ya que permiten el goce y la calidad de vida, y los cuales se pueden encontrar al realizar actividad física regularmente, entre ellos está la prevención de enfermedades, y una buena condición cognitiva, psicosocial y biológica.

Si se analiza la práctica deportiva, como una de las principales tendencias de la actividad física, y que para desarrollarla es necesario que existan espacios aptos, escenarios en la ciudad, profesiones, recursos y herramientas, encontramos que la explotación socioeconómica se vuelve viable cuando se piense en generar recursos a partir de la tendencia deportiva.

Uno de los potenciales que tiene la actividad deportiva, y que cobra mucha importancia en países como Colombia, es que se vuelve una práctica totalmente incluyente, por lo tanto, su desarrollo económico no solamente se puede dar a través de proyectos de emprendimiento de índole privada, sino que debería ser un punto relevante en políticas públicas, puesto que con la promoción del deporte en sectores menos favorecidos, se puede mejorar muchos factores en estas poblaciones.

Por último, se justificará en esta investigación, que la tendencia de prácticas deportivas está en auge, en Colombia, en especial, en las ciudades principales como Santiago de Cali.

1.3. Delimitación

1.3.1. Área geográfica

El estudio se realizará en el Valle del Cauca, específicamente en la ciudad de Santiago de Cali, Colombia con personas que tienen o han tenido alguna experiencia o contacto con hábitos deportivos en su vida.

1.3.2. Segmento de mercado

Las personas objetivo son muy variadas puesto que cada día, desde los más pequeños hasta los más grandes están tomando ritmos de vida deportivos. Sin embargo para focalizar la investigación se tendrá en cuenta grupos de personas como son: niños-jóvenes y jóvenes-adultos, que practiquen algún tipo de actividad deportiva, con fines de rendimientos deportivos (metas) o fortalecimiento de la salud.

1.3.3. Demografía y status

Esta investigación tomará con la misma importancia a hombres y mujeres, con edades entre los 12 y los 50 años, de cualquier estrato social, puesto que servirá para definir la práctica deportiva en personas con distintas condiciones socioeconómicas; que practiquen cualquier tipo de actividad deportiva.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Identificar las percepciones sobre el deporte que tiene los jóvenes y adultos jóvenes de Santiago de Cali según sus hábitos y modalidades de práctica deportiva que prestan los establecimientos deportivos.

2.2. Objetivos específicos

- Conocer el concepto que tienen las personas en relación a la actividad deportiva y la salud.
- Determinar las razones que motivan a las personas a realizar práctica deportiva.
- Determinar espacios de práctica deportiva preferidos por las personas. }
- Conocer las diversas actitudes motivacional que tienen las personas al realizar la práctica deportiva
- Conocer las relaciones que existen entre experiencias deportivas y la percepción generada por los diferentes establecimientos deportivos.

3. MARCO DE REFERENCIA

3.1. Marco teórico

Este proyecto de investigación se enmarca dentro de una investigación de mercados para conocer las diferentes percepciones que tienen los usuarios de los establecimientos deportivos respecto al servicio que prestan. La investigación de mercados es “la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.” (Muñiz, 2017)

Por otro lado el tema que trata esta investigación es la práctica deportiva. El deporte es una práctica altamente integrada a la sociedad al punto de considerarla como un indicador de los valores y principios de esta. Debido a su importancia, muchas organizaciones e instituciones han escrito sobre el deporte al punto de tener una producción de información que integra la academia, desde autores particulares, pero también la esfera institucional desde organizaciones como la Organización Mundial de la Salud y la esfera legal desde leyes particulares de diferentes países. Fuentes como periódicos y diarios también han escrito del tema, abordándolo desde diferentes instancias pues la práctica deportiva está permeada por lógicas económicas, culturales y sociales.

La OMS (2001) define la práctica deportiva como actividad física rutinaria que se debe practicar al menos 150 minutos a la semana, repartidos en 3 días y a intensidad moderada o fuerte. Esta misma organización define la actividad física como “cualquier movimiento corporal

producido por los músculos esqueléticos y que produce un gasto energético por encima de la tasa de metabolismo basal” (Vidarte Claros, Vélez Álvarez, Sandoval Cuellar, & Alfonso Mora, 2011, pág. 205) Por esta misma línea, Perez Romero de la Cruz (2003, define la actividad física como el conjunto de movimientos del cuerpo obteniendo como resultado un gasto de energía. Y finalmente tenemos a La Asociación de Medicina Deportiva de Colombia (AMEDCO) que define la actividad física como “cualquier movimiento corporal voluntario de contracción muscular, con gasto energético mayor al de reposo” (Vidarte Claros, Vélez Álvarez, Sandoval Cuellar, & Alfonso Mora, 2011, pág. 205)

El deporte de alto rendimiento *“es la práctica deportiva de organización y nivel superiores. Comprende procesos integrales orientados hacia el perfeccionamiento de las cualidades y condiciones físico-técnicas de deportistas, mediante el aprovechamiento de adelantos tecnológicos y científicos”*. (Coldeportes, Deporte de alto rendimiento, 2010).

Cada actividad física o práctica deportiva se practica con un equipamiento deportivo e cual consiste en el conjunto de estructuras y materiales que posibilitan la práctica deportiva (gradas, porterías, etc.) en espacios adecuados técnicamente para un uso seguro de las diferentes disciplinas. Dependiendo del tipo de actividad o práctica deportiva, está se práctica y se apoya en diferentes espacios. Los gimnasios son establecimientos equipados con aparatos e instalaciones adecuados para realizar ejercicio físico y deporte

El centro de acondicionamiento son establecimientos que prestarán un servicio médico de protección, prevención, recuperación, rehabilitación, control, y demás actividades relacionadas con las condiciones físicas, corporales y de salud de todo ser humano, a través de la recreación, el

deporte, la terapia y otros servicios fijados por autoridades competentes y debidamente autorizados, orientados por profesionales en la salud, que coordinarían a licenciados en educación física, tecnólogos deportivos y demás personas afines que consideren que el tratamiento o rehabilitación.

También se encuentran las academias de baile las cuales son instituciones culturales o artísticas establecidas con autoridad pública y como establecimiento docente, público o privado de carácter profesional o práctico. Por otro lado está el espacio público que son las infraestructuras urbanas de carácter público: las aceras, calles, parques, plazas, senderos etc., pero también los escenarios de encuentro colectivo y representación social, los espacios de las interrelaciones, las representaciones y las identidades (Cardona, 2008).

Esto en lo que respecta al deporte, la actividad física y los elementos necesarios para su respectiva práctica. Para responder a mi objetivo general que busca conocer las percepciones que tiene la gente respecto al servicio de los establecimientos deportivos se debe hondar en conceptos psicológicos como el de la percepción. Según la psicología moderna, la percepción es la imagen mental que se forma con la ayuda de las experiencias y las necesidades. Esta resulta de un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones. Robins (2004) la define como “un proceso por el que los individuos organizan e interpretan las impresiones sensoriales con el fin de darle un sentido al entorno”.

3.2. Marco conceptual

A continuación se definirán los términos claves utilizados en el estudio, para lograr una mayor comprensión por parte del lector.

Centros de Acondicionamiento Físico

Son establecimientos que prestarán un servicio médico de protección, prevención, recuperación, rehabilitación, control, y demás actividades relacionadas con las condiciones físicas, corporales y de salud de todo ser humano, a través de la recreación, el deporte, la terapia y otros servicios fijados por autoridades competentes y debidamente autorizados, orientados por profesionales en la salud, que coordinarían a licenciados en educación física, tecnólogos deportivos y demás personas afines que consideren que el tratamiento o rehabilitación.

Gimnasios

Son aquellos espacios creados especialmente para que se realicen diversos tipos de actividad física. Hoy en día, la palabra es utilizada para clubes o centros de deporte de tipo privado en los cuales es necesario pagar para acceder a los diferentes lugares de ejercitación que engloban actividades como (cardiovascular y muscular, tales como pesas, mancuernas y otros aparatos).

Deporte

Actividad física rutinaria donde se realiza un gasto energético y se debe practicar al menos 150 minutos de ejercicio a la semana, repartidos en 3 días y a intensidad moderada o fuerte.

Equipamiento deportivo

Conjunto de estructuras y materiales que posibilitan la práctica deportiva (gradas, porterías, etc.) en espacios adecuados técnicamente para un uso seguro de las diferentes disciplinas.

Percepción

Proceso por el que los individuos organizan e interpretan las impresiones sensoriales con el fin de darle un sentido al entorno. (Robins, 2004).

Estudio cuantitativo

Es un método de investigación que busca predecir el comportamiento y las actitudes de las personas. Tiene un enfoque estadístico y busca recolectar información estandarizada y representativa. Utiliza diferentes métodos para obtener esta información, siendo la encuesta el más utilizado.

Estudio cualitativo

Es un método de investigación que estudia las situaciones en profundidad, con gran cantidad de detalles. La participación en estos estudios es muy limitada, ya que lo que se busca es profundizar en la información obtenida y no la representatividad de su muestra. Un ejemplo de método utilizado para la recolección.

3.3. Marco legal

Marco legal actividad física

La práctica de la actividad física y el deporte es un derecho fundamental según la ley marco del deporte ley 181 de Enero de 1995, la cual articula la política gubernamental con respecto al

fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física. Así mismo afirma, "... con el fin de contribuir a la formación integral de la persona en todas sus edades y facilitarle el cumplimiento eficaz de sus obligaciones como miembro de la sociedad." ¹

Constitución Política 1991

- En el artículo 52 se contempla el derecho al deporte, la recreación, la práctica deportiva y el aprovechamiento del tiempo libre donde el Estado garantiza la inspección a organizaciones deportivas para que desarrollen actividades en pro de la sociedad y sean democráticas. ²
- En el artículo 81 Se establece un ente deportivo municipal encargado de velar que los servicios prestados por los establecimientos deportivos se adecuen a las condiciones de salud, la higiene aptitud deportiva. Esto, enmarcado para gimnasios, academias y entrenadores.

Centros de acondicionamiento físico

A través de la Ley 729 de 2001 se establecen los centros de acondicionamiento físico en Colombia como CAAP, donde en su artículo 2 los define como "establecimientos que prestarán un servicio médico de protección, prevención, recuperación, rehabilitación y actividades relacionadas y debidamente autorizadas", los cuales tienen el propósito de contribuir al mejoramiento de las condiciones físicas, corporales y de salud de las personas y están orientados por profesionales que intervienen en el tratamiento y seguimiento de las personas.

¹ AMEDCO, Abril 2002

² <https://senaregionalvalle.wordpress.com/cultura-fisica/marco-legal/>

4. ESTADO DEL ARTE DEL DEPORTE EN LA SALUD

4.1. Estudios sobre el deporte en la salud

La **encuesta Nacional de Salud** indagó a personas colombianas entre los 12 y 69 años acerca de la realización de actividad física donde plantea la siguiente clasificación de actividad física:

- **Vigorosa:** la persona presentan un aumento significativo de la respiración o el ritmo cardiaco, así como gran sudoración, cumpliendo con por lo menos 30 minutos de ejercitación 5 veces a la semana.
- **Ligera:** la persona presenta un aumento leve de la respiración o ritmo cardiaco, con una duración de 30 minutos de ejercitación 3 veces a la semana.

Teniendo en cuenta esta clasificación se estimó que el 14% de la población entre 12 y 69 años realizaba regularmente actividad física ligera. Las personas entre 18 y 69 años superaron a los adolescentes (12 a 17 años) en la realización de este patrón de ejercicio (15,7% y 5,6%, respectivamente). En cuanto a la distribución de la población según la realización regular de la actividad física vigorosa, se estimó para toda la población entre 12 y 69 años en un 21,6%. Por los dos grandes grupos de edad considerados, la distribución resultó en un 12,5% para los adolescentes y de un 23,5% en el resto de la población.

En Colombia, el **estudio nacional de factores** de riesgo de enfermedades crónicas evidenció que el 52% no realizaba actividad física y solo el 35% de la población encuestada realizaba actividad física con una frecuencia de una vez a la semana, el 21,2% la realizaba de manera

regular mínimo tres veces a la semana. El estudio nos expone que esta falta de actividad física con lleva al sedentarismo prolongado el cual provoca la reducción acentuada y progresiva de la masa muscular, de la fuerza, de la flexibilidad y del equilibrio. Por otro lado nos expone que la actividad física regular, con estímulos de tres veces semanales como mínimo, promueve diferencias significativas en los índices que predicen la grasa corporal, disminuyendo significativamente los riesgos de contraer diversas enfermedades como: enfermedades de origen coronario (DAC), hipertensión, resistencia a la insulina, dislipidemias, etc., lo cual influye positivamente sobre aspectos relacionados con la calidad de vida de los individuos.

Si bien los estudios antes expuestos señalan al sedentarismo como un problema asociado a la falta de actividad física pero cabe destacar que la no práctica de actividad física no está ligada exclusivamente a problemas de salud como los mencionados anteriormente. Existe evidencia importante que sugiere que la práctica de una actividad física puede mejorar las funciones cognitivas y propiciar un mejor bienestar en personas que padecen de alguna enfermedad mental, como es el caso de un trastorno de ansiedad, depresión o estrés. También se han determinado los beneficios que puede tener sobre el rendimiento académico y a nivel cognitivo, social y psicológico (Hanneford 1995).

- A nivel social la participación de los individuos en un deporte puede ayudar a construir una autoestima más sólida (Sonstroem, 1984), una imagen positiva de sí mismo (Maxwell y Tucker, 1992) y una mejor calidad de vida entre niños y adultos (Laforget, 1999). Así mismo disminuir las conductas autodestructivas y antisociales en la población joven (Mutrie y parfitt, 1998).

- A nivel psicológico la práctica deportiva es considerada como un elemento protector para la aparición de trastornos de personalidad, estrés laboral o académico, ansiedad social, falta de habilidades sociales, disminución del impacto laboral, social y familiar del estrés postraumático así como la disminución de conductas autolesivas de jóvenes que presentan anorexia (Kennedy y Dionea, 1994).

- A nivel cognitivo después de una serie de estudios proporcionados por la Universidad de Illinois, en los Estados Unidos, comprobó que a mayor actividad física, menor degeneración neuronal especialmente si se realiza actividad aeróbica los cuales pueden estimular algunos componentes celulares y moleculares del cerebro (Neeper, Pinilla, Choi y Cotman, 1996).

Otros estudios realizados por la Universidad de Illinois nos exponen que la realización de actividad física en personas de edad ayuda a mejorar sus procesos de atención, control inhibitorio y memoria a corto y largo plazo. Juan Francisco Marcos, explica que la razón de la mejora es la mayor producción de factor CO cerebral, provocado por la llegada al cerebro del factor de crecimiento IGF-1, que es producido por los músculos al hacer ejercicio. Así la actividad física pasa a ejercer un papel neuro-preventivo en enfermedades como Alzheimer, Parkinson, Huntington o esclerosis lateral amiotrófica.

4.2. Tendencias del deporte en la salud

A lo largo del tiempo se ha venido desarrollando un mayor interés por el estilo de vida deportiva saludable que gracias a la ayuda de la acelerada urbanización, la moda, entre otros,

han impulsado el negocio de los gimnasios o centros deportivos en el país, así como training personalizados y otras modalidades de actividad deportiva en el país.

Según la International health, Racquet& Sport Club Association, en el país operan unos 1.500 gimnasios de los 160.000 que existen a nivel global. Esto es el 0.93% del total mundial³

Colombia, hoy en día es el tercer país con el mercado deportivo más grande en Latinoamérica. Este aspecto, el crecimiento de Bodytech, la aparición del Centro de Acondicionamiento y Preparación Física Wellness Center, entre otros han logrado despertar el interés de sellos internacionales que desean obtener una franquicia o incursionar directamente en nuestro mercado.

Actualmente se estima que la facturación anual de los centros deportivos y otros establecimientos oscila entre 500.000 y 550.000 millones de pesos y crece años tras año.

Sin embargo, en los últimos años la población Colombiana ha despertado interés por el estilo deportivo fitness el cual ha facturado aproximadamente US\$ 222 millones al año.⁴

Según un estudio realizado anualmente por la revista Health And FitnessJournal para este 2016 y 2017 las tendencias que marcaran el mercado fitness son las siguientes:

- Uso de tecnología portátil
- Entrenamiento con el propio peso corporal
- Entrenamientos breves de alta intensidad
- Entrenamientos de fuerza
- Guía con profesionales certificados
- Entrenamiento personal
- Aptitud funcional para mejorar el equilibrio y la facilidad en la vida diaria

³ El tiempo, 2015

⁴ La República, 2016

- Programas de entrenamiento para adultos mayores
- Ejercicios para pérdida de peso
- Yoga

Por otro lado, Lorena Valderama (Directora de Mercadeo de GymShop) nos expone que el usuario fitness busca cada vez más la comodidad y la sencillez en sus rutinas de ejercicios sin dejar aún lado que cada día más colombianos están buscando rutinas e implementos deportivos al aire libre así como rutinas que combinen modalidades como zumba, kickboxing, Pilates, entre otros, en una sola.⁵

4.3. Presentación, características, ventajas y desventajas de los deportes que se practican, comportamiento de los deportistas y su impacto en la salud

a. Zumba



Fuente: El País

⁵ GymShop, 2015

Zumba es una modalidad deportiva proveniente de Colombia la cual significa moverse rápido y pasarlo bien. Su base está en la música latina que al bailar permite generar una rutina de intenso ejercicio cardiovascular y de tonificación para conseguir una definición de la silueta. Así, combina entrenamiento de resistencia con entrenamiento interválico (elevada intensidad cardiovascular seguida de disminución de esa misma intensidad con reducción del ritmo cardíaco) Esta rutina combinada aumenta el consumo calórico quemando calorías y tonificando la musculatura.

El tipo de baile es un mix entre merengue, salsa, reggaetón, mambo, rumba y algunos más.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Quema calorías: puede llegar a quemar hasta 800 calorías en una sesión de 2 horas. • Fortalece los músculos: sobre todo músculos del cuerpo como los brazos, piernas, glúteos, etc. • Libera tensiones: los ejercicios combinados con la música hacen que aumenten los niveles de endorfinas estimulando el buen humor y liberando tensiones. • En cualquier lugar: es posible realizar una clase de Zumba en cualquier 	<ul style="list-style-type: none"> • Torceduras de tobillo: muchas personas las sufren al realizar la combinación de ejercicios de la actividad. • Dolores musculares: la ejecución de la Zumba de forma continuada en el tiempo puede causar dolores musculares, de rodilla, etc. • Inflamación de articulaciones: los movimientos continuos de alto impacto pueden causar inflamación y dolor en las articulaciones.

<p>lugar incluso sin tener que acudir a un gimnasio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cualquier edad: puede ser practicada a cualquier edad teniendo en cuenta la intensidad de los ejercicios aeróbicos que se realicen para evitar lesiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación y fuerza: la Zumba no ayuda a aumentar la fuerza, y a las personas poco coordinadas les resulta difícil seguir la coreografía, y no es de mucha utilidad para ganar musculatura.
--	--

b. Pilates



Fuente: En Suelo Firme

Disciplina originalmente utilizada por bailarines originalmente creada por Joseph Pilates. El Pilates es un método de entrenamiento mental y físico cuya práctica resulta ser muy beneficiosa ya que además de mejorar la condición física se mejora la capacidad de control y de concentración

El principal objetivo es reforzar la musculatura y aumentar el control, la fuerza y la flexibilidad del cuerpo a través de ejercicios suaves y lentos combinados con una correcta respiración y alineación. . Se centra en 7 principios:

- Fluidez
- Control
- Precisión
- Respiración
- Alineamiento
- Centralización
- Concentración

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo impacto: Pilates es un método de disciplina deportiva de bajo impacto, lento y controlado. • Fortalece los músculos: son ejercicios que estabilizan fortalecen y tonifican los músculos sin aumentar su volumen. • Rehabilitación: se considera un método de rehabilitación para aquellas personas que sufren de lesiones en diversas partes del cuerpo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio: es superior que en otro tipo de actividades o disciplinas. • Aburrido: para muchas personas practicarle puede llegar a ser aburrido puesto que apunta al equilibrio entre cuerpo y alma. • Calorías: al ser un método anaeróbico no se queman tantas calorías como cuando uno corre, pero sí se ayuda a la masa

<ul style="list-style-type: none"> • Alinea la columna: hace mejorar notablemente la columna además de mejorar los problemas y dolores de la misa. • Coordinación y equilibrio: consigue aumentar la coordinación y el equilibrio gracias a los ejercicios que combinan relajación del cuerpo y la mente mediante la relajación. • Menos estrés: mejora el estrés y el ansia de las personas que lo practican a través del control de la respiración y de ejercicios que mejoran el descanso mental. • Lugar: actualmente se cuenta en las ciudades con máquinas de Pilates en determinados parques al aire libre. 	<p>muscular.</p>
--	------------------

c. Kickboxing



Fuente: Workout Trends

El kickboxing combina los golpes de fuego rápido de boxeo con las técnicas de patadas de artes marciales orientales como el karate. Dependiendo de si se practica el kickboxing en un gimnasio o un estudio de artes marciales, puede variar en intensidad de un entrenamiento aeróbico vigoroso para un duro deporte de contacto competitivo. Ya sea para acondicionamiento físico o para luchar.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">• Intensidad: un entrenamiento de hora y media puede llegar a quemar 2000 calorías.• Trabajo corporal: Se trabajan varias partes del cuerpo como brazos, piernas, hombros, abdomen, cintura, glúteos y espalda.• Beneficios: desde el tercer mes se notan los beneficios como aumento del	

<p>tono muscular, quema de grasa, desarrollo del sistema cardiovascular en un 50%, coordinación psicomotora, flexibilidad</p> <ul style="list-style-type: none">• Aumento masa muscular: se endurecen las piernas, se elevan los glúteos, se marca el abdomen.• A nivel psicológico: Aumenta la autoestima, da mayor seguridad y confianza, ayuda a estar alerta, fomenta la cordura y puede servir como defensa personal.	
---	--

d. Gimnasio o clubes especializados



Fuente: Gym Atlanta Studio

En la actualidad cada vez más gente acude a los gimnasios para realizar rutinas de ejercicios de forma regular y encontrarse más en forma. Los gimnasios suelen tener unas instalaciones con

los modelos más recientes de máquinas con los que poder llevar a cabo los ejercicios. Sin embargo, mucha gente prefiere los gimnasios al aire libre donde puede realizar actividades respirando aire puro y sentir la naturaleza.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor motivación: muchas personas prefieren acudir a un gimnasio puesto que se encuentran rodeados de personas realizando ejercicios con la misma motivación. • Sin distracciones: las personas que acuden a un gimnasio se concentran en el ejercicio que desarrollan alejadas de las distracciones cotidianas como teléfono móvil, ordenador, internet, etc. • Equipamiento: generalmente las instalaciones de los gimnasios suelen estar formadas por un gran número de máquinas con las que se pueden trabajar todas las partes del cuerpo. • Numerosas actividades: los gimnasios ofrecen numerosas clases o rutinas de fitness como por ejemplo 	<ul style="list-style-type: none"> • Precio: el precio fijado por los gimnasios suele ser mensual y en algunos casos muy elevados como en el caso de los gimnasios de alto nivel. • Menor disponibilidad: en muchas ocasiones es necesario esperar para poder utilizar máquinas que están siendo utilizadas por otros usuarios. • Contrato: para poder acudir a un gimnasio es muy común la realización de un contrato en el que el cliente se compromete a pagar las cuotas determinadas en ese momento, por lo que si antes de la finalización se quiere abandonar el gimnasio se debe de pagar todas las cuotas determinadas en el contrato. • Horario: el gimnasio tiene un

spinning, Pilates, Zumba, etc.	horario fijado para cada día de la semana por lo que para acudir debemos de ir entre las horas que se encuentra abierto.
--------------------------------	--

e. Crossfit



Fuente: Be Fitness

Es un sistema de entrenamiento de fuerza y acondicionamiento basado en ejercicios funcionales constantemente variados realizados a una alta intensidad. Se basa en una gran cantidad de ejercicios y disciplinas deportivas (gimnasia, halterofilia, carrera...). Se basa en desarrollar 10 capacidades físicas generales: resistencia cardiovascular, resistencia energética, fuerza, flexibilidad, potencia, velocidad, coordinación, agilidad, equilibrio y precisión.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo del sistema 	<ul style="list-style-type: none"> • Lesiones: Algunos de los

<p>cardiorrespiratorio: forzamos al sistema cardiorrespiratorio a funcionar a su límite con la consiguiente modificación en nuestro sistema fisiológico.</p> <ul style="list-style-type: none">• Mayor producción de eritropoyetina: que es la encargada de la producción de glóbulos rojos y estos transportan el oxígeno, por tanto mayor transporte de oxígeno a nuestros músculos y órganos.• Crecimiento de las cavidades del corazón y una hipertrofia de sus paredes: con esto conseguimos que en cada latido se mueva más sangre.• Resistencia a la fatiga muscular: Conseguimos que los músculos se acostumbren a trabajos de alta intensidad mantenidos en el tiempo, teniendo en cuenta que cuanto mayor sea la intensidad menor será el tiempo en que podremos mantener el esfuerzo.• Motivación a tope: permite medirnos y superarnos en cada sesión, nos	<p>ejercicios que se proponen pueden llegar a ser altamente lesivos para nuestras articulaciones e incluso para los tendones.</p> <ul style="list-style-type: none">• Material especial: no todos los gimnasios están adaptados para un trabajo de crossfit, depende la ciudad y la garantía del establecimiento.• Asistentes no especializados: En muchos centros no se suele practicar la forma de realizar los ejercicios básicos de levantamiento de peso como puede ser el <i>clean&jerk</i>, y cuando son realizados de forma incorrecta pueden ser altamente lesivos para la columna vertebral, por eso hay que tratar de ponerse en manos de un buen profesional.• Sobre entrenamiento: Si
--	---

<p>manteniendo motivados y realizados y liberando más endorfinas que nos permitirá mantener un estado psicológico más estable.</p>	<p>no se vigila las cargas de trabajo podemos sobrepasar el límite de carga de ejercicio que nuestro organismo puede asimilar.</p>
--	--

f. Footing o running



Fuente: Propia

El footing es uno de los deportes que más beneficios aporta al organismo, sin embargo, antes de realizarlo deben de realizarse unos ejercicios de calentamiento para evitar sufrir dolencias en los músculos, rodillas, tobillos, etc. Además es muy importante antes de correr encontrarse lo suficientemente hidratado para no sufrir riesgos de deshidratación.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Combate el estrés: mejora los 	<ul style="list-style-type: none"> • Lesiones fibrilares:

síntomas de estrés y reduce los estados de ansiedad y nerviosismo.

- **Fortalecimiento de los huesos:** se estimulan los huesos reduciendo el riesgo de padecer osteoporosis.

- **Mejora la presión arterial:** correr ayuda a mantener la elasticidad de las arterias y de este modo bajar la presión arterial.

- **Descenso del colesterol:** hacer footing reduce los niveles de colesterol malo llamado LDL o colesterol de baja intensidad.

- **Sube el estado de ánimo:** sube el estado de ánimo y reporta mayor bienestar y tranquilidad que se traduce en sentirse más tranquilo y relajado.

generalmente suelen aparecer dolencias en los músculos y tendones por sobrecarga muscular.

- **Contracturas musculares:** es muy común la aparición de contracturas musculares sobre todo cuando se lleva tiempo sin realizar ejercicio físico.

- **Lesiones en las articulaciones:** suelen aparecer cuando no se han realizado los ejercicios de calentamiento necesarios antes de correr.

- **Dolores en rodillas y tobillos:** las rodillas y los tobillos son las partes del cuerpo que más sufren pues es donde recae todo el peso del cuerpo, por lo que pueden aparecer dolores en ambas zonas.

- **Dolor de espalda:** los dolores de espalda son muy frecuentes cuando se realiza footing, por lo que se recomienda realizar abdominales

	antes de la actividad para evitar una lesión o dolor de espalda.
--	--

5. COMPORTAMIENTO Y PRÁCTICAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DEPORTIVOS EN COLOMBIA

5.1. Compañías que ofrece práctica del deporte en Colombia.

Euromonitor International, empresa investigadora de mercados globales, asegura que los establecimientos que prestan servicios deportivos aumentan en las economías desarrolladas⁶ o en vía de desarrollo, pero mientras tanto los ingresos disponibles han reducido, por esta razón, los gimnasios básicos han ido ganando terreno, frente a algunos más especializados; Colombia, y en específico Cali, no es ajeno a esta relación, puesto que mediante el ejercicio de observación, se puede llegar a la conclusión que en los barrios, es cada vez más alta la presencia de gimnasios básicos.

Sin embargo, gimnasios de renombre como el caso de Bodytech siguen su alza en el consumo de los caleños, de hecho han ampliado el segmento al cual quieren llegar en los últimos años, siendo la apertura de Bodytech Caney muestra de ello, ya que su ubicación en la calle 48 #81-54, es estratégica a la hora de llegar a estratos medios, a diferencia de algunos años atrás donde la ubicación de Bodytech era solamente en estratos altos; consideramos que uno de las razones para

⁶ Revista dinero, 2014

tomar esa decisión está en la competitividad que nace del auge del deporte en Cali y todo Colombia.

Al mismo tiempo, la tendencia deportiva ha permitido una respuesta estatal como oferta para espacios deportivos, por ello, se puede ver el incremento de espacios deportivos, públicos y perfectamente acondicionados; en Cali se puede ver como principales referentes el Parque El Ingenio, Parque La Flora, Cerro de Las Tres Cruces, Gato de Tejada, entre otros.

Algunas tendencias que ganan mucho espacio en nuestra ciudad, como el crossfit, representan una porción importante de pequeñas empresas que se dedican a prestar este servicio, siendo un entorno muy competitivo puesto que el origen de la actividad física lo hace una práctica más costosa que el gimnasio tradicional, generando de algún modo, estatus a quien lo practica o visita estos lugares.

Entre los establecimientos que se han convertido representativos para el crossfit en Cali, están BeFitness con presencia en el norte y sur de la ciudad (logran tener varias sedes en poco tiempo), Monarca Crossfit en el barrio el Ingenio, We Are Crossfit al oeste, entre otros.

Todos los establecimientos de Crossfit, actualmente ofrecen su servicio por precios que varían entre 300 y 500 mil pesos al mes.

6. AMBIENTE COMPETITIVO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DEPORTIVOS EN COLOMBIA

6.1. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Para que una empresa pueda sobrevivir y tener éxito en una industria, es necesario tener como herramienta un análisis profundo y detallado de las “cinco fuerzas de Porter”, ya que con estas se puede determinar el grado de competencia en la industria que se está estudiando y el atractivo de esta misma. Estas fuerzas fueron inventadas por el economista y profesor de la Universidad de Harvard, Michael Eugene Porter. Gracias a este aporte, las empresas en la actualidad pueden hacer análisis estratégico de su entorno y así desarrollar estrategias que les permitan ser competitivas en la industria.

Con estos conceptos se puede tener total entendimiento del ambiente externo que rodea a la compañía, siendo esto insumo para la realización de estrategias efectivas que logren diferenciación y ventaja competitiva, así mismo permite a la empresa estar preparada y reaccionar rápidamente a posibles amenazas, al igual que aprovechar las oportunidades que se le presenten.

6.1.1. Poder de los compradores

Hace referencia al poder que tienen los clientes o consumidores para obtener buenos precios y exigir mejores servicios. Existen muchas variables que influyen en esta balanza, como lo son la cantidad de demanda de la industria, la existencia de productos o servicios sustitutos, el volumen de contenido de éstos, diferenciación de los servicios, información que tengan los consumidores de la competencia y sus precios, entre otras.

En el sector de establecimientos deportivos existen varias empresas que ofrecen similares servicio (aeróbicos, cárdio, crossfit y otros); donde se aplica una estrategia de diferenciación en el servicio. Esta diferenciación hace referencia a horarios flexibles, resultados esperados por la persona, profesionalidad de los entrenadores que den satisfacción al consumidor, lo cual producirá mayor fidelidad y lealtad a la marca por parte del consumidor.

6.1.2. La amenaza de nuevos competidores

Una empresa nunca está a salvo de nuevos competidores entrando al mercado, es esta industria de establecimientos deportivos no es complicado para nuevas compañías ingresar más sin embargo lograr reconocimiento y fidelidad sí es complicado. Lo anterior se debe a que en primer lugar, la mayoría de establecimientos que ofrecen servicios en la actualidad llevan recorrido en este ámbito, tienen experiencia y tienen la lealtad de sus usuarios que no ha sido fácil de ganar. Para muchos es un proceso largo coincidir con un instructor que se acomode a sus requerimientos. Entre los factores más sobresalientes como a esta el de seguridad, reputación, variedad del servicio y asequibilidad que ya tienen las empresas es difícil de superar, por lo tanto no es sencillo lograr que los usuarios sientan la seguridad necesaria para probar nuevas rutinas o instructores sin saber que cuentan con determinada experiencia y referencias muy buenas.

La amenaza de nuevos entrantes es un poco alta ya que hay nuevos competidores con novedosas propuestas de entrenamiento especializado en áreas del cuerpo así como empresas con nuevos objetivos, nuevas metodologías y nuevas formas de entrenamiento físico. Por otro lado

los requerimientos de capital como barrera de entrada son altos, específicamente para los establecimientos que ofrecen servicios completos y en lugares cerrados.

Cabe destacar que existe diferenciación y especialización que pesan mucho para el ingreso de nuevos competidores, ya que se requiere conocimiento y experiencia de las actividades que se realizan como parte del servicio; por lo tanto es importante contar con personal altamente capacitado.

De todas maneras, hay competidores que ponen un gimnasio “de garaje” lo que quiere decir que también hay modelos de negocio de industria donde las barreras amenaza de nuevos competidores es baja.

6.1.3. Poder de los proveedores

En este sector el poder de los proveedores es media debido a que se requiere de profesionales especializados en el área (entrenadores, instructores), proveedores de equipos deportivos, proveedores de mantenimiento de instalaciones.

El poder de negociación de las empresas con los profesionales va a ser medio, ya que no son muy escasos en el sector, debido a que no se puede cambiar de profesional inmediatamente. En cuanto a proveedores de equipo para algunos deportes como crossfit, spinning o Pilates es alto ya que existen pocos proveedores en el país y costos de instalación son altos. Por último, los proveedores de mantenimiento de instalaciones son bajos, ya que existen más en el sector, con los cuales se pueden negociar precios.

6.1.4. Productos sustitutos

Dado que la necesidad principal que satisface el sector es mejorar la condición física, la salud y la personalidad de sus clientes, los potenciales sustitutos son diseñar programas de entrenamiento por uno mismo (rutinas revistas en internet, replicar entrenamientos de otras personas o que hizo la persona antes, lecturas, etc.) o simplemente seguir la propia intuición. En consecuencia, el impacto de los sustitutos en el sector es moderado.

6.1.5. Rivalidad e intensidad del sector

En el sector existen establecimientos que ofrecen servicios comunes y servicios completos tales como los clubes, concentraciones deportivas o instructores personalizados, entre otros. Las empresas que ofrecen servicios completos buscan ofrecer un servicio diferenciado. En cambio las empresas que ofrecen un servicio común, son las que tienden a reducir el precio de sus servicios para traer consumidores, estas empresas no cuentan con un personal muy preparado instalaciones y equipos con tecnología avanzada y lo suficientemente cómodos.

Sin embargo, en general cada empresa presenta nuevas oportunidades y estrategias para tener a sus clientes satisfechos y además de eso atraer nuevos clientes por medio de promociones, descuentos, etc.

7. ANÁLISIS DE LOS CLIENTES

7.1. Perfil y características de los compradores y usuarios

Existe un perfil psicográfico diferencial del consumidor practicante de la actividad deportiva y miembro de un club. Wicker, Breuer y Paswowski (2009) realizaron una investigación acerca del gasto que realizaban 10.013 miembros de establecimientos deportivos y se encontró que en promedio se gastaban 1610 euros.

Existen variables que son particulares entre las personas que realizan actividad deportiva donde éstas invierten más dinero dependiendo del grado de compromiso o involucramiento con el deporte que practican, por lo tanto, a mayor involucramiento mayor será su gasto en rutinas asociadas con el deporte, eventos y productos.

Según un estudio realizado por__ nos proporciona características entre la comunidad deportista como son:

- Estudian más horas a la semana, navegan más en internet y practican más deporte.
- Con respecto a la diversión, recurren a la rumba pero solo 1 vez al mes o quincenal a diferencia de las personas inactivas que varía entre 3 veces al mes o más.
- Consideran la actividad deportiva como una práctica deportiva como forma de recreación más grande que ir a parques, actividades culturales y recreativas donde solo es sentarse y ver.
- Son personas que se preocupan por su apariencia física, aspectos económicos en su vida, son conservadoras la gran mayoría y sienten satisfacción por su vida.
- Con relación al nivel de estrés, reportan menos niveles de estrés sobre todo en los deportes relacionados con alto nivel de exigencia física como son: Crossfit, Pilates, Fútbol, Baloncesto.

7.2. ¿Qué compran y cómo lo compran?

Detrás del consumo deportivo hay una industria interesada en cubrir todas las necesidades creadas para este segmento, y que en los últimos años se ha convertido en un sector económico en crecimiento; de esta forma las personas que practican deporte, terminan no solo pagando a los locales, entrenadores o aplicaciones web para realizar provechosamente su actividad física, sino también comprando accesorios, ropa especializada, dietas balanceadas, entre otros factores adicionales a un estilo de vida que está en auge en Colombia.

La empresa de investigación de mercado global, Euromonitor, destaca en su informe “Retos y oportunidades de la participación deportiva global” los consumos que van en crecimiento y que son más comunes en el consumidor deportivo; ocupando como primer lugar la ropa deportiva, puesto que son respaldadas por multinacionales como Nike, Adidas entre otras, que han logrado crear estrategias de ventas muy fuertes.

El calzado deportivo se ubica como una de las prioridades de las personas que practican actividad física, ya que promete cuidar la salud al ser un calzado especializado.

El estudio hecho por Euromonitor, estima un crecimiento del 16% en la venta de bebidas energéticas y de suplementos deportivos, entre 2008 y 2013; incluso su consumo se ha ido normalizando, puesto que años atrás era normal escuchar entre las personas de la ciudad que consumir suplementos “dañaba los riñones, no es saludable”, hoy por hoy es considerado un mito.

Logramos constatar que uno de los consumos más importantes entre los que practican deporte, está su dieta alimenticia, la cual se basa en un control de pocos carbohidratos y mucha proteína;

es así como en la dieta de alguien que realiza actividad física se va a ver un aumento de consumo de carne de pollo, verduras, cereales, frutas; y una disminución de comida chatarra, frituras, gaseosas, entre otros.

7.3. ¿Cuándo lo compran?

Los establecimientos deportivos, en su mayoría, tienen una hora pico y un horario muerto; la razón es que muchas personas que asisten a los gimnasios, son profesionales o estudiantes, por lo cual tienen horarios que cumplir, las horas entre 5-6 am y 8-10pm son las más concurridas en los gimnasios, seguida de la hora entre 5-8pm que en su mayoría es preferida por jóvenes universitarios.

Por otro lado, los deportes al aire libre con modalidad colectiva, se caracterizan por tener una franja horaria un poco más amplia, entre 6 a 8:30am y 7 a 9:30pm.

A diferencia de los entrenamientos personalizados, éstos no cuentan con una franja horaria en específico ya que los instructores organizan sus horarios de entreno en base a la disponibilidad de sus clientes.

Por otro lado, el consumo de ropa deportiva, se estima que se da cada 3 o 6 meses para el mismo consumidor, esto se debe a que las marcas deportivas cuentan con diseños de temporadas que las personas quieren tener, aplica también para el calzado deportivo; todo se debe a tendencias y modas construidas por la industria deportiva.

7.4. ¿Cuáles son las razones de compra?

Los principales factores para las personas elegir un gimnasio son cercanía, ya que la mayoría de usuarios siempre viven cerca al establecimiento, precios, ya que muchas personas tienen en cuenta por lo menos dos opciones cuando van a ingresar, y variedad de máquinas, esto último se ve reflejado en que los gimnasios muy pequeños por lo general, fracasan, mientras que los gimnasios grandes, llevan varios años de servicio.

Un segundo factor importante, es el estatus, y en esto se especializa marcas como Bodytech o El Molino, ya que sus clientes son de estratos sociales altos, y por lo tanto han creado una fama entre las personas que tienen mayores ingresos económicos.

7.5. ¿Cómo seleccionan y por qué lo prefieren?

Los factores mencionados anteriormente, son analizados a la hora de tener preferencias, ya que constituyen todo lo que es la práctica deportiva, y por lo tanto siempre serán tenidos en cuenta por quienes realizan algún deporte o asisten a algún centro deportivo.

Otra razón que divide las preferencias del consumidor de deporte, es que hay compradores de valor, que se preocupan por el estatus que proporciona lo que consumen, y que hay compradores de precios, que buscan siempre ahorrar en su experiencia de compra.

Por otro lado las influencias que generalmente afectan la pertenencia a estos establecimientos deportivos son por un miembro que ya pertenece al club o conocido que sirve de influenciador. Igualmente, los entrenadores orientan la práctica deportiva como una forma para crecer y manejar problemas personales lo cual motiva a sus clientes a continuar.

Con respecto a los costos, existen varios rangos variables entre las modalidades deportivas. Los costos más altos son por parte de los gimnasios y centros de acondicionamiento físico donde las cuotas promedio oscilan entre \$950000 y \$130000 mensuales, Crossfit, kickboxing y Pilates entre \$70000 y \$85000 mensual, Aerorumba \$2000 una clase y Running gratis si se practica de manera individual.

8. METODOLOGÍA

8.1. Tipo de investigación

Esta es una investigación basada en dos aspectos importantes:

- Según el nivel de conocimiento que se desea alcanzar: Investigación descriptiva la cual permite describir las diferentes percepciones y hábitos del público objetivo.
- Según la naturaleza de la información recolectada: Investigación cuantitativa con la finalidad de cuantificar la información recolectada acerca de características y comportamiento de los consumidores que perteneces a nuestro sector objetivo.

8.2. Diseño y método de investigación

Para llevar a cabo la investigación planteada anteriormente, el proyecto investigativo se basará en un diseño aplicado descriptivo el cual tendrá como fin:

- Describir características de grupo objetivo.
- Determinar percepciones sobre los diferentes establecimientos y ayuda a la salud.

- Pronosticar tendencias en la participación de deportes.
- Consultar porcentajes de personas según su deporte.

8.3. Fuentes y técnicas utilizadas

En relación con la fuente de recolección de datos utilizaremos una secundaria obtenida desde documentos, libros, estadísticas, bases de datos, etc.

Después utilizaremos fuentes primarias donde nuestros deportistas se convierten en fuente principal para aportar a la exploración de nuestra investigación.

Por otro lado las fuentes de información tanto primarias como secundarias brindan conocimiento a las personas interesadas en indagar acerca de éstas temáticas.

El método utilizado será:

- Encuesta: para obtener información acerca de opiniones, conocimientos, actitudes, percepciones y hábitos.
- Entrevista semi-estructurada en la cual se tendrá flexibilidad al momento de responder y la opción de alternativas.

8.4. Población y tamaño de muestra

La población considerada son los jóvenes y adultos-jóvenes del Valle del Cauca que realizan actividades deportivas.

Para obtener un tamaño de muestra adecuado, se tendrá en cuenta un nivel de confianza del 95%, margen de error del 5% y usar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * P * Q}{e^2}$$

Como consecuencia de lo anterior, el tamaño de la muestra resultó de 144 personas de Santiago de Cali.

9. DISEÑO DEL CUESTIONARIO

9.1. Modelo del cuestionario

Percepción, hábitos y práctica del deporte en la salud de los colombianos

Esta encuesta tiene como objetivo recopilar información para conocer la percepción, los hábitos, y la práctica del deporte en la salud de los colombianos, tomando como muestra, a la ciudad de Santiago de Cali durante el año 2017. La información suministrada es confidencial y solo será tratada con fines académicos.

¿Practica usted alguna actividad deportiva? *

- Sí
- No

Barrio de residencia

Texto de respuesta breve

.....

Sexo

- Hombre
- Mujer

Edad

- 18 - 25
- 26 - 33
- 34 - 42
- 43 - 51
- 52 o más

Ocupación en su hogar

1. Cabeza de hogar
2. Hijo
3. Ama de casa
4. Independiente

1. ¿Con qué frecuencia practica actividad deportiva? *

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

2. ¿Qué tipo de deporte practica? *

- Gimnasio
- Cross fit
- Fútbol
- Zumba
- Spinning
- Running
- Otro

3. ¿Dónde practica deporte con más regularidad?

- Gym
- Centro especializado
- Parques
- Casa
- Otro

4. ¿Por qué lo prefiere?

- Ubicación
- Precios
- Calidad del servicio
- Relación con entrenadores
- Estatus

5. Evalúe los siguientes factores, donde (1) corresponde a Nada importante y (5) a Muy importante *

Fila 1	Precio	Columna 1	Nada importante
Fila 2	Cercanía a su hogar	Columna 2	Poco importante
Fila 3	Cercanía a su trabajo	Columna 3	Indiferente
Fila 4	Horarios	Columna 4	Importante
Fila 5	Referencias del sitio	Columna 5	Muy importante
Fila 6	Instalaciones		
Fila 7	Parqueadero		

6. ¿Qué tipo de entreno realiza? *

- Personalizado
- Colectivo
- Individual

7. ¿Qué hábitos ha cambiado principalmente desde que practica actividad deportiva? *

- Dieta
- Tipo de ropa
- Relaciones interpersonales
- Horarios
- Cuidado de la salud
- Otros

8. ¿Ha visto cambios positivos en la ciudad gracias al auge del deporte?

- Sí
- No

9. ¿Cuándo realiza deporte, encuentra publicidad de marcas?

- Sí
- No

10. ¿Qué marca recuerda más?

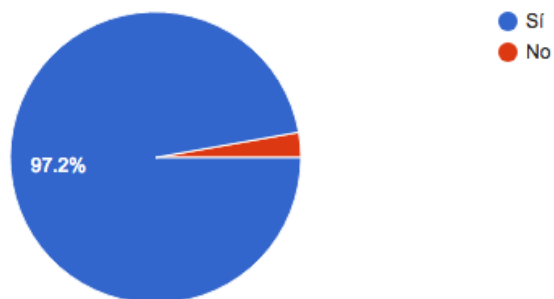
Texto de respuesta breve

11. Cree que practicar una actividad deportiva en Colombia resulta:

- Muy costoso
- Costoso
- Barato
- Muy barato

9.2. Análisis y resultados de la encuesta

¿Practica usted alguna actividad deportiva? (144 respuestas)



Fuente: Propia

Dado que la muestra de la encuesta es elegida al azar, la pregunta filtra identifica a quienes no practican actividad deportiva, de los que si lo hacen, esto con el fin de que las personas que continúan respondiendo la encuesta sean las que si practican actividad deportiva.

II. PERFIL DE LOS ENCUESTADOS

Barrio de residencia (138 respuestas)

Capri
Ingenio
Ingenio
Ingenio
Pance
Pance
Pance
Peñón
Peñón
Peñón
caney
caney

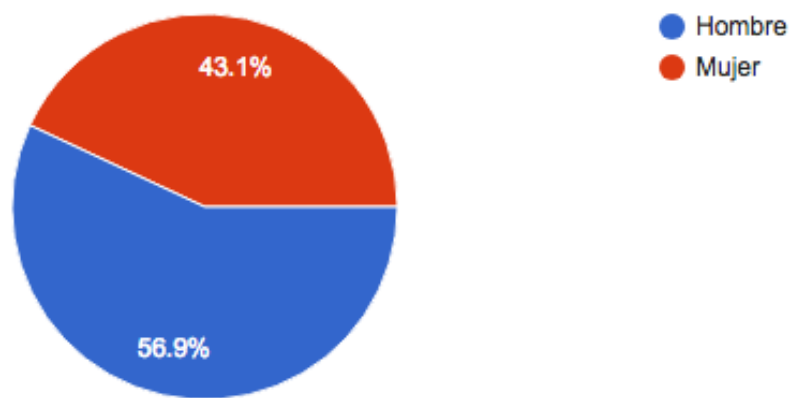
Fuente: Propia

La encuesta fue respondida en mayoría por personas de barrios del sur de Cali, con un porcentaje mayor en barrios como Valle del Lili, Caney, Ingenio y Pance.

Seguidamente, barrios como Peñón, San Fernando y Capri también se repitieron en las respuestas de los encuestados.

Otros barrios como La Selva y Meléndez figuraron en las respuestas, lo que hace que la encuesta sea dinámica y diversa a la hora de arrojar resultados recogidos de varios sectores de la ciudad.

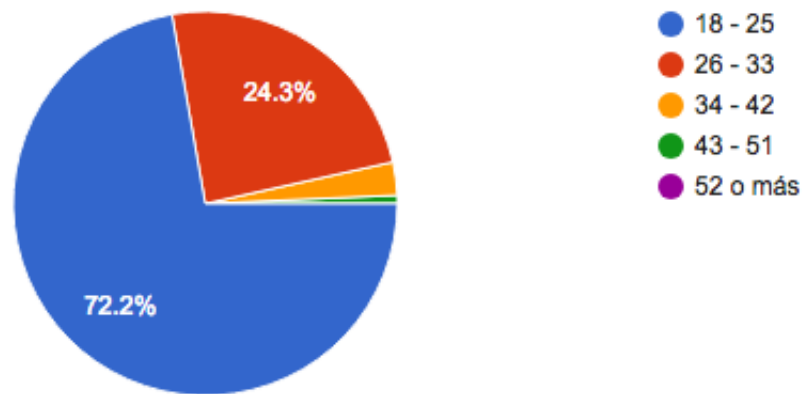
Sexo (144 respuestas)



Fuente: Propia

En total, se recogieron 144 encuestas, de ellas, 82 fueron respondidas por hombres, mientras que 62 de las personas encuestadas fueron mujeres. Dado que los que respondieron la encuesta son solo personas que dijeron si practicar algún deporte, se puede suponer que hay una cantidad mayor de hombres que realizan actividad deportiva (con un 56,9%), y una leve disminución se presenta en las mujeres que lo hacen (un 43,1%).

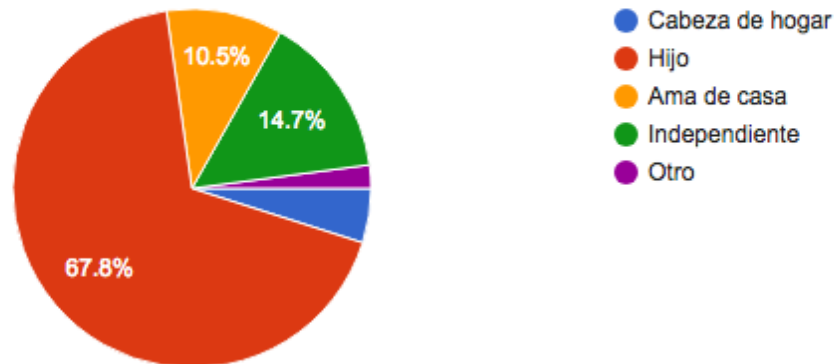
Edad (144 respuestas)



Fuente: Propia

Del total de encuestados, 104 registraron estar entre los 18 y los 25 años, conformando el 72,2% de los encuestados; mientras que 35 personas dijeron tener entre 26 y 33 años de edad, alcanzando el 24,3% de la muestra, con lo cual se ve que la mayoría de quienes practican deporte son consumidores adultos jóvenes. En los rangos de 34 a 51 años de edad se alcanzó un porcentaje de 2,87%.

Ocupación en su hogar (143 respuestas)

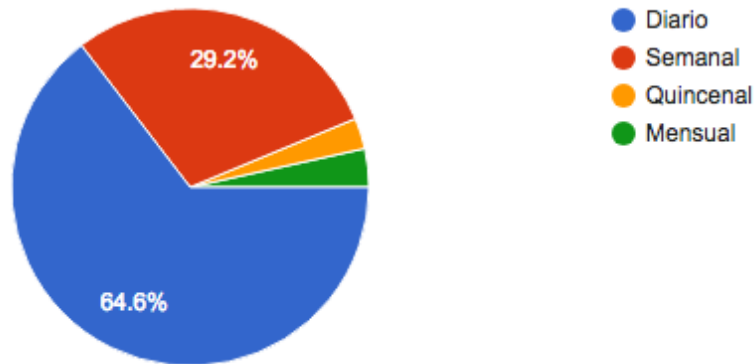


Fuente: Propia

De todos los encuestados, 97 respondieron que en su rol familiar son los hijos, representando un 67,8% de la muestra. Asimismo 21 se identificaron como independientes, siendo un 10,5%; 7 personas respondieron ser amas de casa, para un total del 10,5%, mientras que entre cabeza de hogar y otros sumaron el 7% de los encuestados. En esta pregunta se puede relacionar directamente que la mayoría de encuestados sean adultos jóvenes, puesto que ocuparían roles como hijos o independientes, que al mismo tiempo fueron las de mayor porcentaje.

III. PERCEPCIÓN, HÁBITOS Y PRÁCTICAS DEL DEPORTE

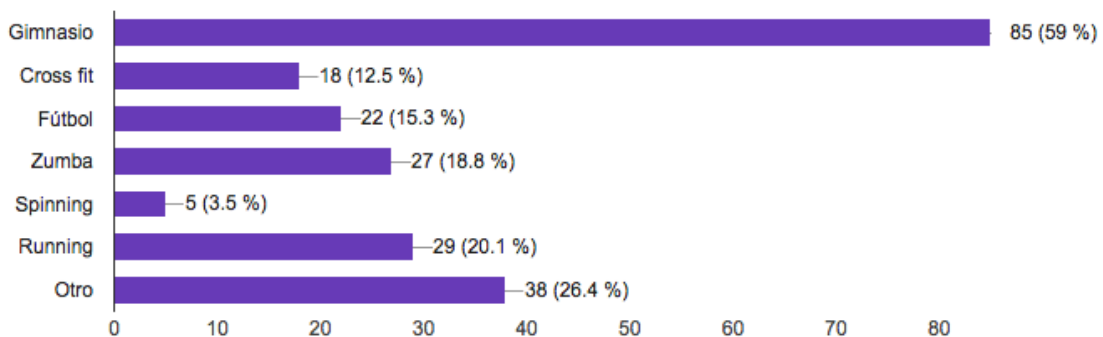
1. ¿Con qué frecuencia practica actividad deportiva? (144 respuestas)



Fuente: Propia

Los resultados de la encuesta recopilan que la mayoría de personas practican deporte a diario, esto respondieron 93 de los encuestados (64,6%), seguido por 42 que lo practican semanalmente y alcanzan un 29,2% de la muestra. 9 personas dijeron practicar deporte quincenalmente y 5 una vez al mes, sumando el 6,3%.

2. ¿Qué tipo de deporte practica? (144 respuestas)

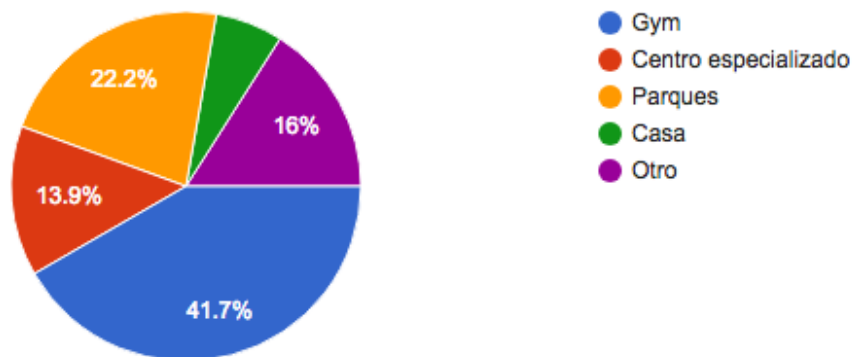


Fuente: Propia

En esta pregunta se logró observar que hay una gran diversidad en los deportes preferidos por los caleños, representando el mayor porcentaje el gimnasio con un 59% constituido por 85 personas. Como se puede ver los demás porcentajes están muy cercanos entre ellos, aunque fue una sorpresa que el running (20,1%) y el zumba (18,8%), estén por encima de cross fit (12,5%) como la respuesta que más se repitió.

Por último, algo muy relevante de la encuesta, es que 38 personas hayan dicho practicar otro deporte, representando un 26,4% de la muestra, y llevando a indagar sobre los deportes que más se practican en la ciudad, ya que las 6 opciones seleccionadas para el modelo de la encuesta, están entre los más populares.

3. ¿Dónde práctica deporte con más regularidad? (144 respuestas)

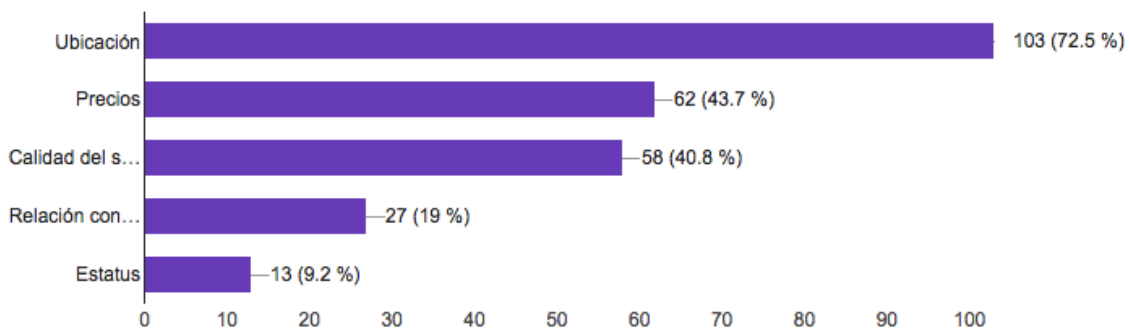


Fuente: Propia

Con un 41,7% el gym se ubica como el sitio más recurrente para realizar actividad deportiva, fue la respuesta de 60 de los encuestados; mientras que 32 personas dieron a los parques como respuesta, siendo el 22,2%.

Los centros especializados representan el 13,9% de los resultados y fue la respuesta de 20 personas, asimismo 23 encuestados dijeron preferir otro sitio para practicar deporte. El porcentaje más bajo se dio en la respuesta casa, el sitio preferido por 9 de los encuestados para dicha actividad.

4. ¿Por qué lo prefiere? (142 respuestas)

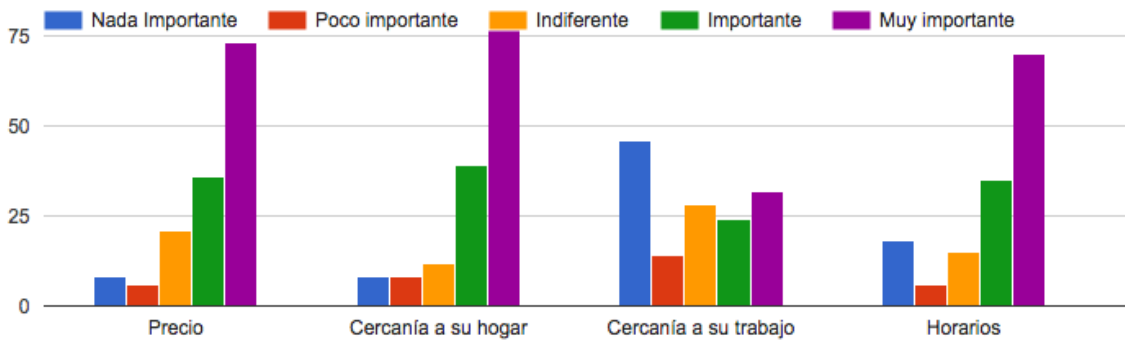


Fuente: Propia

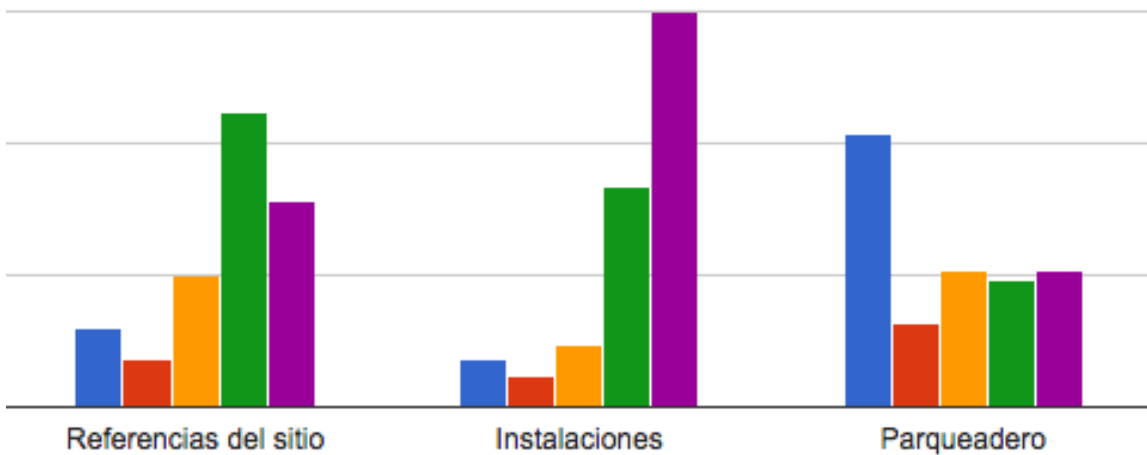
La gran mayoría de personas prefieren este sitio por la ubicación, resultando ser el 72,5% con 103 personas que respondieron de tal forma; los precios representan otra de las razones importantes por la cual se elige el sitio para hacer deporte entre los caleños, ya que 62 personas dieron relevancia a este factor (43,7%) asimismo la calidad del servicio está en casi la misma escala de importancia para los encuestados (40,8%), siendo la respuesta de 58 personas.

En menor medida fueron calificados el estatus y la relación con los entrenadores, 9,2% y 19% respectivamente.

5. Evalúe los siguientes factores, donde (1) corresponde a Nada importante y (5) a Muy importante



Fuente: Propia



Fuente: Propia

Para los encuestados, en relación al precio, 8 piensan que es nada importante, 6 que no es importante, 21 es indiferente, 36 creen que es importante y 73 lo consideran muy importante.

En relación a la cercanía del hogar, 77 personas respondieron que es muy importante, 39 importante, 12 respondieron indiferente, 8 encuestados dijeron que no es importante y la misma cantidad creen que es nada importante.

Las instalaciones también son muy valoradas por las personas que practican deporte, 75 respondieron muy importante, 42 importante, para 12 personas es indiferente, a 6 les parece poco importante y 9 creen que es nada importante.

El horario es otra de las variables relevantes, ya que 70 personas dijeron que es muy importante, 35 importante, 15 indiferente, 6 poco importante, y 18 encuestados creen que es nada importante.

En relación a la cercanía al trabajo, 46 personas lo consideran como nada importante, 14 poco importante, 28 indiferente, 24 creen que es importante, mientras que 32 lo calificaron como muy importante.

La referencia del sitio fue muy importante para 39 encuestados, importante 56, indiferente 25, 9 respondieron que es poco importante y 15 nada importante.

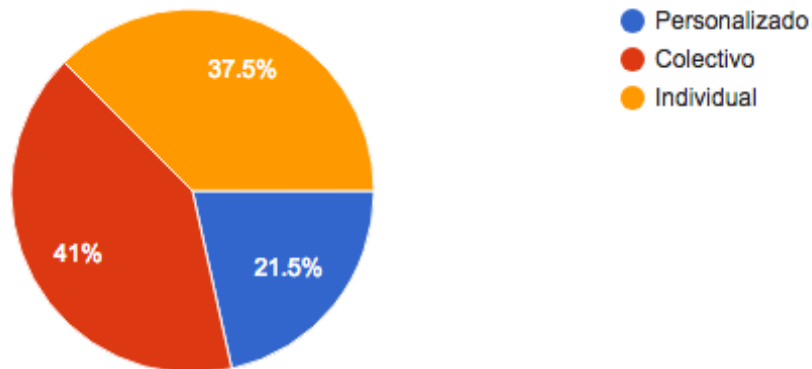
El parqueadero, 52 personas respondieron que es nada importante, 16 poco importante, 26 indiferente, 24 importante y 26 muy importante.

En estos resultados, queda claro que factores como la cercanía al hogar, las instalaciones, el precio y el horario son de mucha importancia a la hora de elegir el sitio para realizar prácticas

deportivas, mientras que factores como el parqueadero, la cercanía al trabajo y las referencias del lugar se convierten en las menos importantes.

El hecho de que una parte de los encuestados opten por marcar la opción de indiferente en todas las variables, lleva a inferir que por mucha importancia que puedan tener éstas a la hora de elegir el sitio, existe un grado de motivación para que las personas puedan tener tendencia a no valorar tanto dónde se practica deporte, sino que el solo hecho de practicarlo es lo importante.

6. ¿Qué tipo de entreno realiza? (144 respuestas)



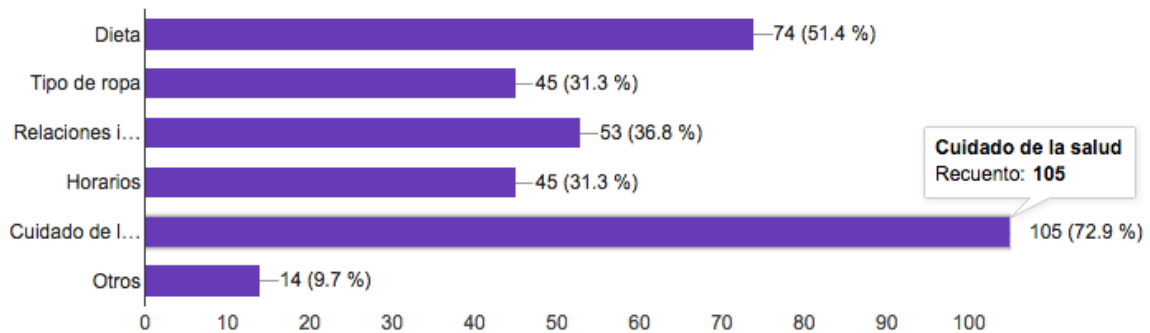
Fuente: Propia

Del total de las personas encuestadas, 57 dijeron que practican entrenos de forma colectiva (41%), 57 de manera individual (37,5%) y 31 personas lo hacen de manera personalizada. Este resultado refleja que las actividades deportivas tienen un carácter social, y al mismo tiempo pueden practicarse sin necesidad de involucrarse directamente con otras personas.

El margen de las personas que prefieren realizar deporte de forma personalizada, es un referente de la función que cumplen los entrenadores y los centros especializados.

7. ¿Qué hábitos ha cambiado principalmente desde que practica actividad deportiva?

(144 respuestas)

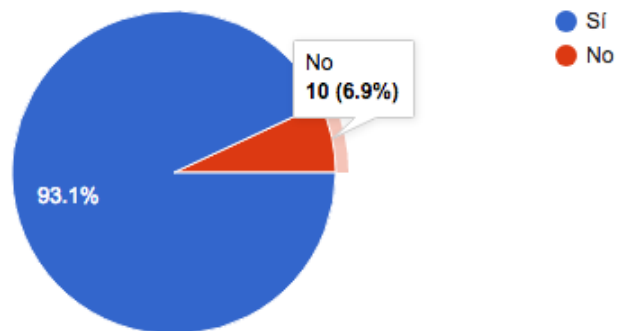


Fuente: Propia

En relación a los hábitos que el deporte lleva a cambiar, por lo general positivamente, para las personas que empiezan a practicarlo, se nota la salud como el factor que más cambia entre los encuestados, 105 respuestas fueron las obtenidas (72,9%); la dieta es otro de los cambios que más identifican las personas, 74 respuestas que representan el 51,4%.

El tipo de ropa es la variable que marcaron 45 encuestados (31,3%), la misma cantidad de personas que marcaron los horarios, mientras que 53 personas indicaron que las relaciones personales también son un factor que cambia (36,8%).

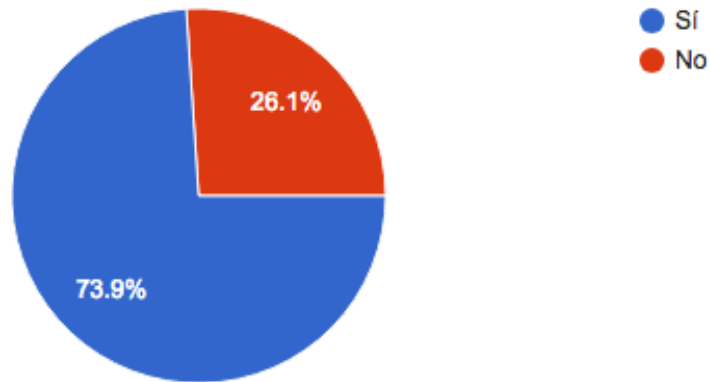
8. ¿Ha visto cambios positivos en la ciudad gracias al auge del deporte? (144 respuestas)



Fuente: Propia

De todas las personas encuestadas, 134 respondieron que si han visto cambios positivos en la ciudad gracias a la tendencia en aumento de la popularidad que tiene hoy por hoy las prácticas deportivas. Este alto porcentaje no sorprende, pero se convierte en un punto demasiado positivo a la hora de demostrar cómo el deporte puede actuar no solo en el individuo, sino también en su entorno.

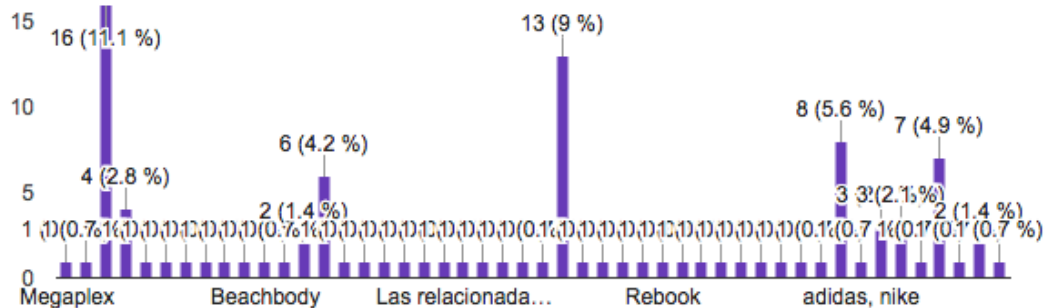
9. ¿Cuándo realiza deporte, encuentra publicidad de marcas?



Fuente: Propia

En relación a la relevancia de las marcas en la práctica deportiva, 105 encuestados respondieron que si encuentran publicidad cuando hacen actividades deportivas, esto representa el 73,9%.

10. ¿Qué marca recuerda más? (102 respuestas)

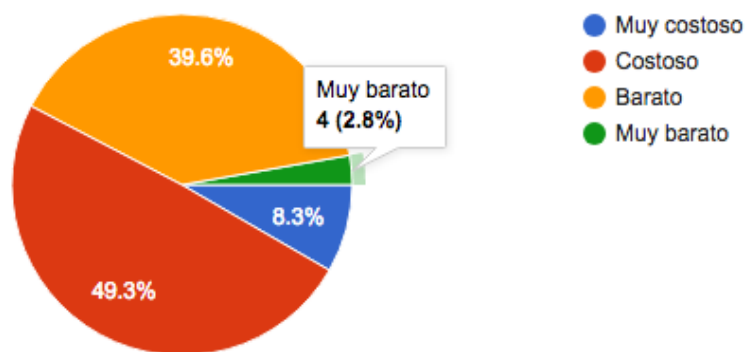


Fuente: Propia

Las marcas que más recuerdan las personas siguen siendo Adidas y Nike, y demás líderes del mercado de ropa deportiva; sin embargo, se encuentra la relevancia que han tomado los suplementos deportivos, siendo la marca Megaplex la que mejor se ha logrado posicionar entre los caleños.

11. Cree que practicar una actividad deportiva en Colombia resulta:

(144 respuestas)



Fuente: Propia

En lo que puede significar, económicamente, realizar alguna práctica deportiva en Colombia, los encuestados se dividen principalmente entre costoso, que obtuvo 71 respuestas, representando el 49,3% y entre barato, respuesta seleccionada por 57 personas y que alcanza el 39,6%.

Por otra parte, solo 12 personas creen que es muy costoso y 4 que es muy barato.

9.3. Síntesis analítica de los resultados de la encuesta

La proporción de personas que practican deporte ha venido en auge con el pasar de los años. Se ha notado que aunque muchas personas siguen prefiriendo los gimnasios como opción para realizar actividad deportiva, los parques han resaltado, logrando que actividades como zumba, running entre otras tomen poder y preferencia entre la población. Estas modalidades tienen en común que son de entreno colectivo, dejando atrás un poco el tipo de modalidad individual y personalizada.

La proporción de personas que le ofrece una actividad física regular a su organismo es alta. Un total de 93.8% le ofrece a su organismo los estímulos de actividad física necesaria para proteger y conservar la salud. Las dosis recomendadas por los comités técnicos internacionales y las sociedades científicas indican que se requieren al menos 30 minutos de actividad física moderada o vigorosa 5 días a la semana y de ser posible todos los días.

Actualmente ha aumentado la práctica de actividad física en las personas, y desde jóvenes comienzan con la práctica deportiva, integrándola en su día a día y obteniendo hábitos en específicos como son: cuidado de la salud, dieta, mejoramiento de relaciones interpersonales, entre otros.

Hay un patrón en particular: los tipos de deporte que se realizan en parques muchos los consideran económicos, sin embargo la gran mayoría de los encuestados siguen considerando la práctica deportiva como una actividad costosa.

En el momento de la práctica deportiva siguen teniendo apariciones muchas marcas conocidas como Adidas, Nike, Megaplex, Beachbody, Rebook, entre otras, donde hay una variedad entre implementos deportivos, ropa y zapatos y bebidas.

10. ESTRATÉGIAS Y TÁCTICAS

Estrategia 1: Partiendo de los resultados de las encuestas de esta investigación académica, donde se mostró que el 56,9% de las personas consultadas son hombres y el 43,1% mujeres, se muestra un porcentaje muy alto de mujeres que en la actualidad practican actividades deportivas.

La estrategia propuesta es que el mensaje de comunicación, vaya dirigido a ambos segmentos, esto para obtener provecho a un mensaje que no solo sea incluyente, sino que configure al establecimiento que haga uso de la estrategia, como una empresa a la vanguardia del crecimiento de público femenino en los espacios deportivos.

Tácticas:

- Crear piezas gráficas, como pendones, que motiven a hacer deporte en pareja de hombre y mujer, o grupos mixtos.
- Realizar alianzas con marcas de suplementos deportivos, que promocionen productos de hombres y mujeres, en forma de anqueta.
- Gestionar concursos o retos deportivos, como evento en la ciudad, que sean realizados por varios centros deportivos, y tenga diseñada la participación en parejas de hombre y mujer, o grupos mixtos.

Estrategia 2:

Dado que el 73,9% de los encuestados respondieron que si encuentran publicidad cuando practican algún deporte, entonces se propone que los establecimientos deportivos que no tienen alianzas estratégicas con marcas deportivas, empiecen a crearlas.

Tácticas:

- Gestionar marcas locales, nacionales o internacionales, dependiendo del segmento del centro deportivo, posibles alianzas que promocionen la marca y esto sea un atractivo para aumentar las visitas en el establecimiento deportivo determinado.

RECOMENDACIONES

- Mantener instalaciones a la vanguardia deportiva y en perfecto estado.
- Planear alianzas estratégicas con otras marcas, puesto que traen beneficios mutuos y son bien percibidas por el público.
- Ajustar los precios para que sean competitivos y sean un factor que demuestre calidad del servicio.
- Comunicar los factores diferenciadores con los que cuenta el establecimiento deportivo.

BIBLIOGRAFÍA

Fransi, E.C. (2004) *Cómo comercializar las actividades deportivas*. Madrid: Ediciones DeustoPlaneta de Agostini Profesional y Formación S.L.

Sandoval, M. (1994). La psicología del consumidor: una discusión sobre su estado actual y aportes al mercadeo. *Suma Psicológica*, 1, 163-176.

Cabañas González Raquel, Martínez Campillo Piedad, Riego Gordón María L. (2004). Análisis de la motivación de las mujeres para la práctica de actividades físicas según la edad. En www.efdeportes.com. *Lecturas: Educación Física y Deportes* - Buenos Aires - Año 10 - N° 72.

Ruiz, F.; García, M. E; Hernández, A.I (2001). Comportamientos de actividades físico-deportivas de tiempo libre. *Revista Motricidad* (7), pp: 113-143.

Borgues H. 1990. Costumbres prácticas y hábitos alimentarios. Cuadernos de Nutrición, Volumen 13, Número 2.

Organización Mundial de la salud, 2010, *Recomendaciones Mundiales sobre Actividad Física para la salud*, [en línea]: [http:// www.who.int/rpc/guidelines](http://www.who.int/rpc/guidelines). [Consulta: 25 de enero de 2011].

Organización Panamericana de la Salud. 2006. Estrategia Mundial sobre Alimentación
Saludable, Actividad Física y Salud (DPAS), pág. 4-6