



**Universidad**  
Zaragoza

## Trabajo Fin de Grado

# **ESTADO ACTUAL, RESPECTO A LAS CONTRATACIONES DE PERSONAL DEPORTIVO, EN LOS CENTROS FITNESS DE LA COMUNIDAD DE ARAGÓN**

Autor/es

Javier Rausell García

Director/es

Nerea Estrada Marcén

Facultad de Ciencias de la Salud y del Deporte / Grado en Ciencias de la Actividad  
Física y del Deporte  
2015

# ÍNDICE

Agradecimientos.....	3
Resumen.....	3
1. Justificación.....	5
2. Introducción.....	6
3. Marco teórico:	
3.1 Orígenes de la corriente del fitness.....	8
3.2 Sector del fitness en España.....	11
3.3 Titulaciones oficiales y no oficiales de A. Física y deporte.....	13
4. Objetivos del estudio.....	15
5. Diseño del estudio.....	15
6. Materiales y método:	
6.1 Cuestionario a centros de fitness.....	16
6.2 Cuestionario a servicios deportivos municipales y comarcales.....	19
7. Análisis estadístico.....	20
8. Resultados y discusión:	
8.1 Base de centros de fitness de la ciudad de Zaragoza.....	20
8.2 Base de servicios de deportes municipales y comarcales de la comunidad de Aragón.....	21
8.3. Características generales del total de la muestra de los servicios deportivos analizados.....	21
8.4. Comparación de los centros de fitness y los servicios de deportes municipales y comarcales de la comunidad de Aragón. ....	23
8.5. Comparación de los servicios deportivos según su localización.....	42
9. Conclusiones.....	60
10. Bibliografía.....	61
10. Anexos:	
Anexo 1. ....	64
Anexo 2. ....	64
Anexo 3. ....	67
Anexo 4. ....	68
Anexo 5.....	68
Anexo 6. ....	70
Anexo 7. ....	72
Anexo 8 Correo enviado centros fitness.....	75
Anexo 9 Correo enviado servicios públicos.....	76
Anexo 10. Cuestionario enviado.....	77

# AGRADECIMIENTOS

Agradecer lo primero de todo a mi tutora, Nerea Estrada, por su apoyo, colaboración e interés puesto en el proyecto, sin su experiencia y aportaciones este trabajo no hubiera sido el mismo.

También agradecer a cada uno de los centros, servicios y personas implicadas en la colaboración con este estudio, ya que sin su participación los resultados del trabajo no hubiesen existido.

## RESUMEN

El ámbito del fitness resulta una interesante salida profesional para el licenciado/graduado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (CCAFD), sin embargo este ámbito está muy poco estudiado en España. Por ello la finalidad de este estudio es por un lado estimar el número de empresas dedicadas al sector del Fitness en la comunidad de Aragón, el cual hasta ahora no había sido establecido, y describir sus características en cuanto a las contrataciones y poder valorar diferentes empresas de formación. Por otro lado analizar las mismas características de los servicios deportivos municipales y comarcales. Así, se estimaron 85 centros de fitness en Aragón con las características requeridas y 80 servicios de deportes municipales y comarcales.

A partir de aquí, el objetivo ha sido comparar los diferentes servicios deportivos según su tipología y según su localización.

Entre todos los resultados, podemos resaltar algunos aspectos. Destaca la incorporación de la mujer como usuaria, que en todos los casos su porcentaje es superior a la presencia masculina.

En la primera comparativa, respecto a la tipología de centro, se han podido ver grandes diferencias en cuanto a las cuotas mensuales, valoración de criterios a la hora de contratar, la formación mínima académica y en la implantación de las actividades de la empresa Les Mills, especialmente.

En la comparativa respecto a la localización, las diferencias más importantes vuelven a estar relacionadas con la cuota, el número de clientes y al igual que anteriormente, en las actividades Les Mills.

Tras realizar este estudio, vemos muy necesaria la regulación de este sector profesional, que mueve grandes cantidades económicas en nuestro país, y que tiene un número de usuarios que ha ido en aumento vertiginoso en la última década, y puede ser una gran salida profesional para los graduados/licenciado en CCAFD. Pienso que estudios como el que se presenta en este documento son necesarios para empezar a controlar este sector, que como se ha visto en el estudio existe un gran descontrol, especialmente en cuanto a las formaciones no regladas debido a la gran variedad de estas.

# 1. JUSTIFICACIÓN

La elección de este proyecto se debe principalmente a mi interés por el mundo del fitness. En un futuro me gustaría dedicarme plenamente a esto, y trabajar sobre este tema en el estudio me sirve para darme una amplia visión gracias al objetivo que busco y ampliar mi conocimiento para darle mayor utilidad a los resultados de mi trabajo de fin de grado. Desde el principio ha sido una opción a tener en cuenta para el proyecto, junto a otras similares, incluso me planteé la opción de ampliar un antiguo trabajo fin de grado en el que se trabajaba únicamente en Zaragoza un tema más relacionado con el entrenamiento personal, pero finalmente me decidí a trabajar un tema con mayor amplitud tanto territorial como contenido.

Otro motivo de mi elección del trabajo ha sido que he estado haciendo las prácticas en un centro de Fitness en Zaragoza, en el cual he aprendido y disfrutado mucho de este ámbito a lo largo de todo el periodo de prácticas, por ello y debido al gran abanico de actividades que se ofertan en estos centros me pareció un tema esencial conocer los requerimientos que exigen estos para entrar a trabajar en estos centros y el valor que tiene nuestro grado en este ámbito a la hora de un futuro laboral.

También el hecho de que sea un campo en el que hasta hoy en día hay muy poca regulación e intrusismo, y en el que el profesional de la actividad física y del deporte tiene mucho que aportar y hacer, ha sido motivo para querer analizar la situación actual de este sector en nuestra comunidad autónoma y poder sacar conclusiones respecto a un posible futuro laboral.

Por último añadir que la falta de estudios que revisen el estado en cuestión de esta posible salida profesional de un graduado/licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte y observando el aumento de personas que se quieren dedicar a aspectos similares y viendo la gran demanda que tienen estos centros, ha sido también junto a todo lo mencionado anteriormente, el motivo de haber sido mi objeto de estudio en este trabajo.

## 2. INTRODUCCIÓN

El aumento de la preocupación por el aspecto físico y la salud en las últimas décadas, unido al interés natural de las personas por el movimiento del cuerpo, ha disparado la demanda de servicios deportivos (Ortiz, 2014).

Siguiendo con Fransi (2003), la idea de establecer nuevas empresas para la práctica del deporte reposa sobre la oportunidad económica que se presenta como respuesta de una demanda cada vez más creciente. Esta demanda, sin duda, influenciada por la evolución de la forma de vivir, del culto al cuerpo y de un creciente ocio. Es por ello que los gimnasios abarcan un gran espacio temporal a lo largo del día de la semana y de los años e igualmente espacial (Ortiz, 2014).

Asimismo, para Fransi (2003), la presencia en estos centros de instalaciones para la relajación y el bienestar por una parte y por otra servicios para el cuidado de la imagen (rayos uva o tiendas de cosméticos) no es fruto del azar (Ortiz, 2014). Es producto de la estrategia de diversificación de la oferta, comentada en líneas anteriores, con vistas a concentrar en un mismo espacio el máximo de servicios. Además, existen en el mercado marcas comerciales que ya son reconocidas por los usuarios y que se plantean el negocio en forma de franquicias, tal y como indica Santos (2009), que afirma asimismo que el creciente interés por la salud hace que abrir un gimnasio sea una opción acertada, pues cerca de tres millones de personas en España acuden regularmente a clubs deportivos y gimnasios.

El sector privado de los centros deportivos suele tener un carácter cíclico, pues está directamente relacionado con el contexto económico y la evolución del consumo de los hogares. En España se estima un total de 4700 gimnasios. Así, en las últimas décadas y a nivel mundial se observa un cambio en la concepción de los gimnasios o instalaciones deportivas, debido principalmente a la aparición de nuevos modelos en los equipamientos derivados de la diversificación y desinstitucionalización, así como en la ampliación de los motivos para la práctica deportiva.

Este crecimiento hace que el estudio de las instalaciones deportivas sea cada vez más valorado en la sociedad del siglo XXI, al objeto de atender a las expectativas,

necesidades, anhelos y deseos de los diferentes segmentos de clientes que se pueden realizar atendiendo a diversas variables socioeconómicas.

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

Por estos motivos, este ámbito tiene un gran futuro profesional para los graduados en Ciencias de la Actividad Física y Deporte, aunque aquí nos encontramos con el intrusismo laboral.

El intrusismo laboral es “ejercer actos propios de una profesión sin poseer el correspondiente título académico expedido o reconocido en España de acuerdo a la legislación vigente” (Serano, 1997), una lacra muy generalizada entre las distintas profesiones y de forma muy especial entre titulaciones recientes como es el caso de las deportivas y más concretamente en el Fitness, por una parte por su reciente impacto en la población, la falta de profesionales cualificados y sobre todo de la falta de regulación legal de esta profesión y reconocimiento de la competencia profesional requerida y de los perjuicios derivados de una mala praxis (Martín, 2012).

Esta situación de desamparo profesional provoca una campaña de reacción por parte del Colegio oficial de Licenciados en Educación Física y en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte en España (COLEF) llamada “por tu salud y seguridad” con la que se pretende mentalizar a los usuarios sobre el peligro de realizar actividades deportivas sin la correcta orientación sin una regulación profesional pertinente en este ámbito ya que un ejercicio incorrecto repetido continuamente pone en juego la salud, siendo más peligroso aún que el sedentarismo (Martín, 2012).

A pesar de todo lo dicho, las actividades deportivas continúan mostrando un gran auge, pero se aprecia un desplazamiento de la práctica de las mismas hacia espacios al aire libre o a instalaciones públicas generalmente de inferior precio. La apertura de

gimnasios de bajo coste repercute también en generar una mayor presión a la baja sobre los precios (Ortiz, 2014).

Por lo tanto, se prevé que seguirá ganando importancia la actividad deportiva en espacios públicos, mientras que la cada vez mayor competencia entre los centros privados reducirá los ingresos medios por socio y ello tendrá un efecto negativo sobre los márgenes de los gimnasios que sobrevivan. Así, en los próximos años la tendencia parece ser de concentración de la oferta, previéndose nuevos cierres de gimnasios independientes, mientras que, en cambio, algunas de las principales cadenas, concretamente las de bajo coste, continuarán ampliando su red (Ortiz, 2014).

## **3. MARCO TEORÍCO**

### **3.1 ORÍGENES DE LA CORRIENTE DEL FITNESS.**

En California durante los años 30 surge un fenómeno social en el que tanto hombres como mujeres se reunían para realizar acrobacias y construcciones con una finalidad recreativa. Poco más tarde, dichos grupos con el objetivo de ganar fuerza necesaria para las acrobacias comenzaron a levantar pesos (García, 2011).

Del mismo modo a mediados de los años 30 en el sur de Santa Mónica (Los Ángeles) surge el Muscle Beach como táctica del gobierno para tratar de recuperarse de la depresión económica de 1929 (Rhodes, 2005). Muscle Beach fue la primera instalación próxima al fitness actual. Más tarde, en 1958 este centro se trasladó a Venice Beach.

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

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

Según Reverter y Barbany (2007), en la década de los 90, los gimnasios tienen una expansión sin precedentes, y debido al alto número empieza a surgir la competitividad



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

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

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

Así, el fitness es enfocado como una herramienta para reaccionar a un problema generalizado en todo el panorama nacional, reforzando los Estados Unidos gracias a una mejora de la salud de todos los norteamericanos (Zimmerman, 1977).

Comienzan a aparecer diferentes sectores privados que ven una ocasión de negocio en la corriente del fitness, surgiendo así los primeros equipamientos (cintas de correr, bicicleta estática o máquinas de musculación) y los primeros clubs de fitness como

Gold's Gym (1965) que más adelante sería un centro puntero en el ámbito del fitness (Jones, 1996).

En el continente europeo, tuvo un desarrollo diferente y tardío respecto al de EE.UU. A principios del siglo XIX se desarrolló la gimnasia moderna, surgiendo los primeros gimnasios y las primeras escuelas de gimnasia dándole un valor educativo a la actividad física (García, 2011).

Francisco Amorós plantea un nuevo sistema de gimnasia muy popularizado e influyente en Francia y en España basado en la utilización de música en los ejercicios gimnásticos produciendo un efecto motivador (Fernández, 2007). Esta corriente hace que se inauguren los primeros gimnasios en París.

En 1865 se abre el primer gimnasio con una estructura parecida a la que poseen los centros de fitness hoy en día, el Grand Gymnase de París. Aunque Europa está en pleno esplendor en relación a la gimnasia, España se mantiene todavía al margen por motivos políticos (Zambrana, 2005).

Los años 1850 y 1870 forman la franja en la cual surgen la mayor parte de los establecimientos de la época en distintos puntos de España (Macías, 1999). Así, algunos de los centros que destacan en esa época a nivel nacional en España son el Gimnasio Central de Guadalajara, El Real Gimnasio del conde Villalobos o el ilustre gimnasio de Segovia (Fernández, 2007). Durante este tiempo el sistema deportivo y el de la gimnasia fueron evolucionando paralelamente siguiendo los grandes cambios que experimentaba la sociedad europea hasta los años 90, momento en el que llegan las corrientes americanas que fueron aceptadas con mucho éxito (García, 2011).

Así, las opciones de realizar ejercicio y tener una vida activa aumentan, pero también aumentan los nuevos estilos de vida más sedentarios característicos de las sociedades del bienestar llevando a España a tener porcentajes de obesidad preocupantes (Dasil, 2002). Surgen por ello distintos planes de promoción de actividad física con el objetivo de prevenir y reducir la obesidad en Europa tal y como sucedió en Estados Unidos, abriendo así una puerta al éxito del fitness en Europa (García, 2011).

A finales del siglo XX y principios del XXI, para dar respuesta a las necesidades de la sociedad inmersa ya en lo que se puede denominar cultura del individualismo, surge la llamada industria del fitness & wellness, que son espacios dedicados no solo a la actividad física, sino también a la salud. Estos establecimientos disponen de una zona spa, amplios horarios de apertura y otros productos (venta de bienes y/o servicios) complementarios (Ortiz, 2012).

Los nuevos centros parten del principio de que el ser humano cuida su cuerpo y también desea cultivarse espiritualmente, lo que le convierte en una criatura exigente que debe atender a todas sus dimensiones físicas y mentales, visibles y no visibles, exteriores e interiores. El cuidado del equilibrio psicofísico es la principal emoción que empuja al cliente actual a consumir un cierto producto (bien y/o servicio) (Ortiz, 2012).

### **3.2 SECTOR DEL FITNESS EN ESPAÑA.**

La situación de la industria del fitness en España ha sido escasamente estudiada, siendo la mayoría de los estudios en este ámbito estudios de mercado (Lagrosen y Lagrosen, 2007).

Se puede señalar el informe de valoración de los servicios realizado por Consumer Eroski (2004, 2006, 2011) examinando desde el punto de vista del consumidor 130 centros de 18 capitales españolas en 2004, 200 centros en 2006 y 125 en 2011. En el cual se revelaron los siguientes resultados:

1. En 2006 los gimnasios españoles obtenían un promedio de valoración “aceptable”, el 14% de los centros no lograron superar la prueba y el 29% obtuvieron una valoración de muy buena o excelente.
2. La atención al usuario y el asesoramiento técnico resultaron los aspectos peor valorados.
3. El 14% de los centros no realizaban exámenes previos con el fin de detectar el estado de forma física de los clientes de nuevo ingreso. En 7 de cada 10 centros los profesionales tenían una titulación adecuada para realizar sus labores.
4. En 2006, el 40% de los centros tenían facilitado todo el acceso a personas con movilidad reducida.

5. En 2011, tras analizar 125 gimnasios españoles, solo 2 de cada 10 gimnasios visitados realizaban un examen médico a los clientes de nuevo ingreso.

Son muchas las instalaciones deportivas en nuestro país que, a pesar de contar con grandes y excelentes espacios de actividad, no pueden ser consideradas globalmente como buenas instalaciones. Ello es debido a que, en muchos casos, se descuidan los espacios auxiliares, por ser zonas que no están a la vista o cuyo uso está considerado como independiente de la práctica deportiva y, por tanto, merecedor de menos atenciones (Ortiz, 2012).

Podemos acudir a la IHRSA, Asociación Internacional de la Salud, Raqueta y Clubes Deportivos, que es una asociación comercial sin ánimo de lucro que representa a los centros de salud y fitness, gimnasios, spas, clubes deportivos y proveedores de todo el mundo que publica anualmente un informe sobre la situación de los centros de fitness en los países desarrollados basándose en 4 factores: volumen de ingresos del sector del fitness, cantidad de sujetos inscritos en esos centros, el porcentaje de sujetos inscritos sobre el resto de la población total del país correspondiente. Podemos decir que España se encuentra en la clasificación que esta asociación publica cada año por países como sexta industria del fitness mundial en cuanto a ingresos generados, y el décimo puesto en cuanto a número de centros en funcionamiento, este último en 2006 era el séptimo puesto de la clasificación (IHRSA, 2013).

En los años 60 y 70, predominó el entrenamiento con peso libre, los años 80 se caracterizaron por las actividades aeróbicas y los años 90 fueron protagonizados por los equipamientos (cintas de carrera, stair climbers, máquinas de musculación, etc.) Durante los 90 también surge una gran variedad de formas de realizar ejercicio debido a la necesidad de los clubes de motivar a sus clientes (García, 2011).

En los últimos años ha aumentado el número de clientes adscritos a los centros españoles, casi triplicando la cifra de 2006 obteniendo un total de 6.400.000 socios colocando a España en el quinto lugar a nivel mundial y cuarto puesto a nivel continental (IHRSA, 2013).

A nivel europeo España actualmente es la tercera potencia del fitness en cuanto a ingresos producidos habiendo subido un puesto desde 2006. Por la parte de centros operativos, se encuentra en la cuarta posición continental (IHRSA, 2013, 2006).

España tiene características particulares respecto al tipo de instalaciones y equipamientos utilizados, a las actividades y servicios ofertados y a las características de los profesionales que trabajan en este sector (IHRSA, 2007).

Por otra parte, el aumento de la sensibilidad al precio de la demanda ha favorecido la consolidación de lo que ha venido a llamarse cadenas de gimnasios de bajo coste. A finales del 2011 operaban 4.300 en España y las cinco primeras empresas concentraban ya algo más del 21% del mercado. El número de gimnasios en funcionamiento en noviembre del 2012 era de 4.100, habiéndose reducido en cerca de un 5% con respecto al cierre del año anterior. No obstante, la apertura de centros por parte de las principales cadenas compensó parcialmente la clausura de establecimientos independientes.

### **3.3 TITULACIONES OFICIALES Y NO OFICIALES RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE EN ESPAÑA.**

En la siguiente tabla se muestran las titulaciones oficiales relacionadas con la actividad física y el deporte en nuestro país.

<b>TITULACIONES OFICIALES DE ACTIVIDAD FÍSICA Y DEPORTE</b>
<b>Enseñanzas universitarias</b>
-Licenciado / Graduado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte -Maestro especialista en educación física o graduado en educación primaria con mención en educación física
<b>Enseñanzas de formación profesional</b>
-Técnico superior en animación de actividades física y deportivas -Técnico en conducción de actividades físico-deportivas en el medio natural
<b>Enseñanzas deportivas de régimen especial</b>
-Técnico deportivo superior (de cada deporte) -Técnico deportivo (de cada deporte)

Tabla 1. Titulaciones oficiales de Actividad Física y Deporte. Fuente: Campos (2013)

En las funciones laborales de la actividad física y del deporte existe un amplio porcentaje que no posee ninguna de las titulaciones expuesta anteriormente (Campos, 2012).

Además, a estas personas sin titulación hay que añadir que muchas de las que tienen alguna de las diferentes titulaciones realizan funciones para las que su formación en la titulación no les capacita ni cualifica. Todo esto hace que no exista ninguna coherencia entre la titulación y la función laboral que desarrolla, dando lugar a que todas las formaciones sirven para todo. Se produce entonces, un acoplamiento profesional entre diferentes formaciones, y, consecuentemente, una falta de lógica y coherencia tanto en este mercado laboral y profesional como en el sistema oficial de formaciones en relación con las titulaciones de actividad física y de deporte (Campos, 2012).

<b>TITULACIONES NO OFICIALES</b>
<b>Denominaciones de:</b> Gestor deportivo, monitor deportivo, entrenador personalizado, monitor de Educación física, monitor de aeróbic, monitor de mantenimiento físico... <b>Impartidos y/o expedidos por:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Administración Pública:</b> INEM, Ayuntamientos, Universidades...</li> <li>• <b>Asociaciones sin ánimo de lucro:</b> federaciones, asociaciones deportivas, asociaciones de vecinos...</li> <li>• <b>Sociedades o entidades privadas:</b> academias, empresas...</li> </ul>

Tabla 2. Titulaciones no oficiales de Actividad Física y Deporte. Fuente: Campos (2006).

Resumiendo lo anterior, podemos decir que la historia de las actividades de fitness es relativamente reciente, y que han ido evolucionando de forma muy rápida en un breve período de tiempo. Como hemos visto, nuestro país tiene el quinto lugar a nivel mundial en cuanto a número de clientes en centros de fitness (IHRSA, 2013), lo que evidencia el gran peso que ésta industria ha adquirido. También somos conscientes de que la situación de la industria del fitness en España ha sido escasamente estudiada (Lagrosen y Lagrosen, 2007), y a pesar de que en ella encuentran trabajo profesionales con muy distintos niveles de cualificación profesional, debido a la escasa regulación y al intrusismo laboral hoy en día es un sector en el que encuentran trabajo muchos licenciados y graduados en Ciencias de la actividad física y del deporte. Es por todo ello por lo que vemos interesante describir éste ámbito profesional; se ha convertido en una industria con una rápida evolución, donde es necesario analizar la situación actual para poder evolucionar y mejorar en un futuro no muy lejano. En concreto he seleccionado analizar los centros fitness y los servicios de deporte municipal y comarcal en la

comunidad de Aragón, ya que es fácil que acabe desarrollando mi vida laboral aquí.

## **4. OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

Realizar una estimación del número de servicios deportivos relacionados con el sector del Fitness en la comunidad de Aragón y describir algunas de sus características en cuanto a instalaciones, servicios y personal que trabaja en este ámbito.

Describir algunas de las características en cuanto a instalaciones, servicios y personal en los servicios de Deportes municipales y comarcales de nuestra comunidad.

Profundizar en los criterios y requerimientos de las contrataciones, además de los cursos y aspectos más valorados para estas, obteniendo una imagen de la situación actual de los centros fitness y servicios de Deportes municipales y comarcales en la comunidad de Aragón.

Comparar los diferentes servicios deportivos relacionados con el sector del fitness, diferenciándolos según su tipología o su localización.

Conocer la importancia que dan estos centros y servicios a la franquicia Les Mills a la hora de impartir sus actividades dirigidas.

## **5. DISEÑO DEL ESTUDIO**

Ha sido muy difícil obtener una lista de los centros fitness pertenecientes a la comunidad de Aragón que ofertan actividades de fitness. Dicho ámbito está muy descontrolado, y no existe hasta la fecha ninguna institución que reúna todas las empresas dedicadas a éste ámbito de la salud tanto a nivel nacional como regional.

Sin embargo, para localizar los distintos servicios de deporte municipal y comarcal, no he tenido ningún problema para conseguir un listado completo, ya que todos estos se encontraban en la página web del gobierno de Aragón. Así se muestran a continuación cada uno de los pasos realizados para poder llevar a cabo este trabajo.

## 6. MATERIALES Y MÉTODOS

### 6.1. CUESTIONARIO A CENTROS DE FITNESS.

#### 6.1.1. MUESTRA.

En la primera fase, la población a estudiar está compuesta por todos los centros del ámbito del fitness que se encuentran en la comunidad de Aragón. El procedimiento para averiguar las dimensiones de dicha población ha sido largo y complicado, ya que ninguna institución tenía reflejado el listado censado de los centros de Fitness y gimnasios que están disponibles en Aragón. En un primer momento se acudió a internet para obtener por algún lado información acerca de dicha importante e imprescindible lista. Por internet no se reflejaba nada acerca de dicho registro, la escasa información que se localizó fue el censo de instalaciones deportivas del Consejo Superior de Deportes, pero este además de publicarse en el año 2005, el enfoque de este estudio está centrado en el ámbito deportivo, así los únicos datos que podían parecerse eran los referentes a lo que en el estudio se refiere a “Sala” y definen como “Espacios deportivos donde se desarrollan actividades en recinto cerrado que no tienen los requerimientos dimensionales de las pistas”. El mismo censo de instalaciones deportivas pero del año 2010 solo estaba presente en 3 comunidades autónomas. También existe otro documento de datos básicos de Aragón, del Instituto Aragonés de Estadística en el cual tampoco aparece nada específico de gimnasios o centros de fitness.

Añadir que existe una figura, la FNEID (Federación nacional de empresarios de instalaciones deportivas), que es una organización sin ánimo de lucro que agrupa y representa a los empresarios privados del sector de instalaciones deportivas de España que no incluye ninguna asociación de empresas de instalaciones deportivas en Aragón.

Mencionar que el mismo problema lo han tenido en un estudio de Valencia (Campos, 2012). Donde destacan que los puestos de trabajo referidos al mercado de trabajo de la actividad física y del deporte no se recogen estadísticamente de forma específica y por ello es difícil conocer exactamente su cuantificación, y han de deducirse de diversos cálculos, encuestas y estadísticas.

Tras la imposibilidad de conseguir este imprescindible listado, acudimos a la tesis doctoral de Sonia García Merino (2011) en la cual tuvieron que hacer un procedimiento



similar con centros de fitness privados en Madrid, por ello se consultó su metodología en la cual tuvieron exactamente los mismos problemas; así por todo esto solucionamos el problema de un modo similar que lo solventó Sonia García en su tesis. De este modo, procedimos a elaborar una base de datos a través de la búsqueda por internet mediante los mismos buscadores utilizados en dicha tesis doctoral junto con otros más aportados a los ya usados en la tesis haciendo una búsqueda más completa todavía tratando de recoger la totalidad o casi la totalidad de centros de la ciudad de Zaragoza. Completando así, una base de datos con 513 centros en la provincia de Zaragoza, 176 y en la provincia de Huesca y 59 en la provincia de Teruel, muchos de ellos coincidentes.

Tras esta amplia base de datos procedimos a eliminar posibles coincidencias de centros y centros con cambio de nombre a la vez que concretábamos dirección, código postal y número de teléfono del centro obteniendo así un universo de 183 centros en la provincia de Zaragoza, 75 en la provincia de Huesca y 29 en la provincia de Teruel. El siguiente paso fue comprobar a través de la página web del centro si realmente existían y en caso de no tener página web se procedió a llamar por teléfono. Tras este filtrado, se obtuvo una nueva base de datos compuesta por 151 centros en la provincia de Zaragoza, 64 en la provincia de Huesca y 17 en la provincia de Teruel. A esta base se aplicó otro filtrado eliminando los centros que no disponían de una sala de fitness o musculación, y una sala de actividades dirigidas con más de dos actividades diferentes. Finalmente el estudio se quedó en 57 centros en la provincia de Zaragoza, 20 en la provincia de Huesca y 8 en la provincia de Teruel. La principal característica por la que se desestimaron los centros fue por falta de sala de actividades dirigidas, falta de sala de fitness, centro dedicado a Pilates principalmente, centro dedicado a las artes marciales o deportes de combate.

Nuestra intención era analizar a la totalidad de la muestra, así se procedió a enviar el correo a todos los centros que teníamos su correo gracias a sus páginas webs, y los centros que no conseguí su correo porque no aparecían en su página web o eran franquicias, se procedió a llamar y a acercarse a los centros para explicarles el proyecto y pedirles su correo electrónico para enviarle toda la información respecto al estudio y el enlace a los cuestionarios correspondientes en caso de querer participar.

Una vez conseguido todos los correos electrónicos se procedió a mandar la información del estudio y los enlaces a los cuestionarios correspondientes a cada uno de los centros finales que recibieron nuestra propuesta vía correo electrónico.

### **6.1.2 INSTRUMENTO**

El cuestionario podemos descomponerlo en cuatro apartados claramente diferenciados. Información general, servicios ofrecidos, profesionales que trabajan en la instalación y equipamientos e instalaciones. Obteniendo así una visión amplia y específica de cada uno de los centros que iban a participar en el estudio (Cuestionario adjunto en Anexo 8). La elaboración del cuestionario para los centros se basó en el cuestionario utilizado por Sonia García Merino en su tesis doctoral (2011). Seleccionando así, preguntas interesantes de dicho estudio, modificando otras y además añadiendo algunas que consideramos de nuestro interés y que no figuraban en dicho cuestionario. Así, se obtuvo información referente a las variables que se muestran en el ANEXO 1.

### **6.1.3 PROCESO DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN.**

Para la aplicación de este cuestionario, se utilizó la herramienta “Google Drive”. Como hemos comentado anteriormente el universo de estudio era realmente grande y como el objetivo era intentar llegar al total de centros presentes encontrados en Aragón, el procedimiento más ágil y viable para llegar a cada centro era mandar un enlace online a través del correo electrónico junto con la información a los 85 centros. Sin duda pese a tener sus inconvenientes como otras formas de hacer llegar el cuestionario al centro, era la única forma de hacerle llegar hasta su propia casa el cuestionario, ya que por cualquier otro procedimiento presencial hubiera sido imposible coincidir con las personas adecuadas en cada uno de los centros iniciales a la primera, no solo coincidir sino que tuviesen en ese momento un tiempo disponible y lo quisiesen utilizar con nosotros. Así, se elaboró el cuestionario de manera que obtuvimos una herramienta conectada a internet con la que recoger los datos de manera rápida y precisa. Agilizando este proceso y favoreciendo en la medida de lo posible que los centros participantes en esta fase, estuviesen por la labor de colaborar. Este correo se mandó a la dirección obtenida de cada uno de los centros. A los 10 días se envió otro correo electrónico recordando la posible participación en el estudio.

Se dio un mes de tiempo para que contestasen los centros de lo que obtuvimos finalmente **colaboración de 15 centros que respondieron a nuestros cuestionarios**. En Anexos 4 se adjuntan los documentos enviados a los centros por correo electrónico.

## **6.2. CUESTIONARIO A SERVICIOS DE DEPORTES MUNICIAPLES Y COMARCALES**

### **6.2.1 MUESTRA.**

En esta segunda fase, la población a estudiar está compuesta por todos los servicios de deporte municipal y comarcal de Aragón. El procedimiento para conseguir estos datos, no ha resultado difícil ya que en la página web del gobierno de Aragón, se encontraba un listado con los datos de todos ellos.

De este modo, procedimos a elaborar una base de datos formada por 36 servicios comarcales y 44 servicios municipales.

Una vez conseguido todos los correos electrónicos se procedió a mandar la información del estudio y los enlaces a los cuestionaros correspondientes a cada uno de los **80 servicios que recibieron nuestra propuesta** vía correo electrónico.

### **6.2.2 INSTRUMENTO**

El cuestionario utilizado fue el mismo que se envió a los centros fitness, excluyendo los ítems de antigüedad y superficie por que se consideró que podrían tener dificultades para responder con exactitud.

### **6.2.3 PROCESO DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN.**

De nuevo, para la aplicación de este cuestionario, se utilizó la herramienta “Google Drive”, y se utilizó el mismo procedimiento que en los centros fitness.

Se dio un mes de tiempo para que contestasen los servicios de deporte de los que obtuvimos finalmente **colaboración de 21 servicios de deportes que respondieron a nuestros cuestionarios**. En Anexos 4 se adjuntan los documentos enviados a los centros por correo electrónico.

## **7. ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

Para el análisis estadístico se ha realizado un análisis descriptivo a través de la herramienta de Microsoft Office Excel. Calculando así, los valores de media, desviación típica, máximo, mínimo y porcentajes, según la naturaleza de los datos.

También se ha utilizado el programa estadístico SPSS versión 22.0 para la realización de las siguientes pruebas estadísticas tratando de obtener posibles interferencias entre variables:

- U de Mann-Withney, con el objetivo de establecer diferencias entre medias.

## **8. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **8.1 BASE DE CENTROS DE FITNESS DE ARAGÓN.**

Los primeros resultados de nuestro estudio han sido imprescindibles para poder obtener todo el resto de resultados que analizaremos a continuación, pues como hemos comentado hasta el día de hoy no existe ninguna lista en la que se encuentren los gimnasios y centros de fitness pertenecientes a la comunidad de Aragón. Por ello como resultado del primer paso, en el que el objetivo era obtener el listado de centros de fitness aragoneses, se ha elaborado una base de datos con casi la totalidad de centros que se encuentran en la comunidad de Aragón con datos de información básica de dirección, código postal y número de teléfono recogiendo así una lista en la que se encuentran 85 centros en los que hay al menos una sala de fitness y una sala de actividades dirigidas donde imparten dos o más actividades dirigidas, 15 de los cuales forman nuestra muestra de estudio. El procedimiento no nos puede garantizar que sea la totalidad de centros con estos requisitos en Aragón, pero si es cierto que en los últimos buscadores como veíamos anteriormente, coincidían la totalidad de los resultados, además el GPS de “Google MAPS” tiene registrado en cada calle las instalaciones que se encuentran, y no nos reflejó ningún centro más, se puede decir entonces que esta lista, inexistente hasta ahora, representa la totalidad o la mayoría de los centros con

estas características en Aragón. Esta base de datos se adjunta al final del presente trabajo en el apartado de Anexo 2.

## **8.2. BASE DE SERVICIOS DE DEPORTES MUNICIPALES Y COMARCALES DE ARAGÓN.**

Resultado del primer paso, en el que el objetivo era obtener el listado de los servicios de deporte municipales y comarcales aragoneses, se ha elaborado una base de datos con la totalidad de estos servicios que se encuentran en la comunidad de Aragón con datos de información básica de dirección, código postal y número de teléfono recogiendo así una lista en la que se encuentran 80 servicios registrados en la página web del gobierno de Aragón, de los cuáles 21 han participado en el estudio. Esta base de datos se adjunta al final del presente trabajo en el apartado de Anexos 3.

## **8.3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE EL TOTAL DE LA MUESTRA DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS ANALIZADOS**

En la siguiente tabla podemos observar las características generales de los servicios deportivos de la comunidad de Aragón que tienen relación con el fitness

<b>SERVICIOS DEPORTIVOS (Centros fitness y servicios privados)</b>					
	<b>N</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>
<b>Antigüedad</b>	13	1,0	30,0	13,846	9,6250
<b>Superficie</b>	12	110	35432	3820,17	9995,929
<b>Clientes</b>	32	150	10000	1842,19	2279,024
<b>Trabajadores</b>	33	2	72	15,03	17,135
<b>Instructores</b>	33	0	41	8,03	8,091
<b>Cuota</b>	33	<20€	>60€	20-30€	

A continuación se mostrarán dos tablas donde aparecerán los perfiles personales y competencias más requeridas por los contratadores de estos servicios.

Los perfiles personales más requeridos son los siguientes:

PERFILES PERSONALES			
Agradable	Profesional	Buen trato al cliente	Apasionado por su trabajo
Extrovertido	Divertido	Sociable	Lleno de ideas
Empáticos	Responsable	Organizado	Innovador
Motivado por su trabajo	Proactivo	Ilusionado con su trabajo	

Podemos observar que muchos de estos perfiles tienen relación con el trato con personal, ya que esta profesión exige un constante contacto con estos, lo que provoca el requerimiento de estos perfiles primordialmente.

En el siguiente aspecto, que son las competencias exigidas por los contratadores y nos encontramos con el mismo caso que los perfiles personales, donde prácticamente todos los contratadores comparten los mismos requerimientos en cuanto a competencias.

En la siguiente tabla común podemos ver las competencias mejor valoradas y más requeridas por los servicios deportivos que han participado en nuestro estudio.

COMPETENCIAS			
Formación específica y oficial	Experiencia	Trabajo en equipo	Polivalencia
Don de gentes	Saber motivar	Saber transmitir conocimientos	Capacidad de aprender
Iniciativa propia	Dominio total de la actividad que desarrolla	Con iniciativa	Liderazgo

## 8.4. COMPARACIÓN DE LOS CENTROS DE FITNESS Y LOS SERVICIOS DE DEPORTE MUNICIPALES Y COMARCALES DE LA COMUNIDAD DE ARAGÓN.

### 8.4.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES.

Comenzaremos realizando una comparación entre ítems sobre las características de estos centros y servicios, estudiando la antigüedad, la superficie, el nº de clientes, el número de trabajadores y de estos, cuales son instructores de alguna actividad.

C. Privados o gestión pública			Servicios públicos	
		$\bar{X}(SD)$	$\bar{X}(SD)$	P
1	Antigüedad	13,85 (9,63)		
2	Superficie	3820,17 (9995,93)		
3	Clientes	1139,17 (1202,97)	2264 (2617,53)	0,195
4	Trabajadores	15,46 (21,3)	14,75 (14,41)	0,501
5	Instructores	7,62 (10,24)	8,30 (6,62)	0,434
6	Cuota	30-40€	<20€	<b>0,000</b>

Observamos que la antigüedad y la superficie únicamente están reflejadas en los centros fitness, debido a que a los servicios públicos no decidí preguntar ya que en estos casos estas preguntas podrían ser difíciles de contestar con exactitud.

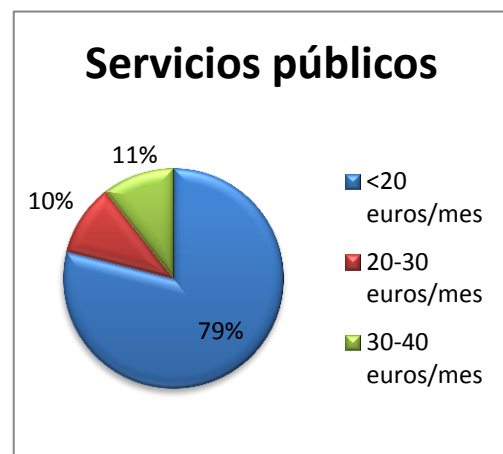
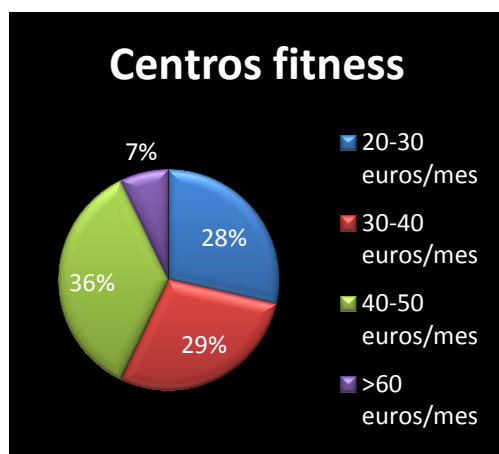
La media de la antigüedad de los centros fitness en Aragón es de unos 14 años con una desviación estándar de 9 años y de media como superficie tienen 3820,17 m<sup>2</sup> con una desviación estándar de 9995,93m<sup>2</sup>.

Ya comparando los centros según su tipología, observamos que los centros fitness tienen una media de clientes de 1139 por 2264 en los servicios públicos. Esto puede deberse a que en estos tiempo de crisis económica la gente se preocupa por el gasto, donde los servicios públicos conllevan menor coste apuntarse, y a la evolución que han sufrido estos servicios en los últimos años donde la diversidad de actividades a aumentado, lo que está provocando un aumento de la demanda en estos.

Por otro lado tenemos el número de trabajadores y de estos, cuáles son instructores de alguna actividad, donde vemos que no existen prácticamente ninguna diferencia significativa, siendo la media de trabajadores en los centros fitness de 15,46 y en los servicios públicos de 14,75, donde de estos son instructores 7,62 en el primero y 8,3 en el segundo.

Estas escasas diferencias han podido surgir debido a la similitud que en estos últimos años se están dando en estos dos tipos de servicios deportivos y al aumento de demanda de los servicios públicos lo que ha provocado que aumente el número de trabajadores para estos.

Por último, la cuota es superior en los centros fitness, donde la media se encuentra entre 30-40€ mientras que los servicios públicos su media está en cuotas de <20€, viendo una de las razones que anteriormente había propuesto, que había producido un aumento de la demanda en los servicios públicos. En los siguientes gráficos se puede observar la gran diferenciación de precios que hay, lo que ha provocado con los servicios públicos estén más demandados, aunque en estos últimos años están surgiendo los gimnasios low cost adaptándose a los requerimientos del mercado actual.



Podemos observar como en los centros fitness el mayor porcentaje lo ocupan los centros que tienen una cuota entre 40-50€ con un 36%, que en comparación con los servicios públicos observamos ninguno se encuentra en esta cuota.



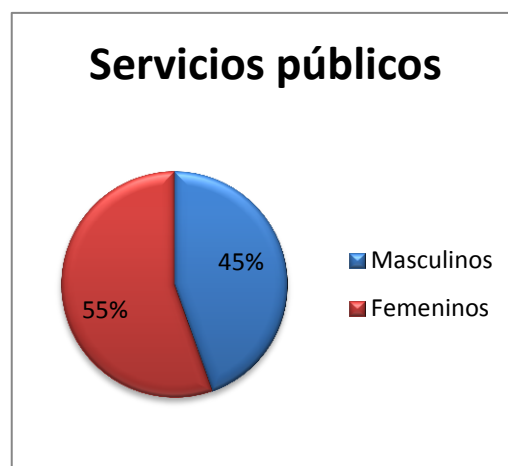
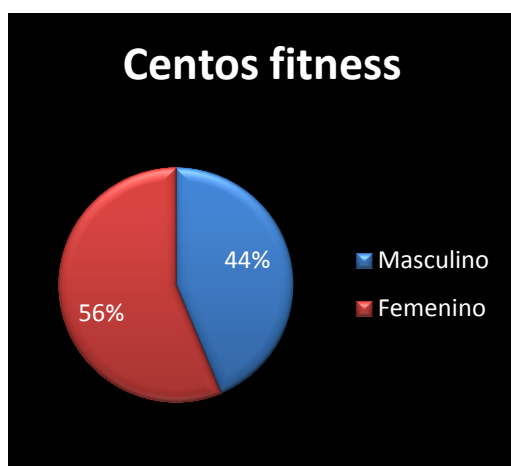
Seguidamente, como segundo porcentaje mayor están los centros fitness entre 30-40€, al igual que los servicios públicos que es su segundo mayor porcentaje, pero únicamente con un 11%.

Muy parecido están los centros fitness que copan un 28%, con una cuota entre 20-30€ , donde los servicios público su porcentaje será de un 10% en esta cuota.

Por último observamos que el porcentaje mayor de los servicios públicos, con un 79%, se sitúan en una cuota <20€, por ningún centro fitness que se encuentre en esta cuota, y encontrándose un 6% de ellos en una cuota >60€.

Según la significación de estas comparaciones, hemos podido comprobar que estadísticamente estas diferencias no son significativas, exceptuando en el apartado de las cuotas.

En cuanto a la distribución porcentual de los clientes atendiendo al género nos encontramos con resultados que podemos observar en el siguiente gráfico:



Podemos observar que los porcentajes son similares en los dos tipos de servicios deportivos, donde en los centros fitness la clientela que nos encontramos son un 56% mujeres y un 44% masculino, y por otro lado, en los servicios públicos nos encontramos con un 55% femenino y un 45% masculino.

Según las últimas publicaciones del anuario de estadísticas deportivas del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2013), en 2010 el 10,8% del total de la población española eran hombres afiliados a un gimnasio o similar, mientras que el porcentaje

correspondiente a las mujeres era de 8,7%. Comparando así en nuestro estudio con los resultados anteriores, destaca un creciente ingreso de mujeres en los dos tipos de servicios deportivos igualando e incluso superando el número de hombres, siendo similar entre estos dos tipos de servicios.

Así uno de los crecientes de interés en el mundo del fitness podemos decir que ha surgido en las mujeres. Quizá podría ser interesante para estudios sucesivos ver si hay diferencias en cuanto a preferencias de actividades por parte de un sexo y de otro para atender a los gustos, intereses y necesidades de ambos, puesto que éste ámbito ha ido evolucionando.

En la segunda parte del estudio me he centrado en el tema de las contrataciones, buscando básicamente que características buscan los contratadores tanto personales, formaciones académicas, formaciones no regladas, etc. de los futuros profesionales que pueden trabajar en algún tipo de servicio deportivo de los centros que han participado en el estudio.

Con referencia a los criterios utilizados para la contratación y/o una posible promoción dentro de la empresa, los contratantes del sector el fitness identifican 4 factores críticos o claves para las distintas ocupaciones, independientemente del puesto a cubrir (Gavín, 2007):

- Las competencias y habilidades específicas para el desempeño del puesto
- La certificación o titulación que posee
- La personalidad del trabajador.
- Los años de experiencia en el sector.

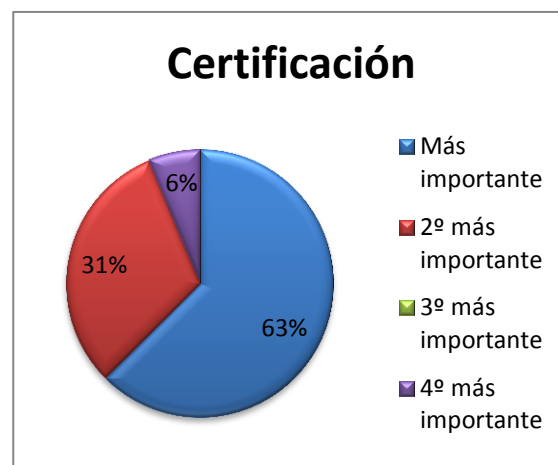
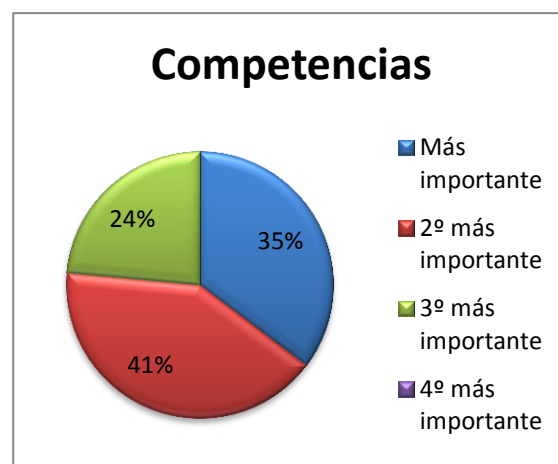
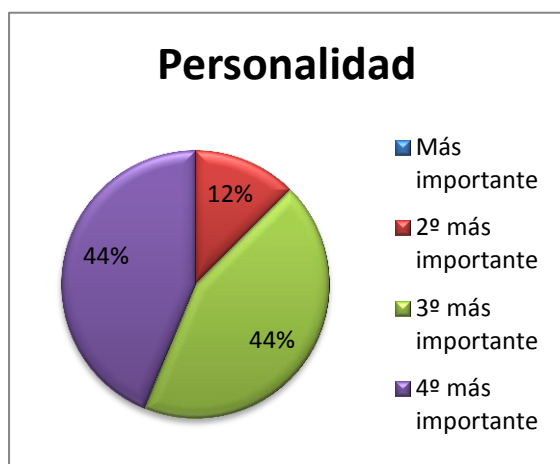
Haciendo caso a las cualidades más valoradas según los criterios a la hora de contratar a un empleado por los gerentes/coordinadores de los centros fitness participantes de la comunidad de Aragón, éstos han ordenado por orden de preferencia de cualidades aportando una puntuación del 1 a 4 en orden de mayor (1) a menor importancia (4) a la hora de contratar a un empleado. Para mostrar la proporción de importancia se ha catalogado el orden de 1=Más importante, 2=2º más importante, 3=3º más importante y 4=4º más importante. Podemos ver como las competencias y habilidades específicas para el desempeño del puesto resulta muy importante para el 64% de los

gerentes/coordinadores y siendo el 2º más importante para un 29%. La personalidad del trabajador resulta, después de las competencias, la 4ª más importante con solamente un 14% de gerentes/coordinadores que valoraron de este modo esta cualidad. Por otro lado, vemos como los años de experiencia es el 4º más importante para un 67%, que es el porcentaje más alto. A continuación se muestran los gráficos que distribuyen el porcentaje de valoraciones aportadas, según cada uno de los gerentes/coordinadores de los centros fitness participantes en nuestro estudio, para cada cualidad analizada.



Por otro lado los servicios públicos siguieron el mismo proceso donde podemos ver como la certificación o titulación que posee resulta el más importante para el 63% de los gerentes/coordinadores y siendo el 2º más importante para un 31%. Las competencias nunca son la 4ª más importante para gerentes/coordinadores, siendo la segunda cualidad mejor valorada con un 35%. A continuación se muestran los gráficos que distribuyen el

porcentaje de valoraciones aportadas, según cada uno de los gerentes/coordinadores de los centros participantes en nuestro universo de estudio, para cada cualidad analizada.



De estos resultados podemos concluir que dentro de las cualidades más valoradas por las personas que contratan a los empleados (Competencias y habilidades específicas para el desempeño del puesto, titulación o certificación que posee, la personalidad del trabajador y la experiencia en el sector), para los gerentes/coordinadores de los centros que conforman nuestra muestra de estudio existen claras diferencias entre las dos tipologías de servicios deportivos, resaltando la importancia que se le dan a la titulación o certificación, donde en los servicios públicos como hemos visto anteriormente era la cualidad más importante para un 63% y la cuarta más importante únicamente para un 6%, y por el otro lado, los centros fitness, únicamente un 16% valoran esta cualidad como la más importante y con un 15% la cuarta más importante.

Esto nos demuestra lo poco regalada que esta esta profesión, donde sin titulaciones puedes trabajar en este campo al igual que otro que esté formado con diferentes estudios.

Por parte del rango de edad que buscan los contratadores para sus futuros trabajadores pertenecientes a la muestra de los centros fitness obtenemos que el 69% de los centros buscan profesionales de entre 25-35 años, al igual que los servicios públicos con un porcentaje igual, seguido del rango de 18-24 años, con un 23% en los centros fitness y un 31% en los servicios públicos. Destacar que hay un 8% de centros fitness que buscan sus trabajadores en un rango de edad de 35-45 años, de lo que podemos concluir que buscan experiencia en sus trabajadores, como podemos observar en los siguientes gráficos.



Podemos ver, que no existen diferencias importantes entre los dos tipos de servicios deportivos, donde buscan sus futuros profesionales en un rango de edad similar en los dos casos.

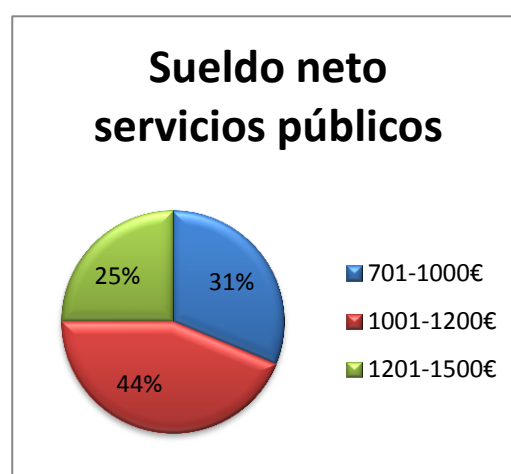
En relación con la edad, está el género preferido por los contratistas para sus futuros profesionales, pero viendo los siguientes gráficos hemos podido concluir que la mayoría no tiene en cuenta este aspecto ya que vemos que a un 86% en los centros fitness y aun 94% en los servicios públicos no les importa este aspecto, ya que se valora más la formación, aunque hay actividades aisladas que sí que se prefiere diferenciación de sexos como en un 14% de los centros fitness.



Otra de nuestras preguntas relacionada con las contrataciones son los tipos de contrato que suelen ofrecer a sus profesionales, y en el Anexo 4 podremos ver los contratos que con más frecuencia ofrecen estos servicios deportivos:

Podemos observar como muchos de ellos son similares en los dos casos. En estos tipos de contratos destaca que en algunos de los servicios públicos, el tema de actividades deportivas lo maneja una empresa externa al ayuntamiento.

El sueldo medio mensual en los centros y servicios participantes en el estudio es en el 54% de los casos para los centros fitness y en el 44% de los servicios públicos, un sueldo entre 1001-1200€, seguid de un sueldo medio de 701-1000€ en los dos casos con 23% y un 31% respectivamente. Destacar que en los centros fitness hay un 8% en el que el sueldo medio es de 1500-2000€ y en el caso de los servicios públicos no encontramos ningún caso.

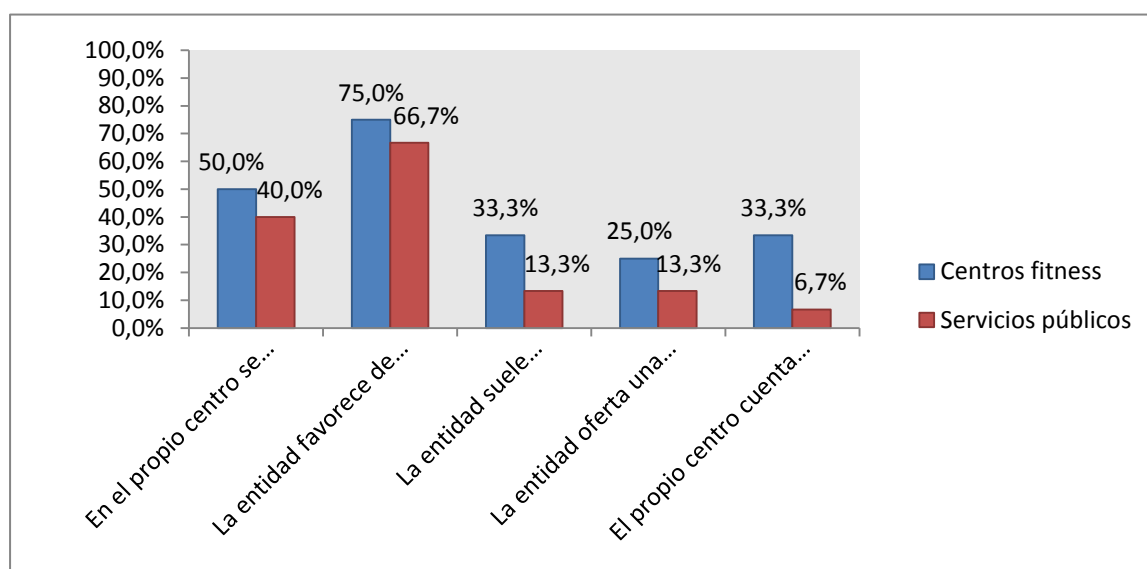


Otro aspecto relacionado con el mundo del fitness, es la constante renovación de conocimientos adaptándose a las nuevas tendencias que van surgiendo, por lo tanto la formación de los profesionales conlleva una formación continua a través de diferentes métodos que conllevaran un gasto, por lo que me ha parecido interesante saber que métodos son los más utilizados y quién cubre estos gastos una vez que estas ya trabajando en algún servicio deportivo de los dos que hemos estado comparando.

En el primer gráfico he hecho una comparativa entre los dos servicios deportivos estudiados con los métodos más utilizados por estos a partir de unos ítems propuestos por mí:

- En el propio centro se organizan cursos de formación para los trabajadores
- La entidad favorece de alguna manera la realización de cursos demandados por ellos.
- La entidad suele organizar salidas con sus trabajadores a congresos, ferias, etc., del sector.
- La entidad oferta una serie de cursos de formación que se realiza fuera del centro.
- El propio centro cuenta con documentación actualizada y especializada a disposición de sus trabajadores (libros, revistas, etc.)
- Otro

A partir de aquí hemos comparado estos servicios deportivos a través de porcentajes de centros que utilizan el método de formación



Como podemos observar en el gráfico tanto los centros fitness como los servicios públicos el método que más utilizan es que “la entidad favorece de alguna manera la realización de cursos demandados por ellos” con un 75% de centros fitness que usan este método y un 66,7% de servicios públicos que usan este método.

En segundo lugar se encuentra “en el propio centro se organizan cursos de formación para los trabajadores” con un 50% de centros fitness que usan este método y con un 40% los servicios públicos.

En los centros fitness el método menos utilizado es “la entidad oferta una serie de cursos de formación que se realiza fuera del centro” con un 25% y en los servicios públicos es “el propio centro cuenta con documentación actualizada y especializada a disposición de sus trabajadores (libros, revistas, etc.)” con un 6,7%.

Podemos observar gracias a los porcentajes que en un único servicio deportivo se suelen ofrecer más de un método de formación debido a la importancia de la formación continua en el mundo del fitness.

En los siguientes gráficos podemos observar quien asume los costes de estas formaciones:



Podemos ver que en los dos casos el porcentaje más alto se encuentra en que los gastos de formación los pagan algunos la empresa y otros los trabajadores con un 75% de los centros fitness y un 53% en los servicios públicos, seguidos de los gastos siempre los cubre la empresa con un 25% y un 35% respectivamente. Podemos observar también

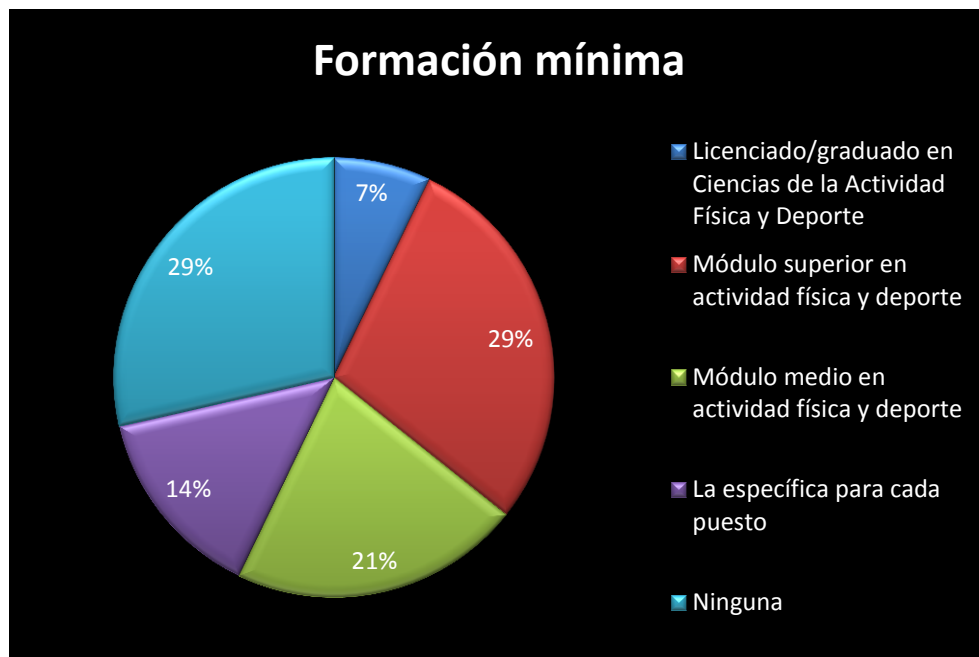


que en los servicios públicos hay un 12% donde las formaciones siempre las pagan los trabajadores de estas.

Esto nos lleva a concluir, que a los servicios deportivos les interesa que sus trabajadores estén constantemente formándose y mejorando para adaptarse al mercado actual con todas las nuevas tendencias que van surgiendo y ser más competitivos tanto los instructores como los servicios deportivos.

Debido a que esta profesión no está reglada, he querido conocer la opinión de estos servicios preguntándoles por los estudios académicos mínimos que exigen para trabajar y la valoración que les dan a diferentes formaciones.

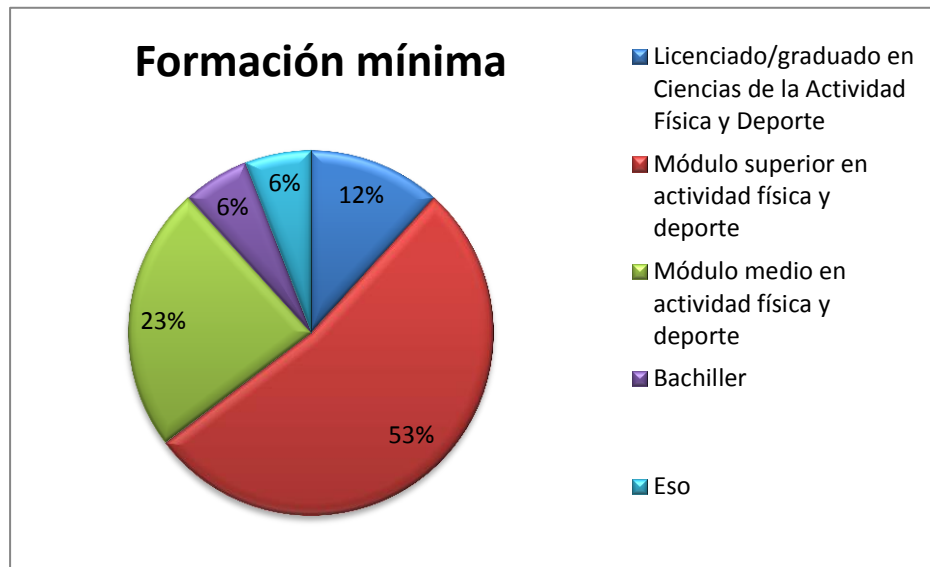
En cuanto a la formación académica mínima la he relacionado con el grado de CCAFD, y a partir de ahí he ido reduciendo la exigencia, donde he obtenido estos gráficos con las respuestas.



En los centros fitness podemos ver que el porcentaje más alto de formación mínima que requieren estos para empezar a trabajar es el módulo superior con un 29% al igual que “ninguna” formación académica, más un 14% que propone que la formación tiene que ser la específica para el puesto, sin valorar que sea académica reglada, por lo que nos encontramos con un 33% que no exigen formación académica para entrar a trabajar y dónde únicamente un 7% exige la formación mínima de graduado en CCAFD.

Esto demuestra el poco control que se tiene en este campo, donde cualquier persona que le guste el deporte puede trabajar en este sector, sin conocer las consecuencias que

puede tener un trabajo mal realizado por no tener formación mínima. Pienso que este problema poco a poco se irá resolviendo ya que cada vez más, la gente le da más importancia a su salud y a la actividad física, y aquí es donde entraremos los graduados en CCAFD aportando nuestra formación para mejorar de la manera más eficaz y correcta.

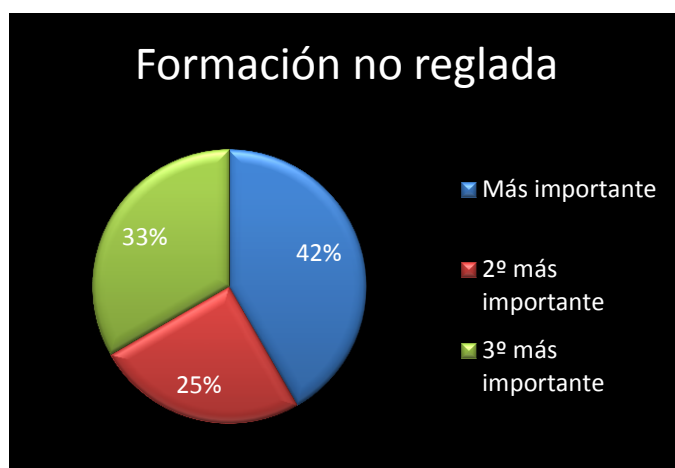
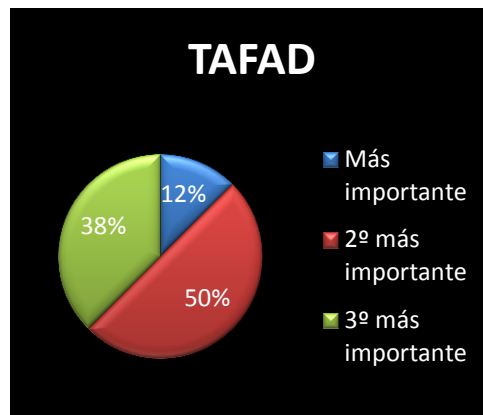
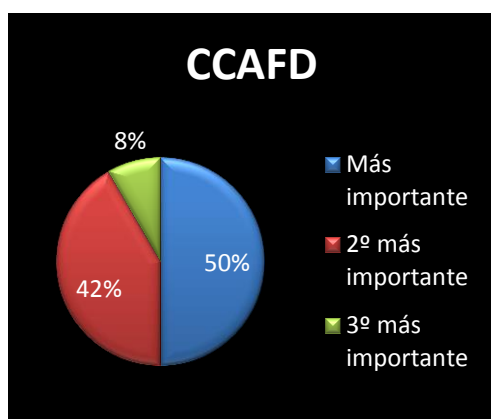


En el caso de los servicios públicos no encontramos en que en todo momento exigen una formación reglada mínima, siendo el módulo superior con el mayor porcentaje, 53%, seguido del módulo medio, estando nuestro grado en tercer lugar con un 12%.

A partir de aquí podemos concluir que como estas trabajando para un ayuntamiento, para entrar en este, te exigen una formación académica reglada mínima en todos los casos.

Comparando los dos casos nos podemos dar cuenta de cómo en los centros fitness no existen barrera de entradas, ni para crear centros de este tipo ni para trabajar en ellos, lo que provoca que los trabajadores no estén formados lo suficientemente correcto para ejercer ese tipo de profesión, ya que esta también requiero una formación académica al igual que la mayoría de trabajos y sin embargo en los servicios público hemos podido ver, que siempre exigen formación académica mínima, aunque en algunos casos esta sea mínima.

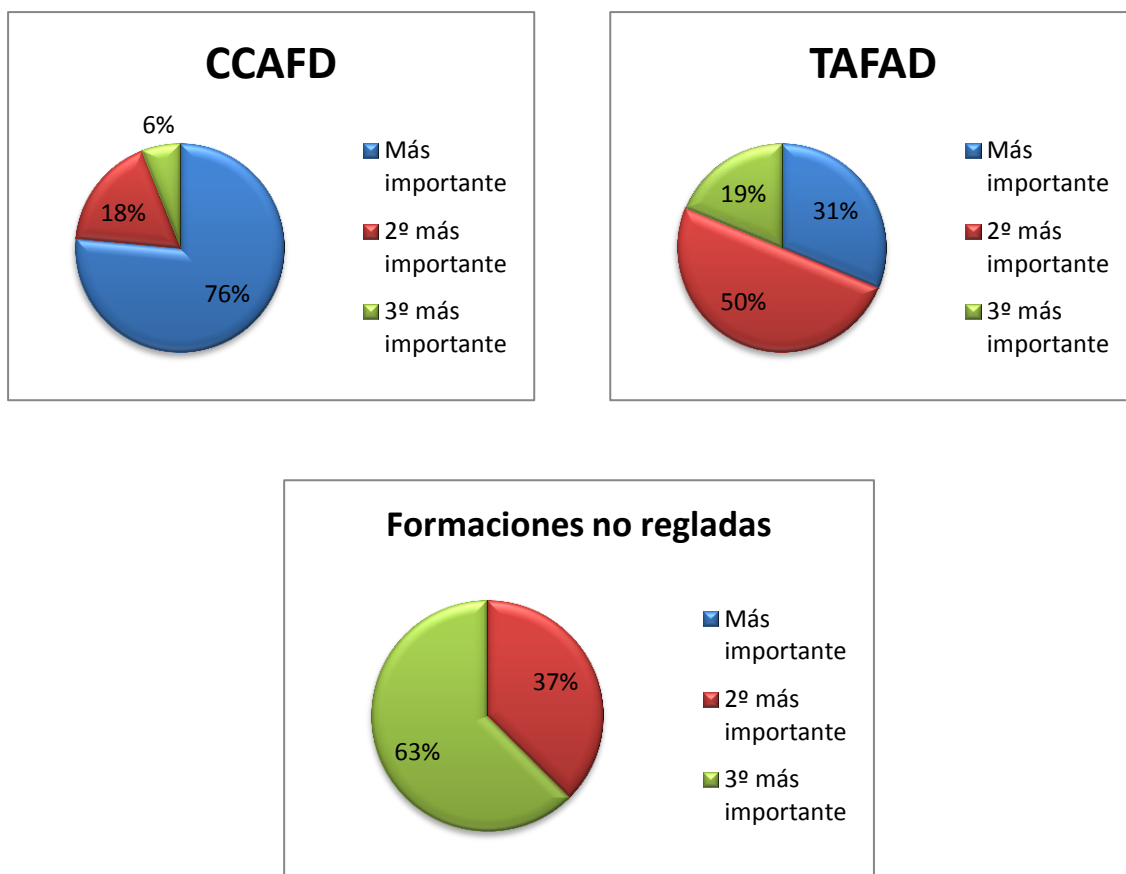
En el siguiente apartado vamos a ver qué importancia dan los contratadores a al grado de CCAFD, al TAFAD y a las formaciones no regladas de actividades específica



Podemos observar en estos gráficos que los centros fitness a la formación que más importancia le dan son al graduado en CCAFD, seguido del TAFAD, aunque también hay que resaltar que después del graduado, en el 3º más importante tiene menor porcentaje la formación no reglada.

Por otro lado llama la atención que el graduado en CCAFD sea la mejor formación relacionado con el deporte, únicamente tenga un 50% en el más importante.

Estos porcentajes lo que demuestra que muchos centros prefieren tener profesionales formados en diferentes actividades que tengan el grado o el módulo superior, ya que es más práctico para los servicios un profesional que esté formado en aspectos más específicos.



En el caso de los servicios públicos nos encontramos con que al graduado de CCAFD tiene el que más importancia con un 76 %, aunque llama la atención que esta formación en un 6% sea la 3ª más importante.

Seguidamente está el TAFAD como el más importante con un 31%, destacando en el 2º más importante y por último destacar que en cuanto a formación no reglada en ningún caso se encuentra como la más importante, destacando en la 3ª más importante con un 63%.

Comparando las dos tipologías de servicios deportivos vemos como en las dos lo que más importancia tienen es el graduado en CCAFD, viendo la mayor diferencia en la formación no reglada de actividades dirigidas, donde para los centros fitness es la más importante para un 42% y en el caso de los servicios público, para ninguno de estos es la más importante, sino que para la mayoría es la 3ª más importante.

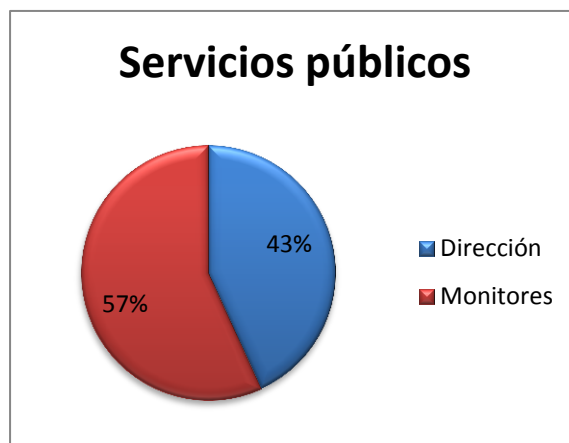
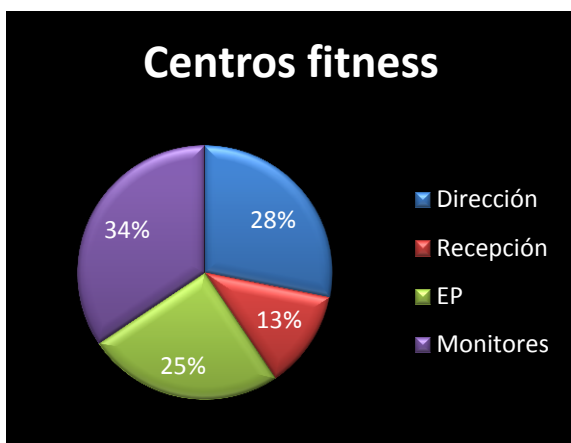
En el siguiente apartado conoceremos si en los dos tipos de servicios deportivos que hemos estudiado tienen algún graduado en CCAFD y en qué campo o área trabajan estos graduados.



Como podemos observar en estos dos gráficos la mayoría de los servicios deportivos tienen entre sus trabajadores algún graduado en CCAFD, con un 86% de centros fitness y un 90% en los servicios públicos.

En los servicios públicos como era de esperar el porcentaje es mayor, aunque el porcentaje de los centros fitness es similar, debido a que la población es más exigente en la realización de actividad física lo que provoca que estos centros tengan que contar con un personal muy bien formado, por lo tanto el número de graduados en estos centros está aumentando progresivamente.

Estos graduados debido al amplio campo en el que trabajan pueden desarrollar sus competencias en diferentes puestos de trabajos dentro de un servicio deportivo, por lo que he preparado una pregunta con cuatro puestos de trabajo diferentes, para poder saber que trabajo desarrollan estos graduados. En los siguientes gráficos veremos los porcentajes donde estos desarrollan su trabajo.



Podemos observar los gráficos en el que se distribuyen los licenciados/graduados en CCAFD que están contratados en los centros participantes en el presente estudio, en el que podemos observar cómo la mayoría de licenciados/graduados se encuadran en los puestos de monitores e instructores con un 34% en los centros fitness y un 57% en los servicios públicos, seguido de este puesto predomina la dirección técnica y coordinación con un 28% y un 43% respectivamente. Por lo correspondiente a los puestos de EP y recepción únicamente los encontramos en los centros fitness, ya que los servicios públicos no ofertan estos dos trabajos y nos encontramos con un 25% y 13% respectivamente.

Todo lo anterior parece concordar con lo señalado por Puig y Viñas (2001) o Rivadeneyra (2003), que ya apuntaban que el licenciado universitario había encontrado una opción interesante en la que llevar a cabo su carrera profesional en el mundo del fitness.

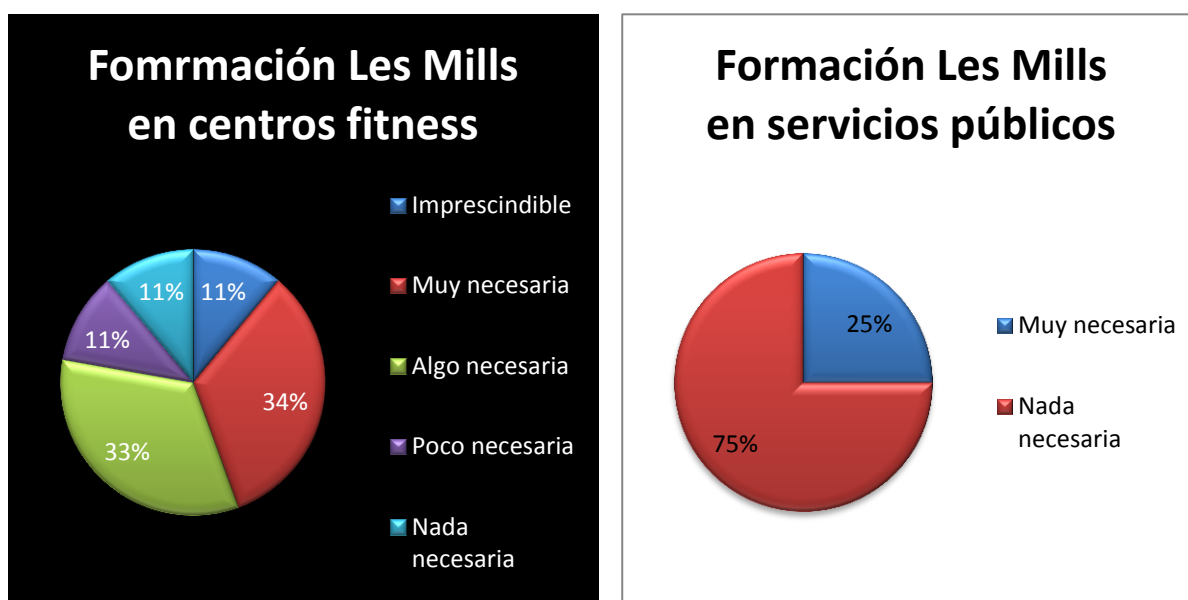
Debido a la gran variedad de cursos de formación no reglada, decidí hacer una pregunta abierta, donde los centros participantes en el estudio recomendaran las formaciones que más valoraran.

En la clasificación de estas, también he hecho una tabla común donde he reflejado las empresas de formación más valoradas por los contratadores, según el tipo de actividad, a partir de una clasificación que he hecho, donde he englobado las diferentes actividades en categorías más globales para controlar mejor las respuestas y las podemos ver en el ANEXO 5.

Como conclusión general de esta comparación, llama la atención que ningún servicio público recomiende la empresa de formación de Les Mills y la empresa de formación más nombra es FEDA, especialmente en los servicios públicos.

Para acabar este estudio hemos preguntado sobre la formación Les Mills, a todos los servicios ya que he considerado está empresa, actualmente, como la más poderosa a nivel mundial y a la rápida implantación que han tenido las actividades de esta formación en los centros actuales y a la gran demanda de estas actividades por parte de los clientes.

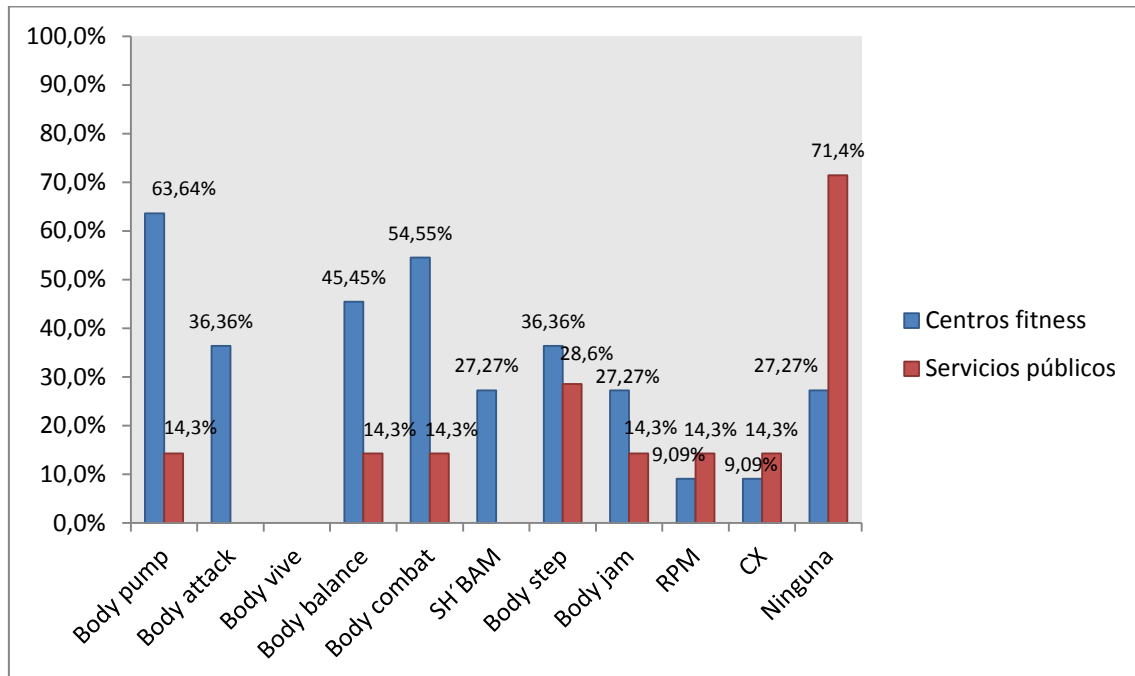
En primer lugar hemos preguntado la valoración que dan los diferentes servicios a esta empresa de formación, donde a través de las siguientes gráficas podemos concluir:



Los centros fitness vemos como hay una gran diversidad de opiniones, siendo “muy necesaria” el que tiene el porcentaje más elevado, con un 34%, siendo todo lo contrario en los servicios público, donde las opiniones son totalmente opuestas, donde vemos que un 75% considera esta formación como nada necesaria y un 25% muy necesarias.

En los centros fitness vemos como un 11% de centros consideran esta formación imprescindible, un 33% algo necesaria, un 11% poco necesaria y otro 11% nada necesaria.

La siguiente pregunta tenía el fin de conocer la implantación de esta empresa de formación en los distintos servicios deportivos, y a través de cada una de las actividades y el porcentaje de centros que la imparten he creado el siguiente gráfico:



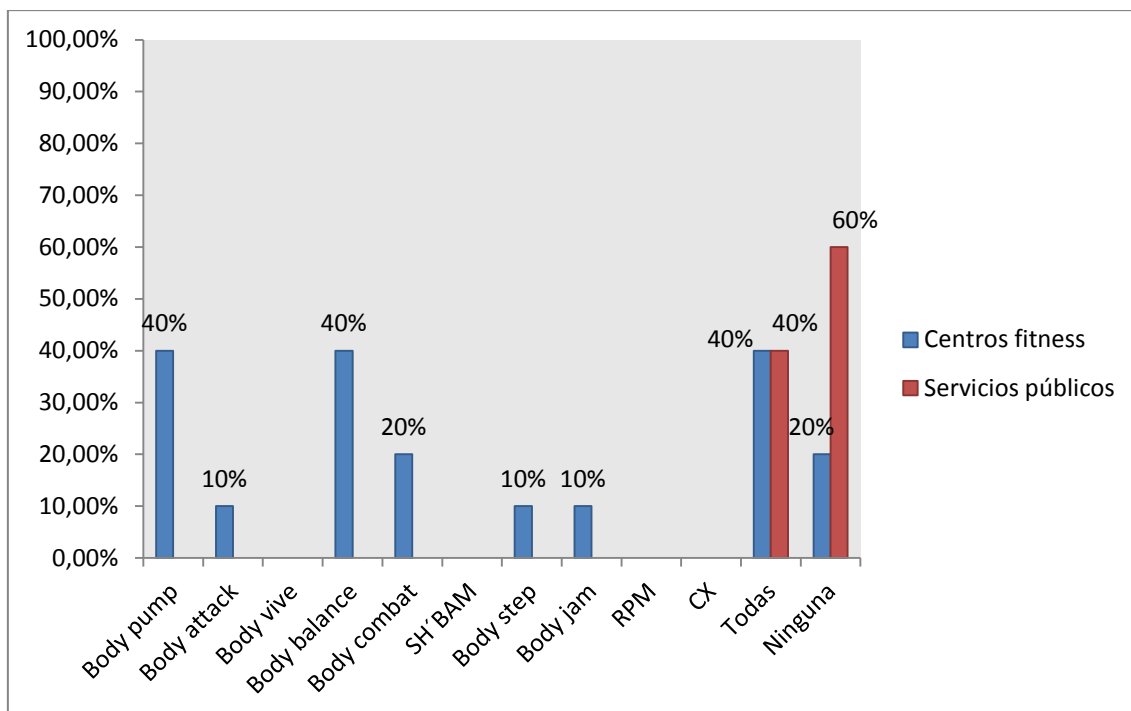
Podemos observar la gran diferencia que hay entre los centros fitness y los servicios públicos, viendo que el mayor porcentaje en los servicios públicos es que un 71,4% de estos no imparten ninguna actividad de Les Mills, y vemos como prácticamente tres cuartos de los centros fitness participantes en nuestro estudio tienen estas actividades en sus horarios de actividades dirigidas.

Podemos observar como la actividad de body pump es la más implantada en los centros fitness con un 63,6% que la imparten, seguida de body combat con un 54,5%.

En el caso de los servicios públicos vemos que la actividad más impartida es body step con un 28,6% de los centros.

Por último pedí recomendaciones, sobre estas actividades, para poder ver qué actividades de forma más específica, eran las más valoradas por los diferentes servicios deportivos, y a partir de las respuestas de los participantes de este estudio elaboré este gráfico para poder verlo a través de porcentajes:





Podemos observar que en los servicios públicos únicamente se decantan o por todas las actividades con un 60% de centro o ninguna actividad con un 40%, lo que demuestra la gran diversidad de estas actividades, ya que o no las realizan ni las recomiendan o las conocen y recomiendan todas.

Sin embargo en los centros fitness, vemos que hay más disparidad, donde los porcentajes más altos con un 40% son de las actividades body pump, body balance y todas, por lo que estas son las más recomendadas por parte de estos centros.

A continuación nos encontramos que un 20% de los centros fitness de nuestro estudio han considerado que no recomendarían ninguna actividad de Les Mills, al igual que la actividad de body combat también la recomiendan un 20% de centros.

Por último nos encontramos que un 10% de centros fitness recomiendan las actividades de body attack, body step y body jam.

Como conclusión general de estas actividades, podemos decir que en los centros fitness estas actividades en muchos centros fitness están ya trabajando con ellas y que en los servicios públicos poco a poco se van introduciendo alguna de ellas.

Para finalizar el estudio propuse una pregunta abierta donde pedía consejo para una persona que quiera dedicarse al mundo del fitness sobre alguna formación específica, preguntando por la empresa que la imparte y el motivo de porque la aconseja, de donde

podimos obtener el listado de actividades en el ANEXO 6, tal cual no respondieron los participantes a esta pregunta.

## 8.5. COMPARACIÓN DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS SEGÚN SU LOCALIZACIÓN

En la segunda parte del estudio, he hecho una comparativa de estos servicios deportivos según su localización, donde los he dividido en servicios en ciudad grande (más de 50.000 habitantes) donde se encuentran las ciudades de Zaragoza y Huesca, y en servicios deportivos en ciudad pequeña o zona rural (menos de 50.000 habitantes) donde estará el resto de poblaciones.

### 8.5.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES.

Comenzaremos realizando una comparación entre ítems sobre las características de estos centros y servicios, estudiando la antigüedad, la superficie, el nº de clientes, el número de trabajadores y de estos, cuales son instructores de alguna actividad y la cuota de estos.

		Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural	
		$\bar{X}$ (SD)	$\bar{X}$ (SD)	P
1	Antigüedad	15,38 (10,38)	11,40 (8,79)	0,524
2	Superficie	5529 (12123,34)	402,50 (254,35)	<b>0,048</b>
3	Clientes	1540 (1309,61)	1942,92 (2536,97)	0,881
4	Trabajadores	25,89 (27,21)	10,96 (9,35)	0,328
5	Instructores	10,67 (12,6)	7,04 (5,68)	0,677
6	Cuota	20-30€	<20€	<b>0,02</b>

La antigüedad de los servicios que están en ciudad grande tiene una media de 15 años por una media de 11 años en los que están en una ciudad pequeña o zona rural. Esto puede ser debido a que en las ciudades grandes estos centros han existido con anterioridad, y en las zonas más pequeñas se han ido implantando en un tiempo más cercano al nuestro, por lo que estos tienen menos antigüedad.

Respecto a la superficie vemos como los servicios que están en una ciudad grande tienen una media de 5529m<sup>2</sup> por 402,5m<sup>2</sup> en los servicios deportivos de las ciudades más pequeñas. Aquí podemos observar una gran diferencia, relacionada con la diferencia de las ciudades grandes respecto al resto.

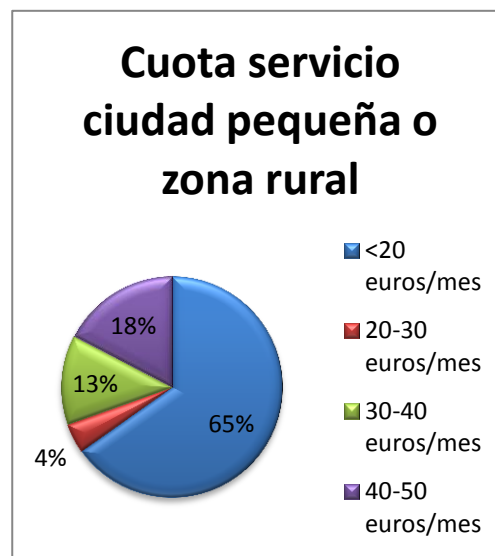
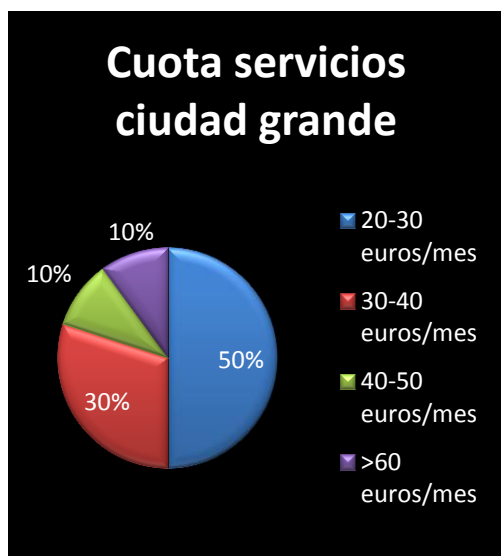
Comparando los servicios respecto al número de clientes vemos que los que están en ciudad grande su media es de 1540 por 1942 en los servicios de ciudades más pequeñas.

Es llamativo que en los servicios deportivos en ciudad grande sean menores que en los de ciudad pequeña. Esto puede deberse al mismo motivo que hemos propuesto en la anterior comparación, debido a que en estos tiempo de crisis económica la gente se preocupa por el gasto, donde los centros en ciudades grandes tienen cuotas superiores que en los de ciudades pequeñas, y debido al aumento de actividades como el running que provoca que la gente cambie el deporte que hace en un centro pagando lo pueda hacer de forma gratuita. Otro motivo al que se puede deber esto, es a la mayor variedad de servicios deportivos en las ciudades grandes y entonces los clientes están más repartidos.

Por otro lado tenemos el número de trabajadores y de estos, cuáles son instructores de alguna actividad, donde vemos que en los servicios de ciudad grande la media de trabajadores es 25,89 por 10,96 en las ciudades más pequeñas, donde de estos son instructores 10,67 de media en el primero y 7,04 de media en el segundo.

Llama la atención que anteriormente hayamos visto que los centros en ciudades grandes tienen medias de clientes inferiores a las ciudades pequeñas, y sin embargo en el aspecto de trabajadores sea claramente superior en los centros de ciudad grande, posiblemente por la gran competencia que existe lo que provoca que los centros de las ciudades grandes tenga más trabajadores para ofrecer mejores servicios.

Por último, la cuota es superior en los servicios de ciudad grande, donde la media se encuentra entre 20-30€ mientras que los servicios de ciudades pequeñas o zonas rurales su media está en cuotas de <20€, viendo una de las razones que anteriormente había propuesto, que había producido un aumento de la demanda en los servicios de ciudades pequeñas o zonas rurales. En los siguientes gráficos se puede observar la gran diferenciación de precios que hay, teniendo en cuenta que en los últimos años han abierto diferentes centros low cost en la comunidad de Aragón, especialmente en Zaragoza.



Podemos observar como en los servicios en ciudad grande el mayor porcentaje tienen una cuota entre 20-30€ con un 50%, que en comparación con los servicios en ciudades más pequeñas observamos que un 4% está en esa cuota.

Seguidamente, como segundo porcentaje mayor están los servicios en ciudad grande está entre 30-40€, y en los servicios en ciudad pequeña o zona rural, un 13% se encuentran en esta cuota.

Por último observamos que el porcentaje mayor de los servicios en ciudades pequeñas, con un 65%, se sitúan en una cuota <20€, por ningún servicio en ciudad grande que se encuentre en esta cuota, y encontrándose un 10% de ellos en una cuota >60€.

Según la significación de estas comparaciones, hemos podido comprobar que estadísticamente estas diferencias no son significativas, exceptuando en el apartado de tamaño de las instalaciones y las cuotas.

En cuanto a la distribución porcentual de los clientes atendiendo al género nos encontramos con resultados que podemos observar en el siguiente gráfico:



Podemos observar que los porcentajes son similares en las dos localizaciones de servicios deportivos, donde en los servicios que están en ciudad grande la clientela que nos encontramos son un 53% mujeres y un 47% masculino, y por otro lado, en los servicios que están en ciudad pequeña nos encontramos con un 57% femenino y un 43% masculino.

En la segunda parte del estudio de esta comparación, me he centrado, como anteriormente en el tema de las contrataciones, buscando lo mismo que en la comparación de centros según su tipología.

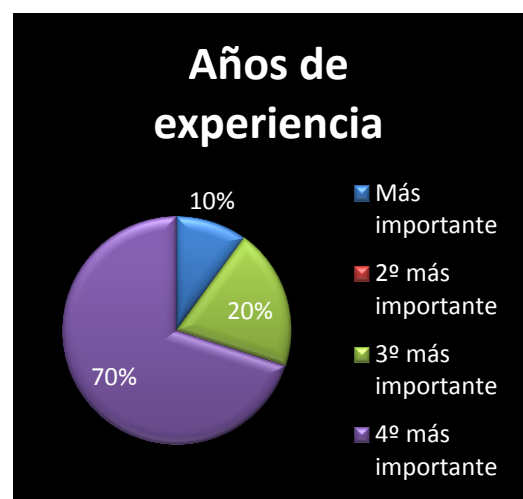
Como primer aspecto que hemos analizado ha sido conocer los diferentes perfiles personales más requeridos por los centros según su localización. Después de analizar todas sus respuestas he visto que coincidían como hemos nombrado anteriormente, por lo tanto la tabla es la misma que en la anterior comparación.

Con referencia a los criterios utilizados para la contratación y/o una posible promoción dentro de la empresa, los contratantes del sector el fitness identifican 4 factores críticos o claves para las distintas ocupaciones, independientemente del puesto a cubrir (Gavín, 2007):

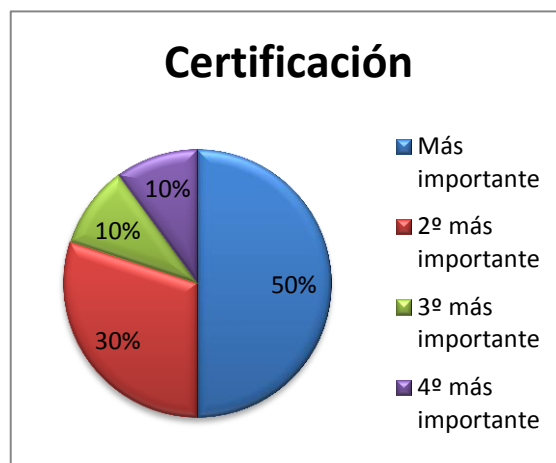
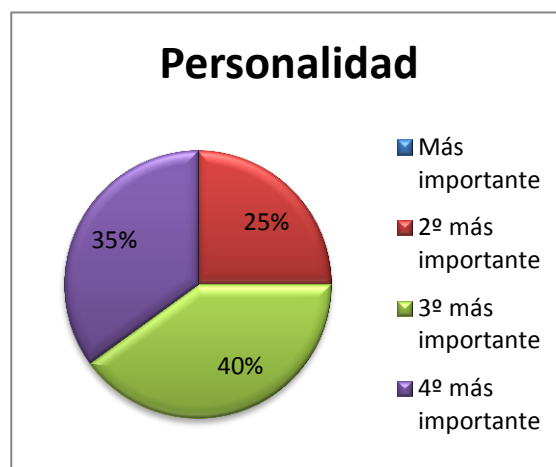
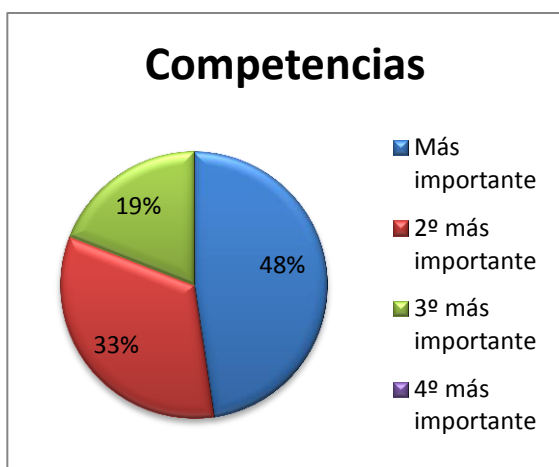
- Las competencias y habilidades específicas para el desempeño del puesto
- La certificación o titulación que posee
- La personalidad del trabajador.
- Los años de experiencia en el sector.

En este análisis utilizaremos el mismo método que hemos usado para realizar la comparativa según la tipología.

Podemos ver como las competencias y habilidades específicas para el desempeño del puesto resulta muy importante para el 60% de los gerentes/coordinadores y siendo el 2º más importante para un 30%. La personalidad del trabajador resulta, después de las competencias, la 4ª más importante con solamente un 10% de gerentes/coordinadores que valoraron de este modo esta cualidad. Por otro lado, vemos como los años de experiencia es el 4º más importante para un 70%, que es el porcentaje más alto. Podemos observar también que los centros de ciudad grande también le dan importancia a la certificación ocupando 22% como la más importante, un 34% la 2ª más importante y únicamente con un 11% como la 4ª más importante. A continuación se muestran los gráficos que distribuyen el porcentaje de valoraciones aportadas, según cada uno de los gerentes/coordinadores de los centros participantes en nuestro universo de estudio, para cada cualidad analizada.



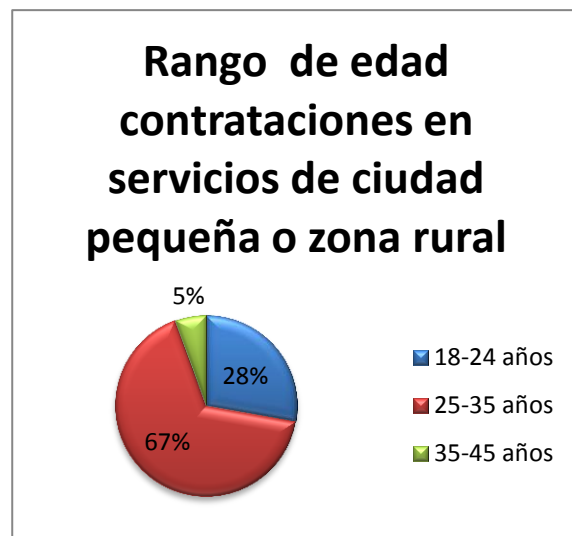
Por otro lado los servicios en ciudades pequeñas o zonas rurales siguieron el mismo proceso podemos ver como la certificación o titulación que posee resulta el más importante para el 50% de los gerentes/coordinadores y siendo el 2º más importante para un 30%. Las competencias nunca son la 4ª más importante para gerentes/coordinadores, siendo la segunda cualidad mejor valorada con un 48%. A continuación se muestran los gráficos que distribuyen el porcentaje de valoraciones aportadas, según cada uno de los gerentes/coordinadores de los centros participantes en nuestro universo de estudio, para cada cualidad analizada.



De estos resultados podemos concluir que dentro de las cualidades más valoradas por las personas que contratan a los empleados (Competencias y habilidades específicas para el desempeño del puesto, titulación o certificación que posee, la personalidad del trabajador y la experiencia en el sector), para los gerentes/coordinadores de los centros que conforman nuestra muestra de estudio existen claras diferencias entre la

localización de servicios deportivos, resaltando la importancia que se le dan a la titulación o certificación, donde en los servicios públicos como hemos visto anteriormente era la cualidad más importante para un 50% y la cuarta más importante únicamente para un 10%, y por el otro lado, los servicios en ciudad grande, únicamente un 22% valoran esta cualidad como la más importante y con un 11% la cuarta más importante.

Por parte del rango de edad que buscan los contratadores para sus futuros trabajadores pertenecientes a la muestra de los servicios en ciudad grande obtenemos que el 75% de los servicios buscan profesionales de entre 25-35 años, al igual que los servicios de ciudades pequeñas con un porcentaje del 67%, seguido del rango de 18-24 años, con un 25% en las ciudades grandes y un 28% en las ciudades pequeñas. Destacar que hay un 5% de servicios en ciudad pequeñas que buscan sus trabajadores en un rango de edad de 35-45 años, de lo que podemos concluir que como anteriormente hemos dicho, buscan experiencia en sus trabajadores, como podemos observar en los siguientes gráficos.

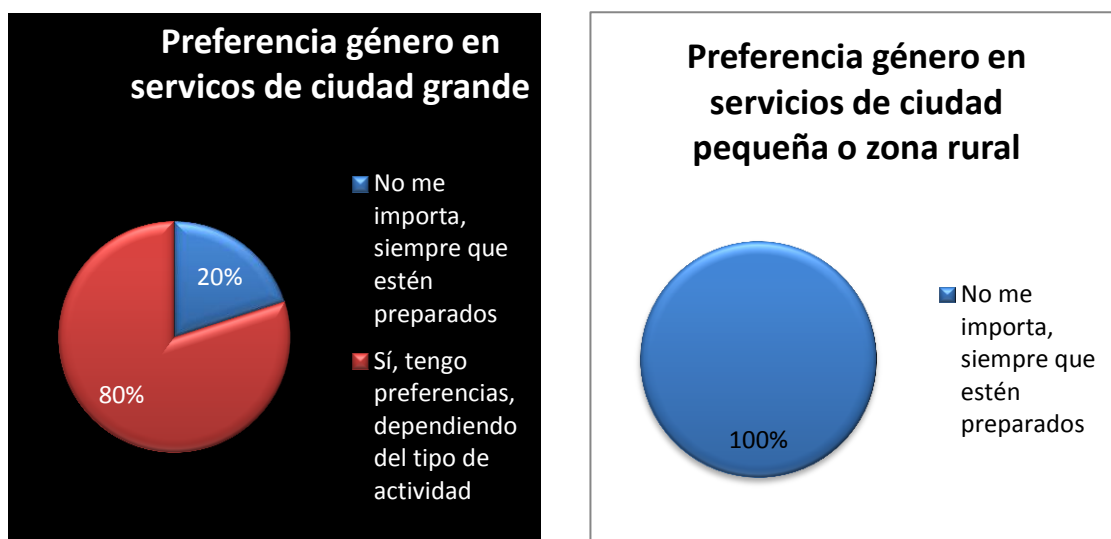


Podemos ver, que no existen diferencias importantes entre las dos localizaciones de servicios deportivos, donde buscan sus futuros profesionales en un rango de edad similar en los dos casos.

En relación con la edad, está el género preferido por los contratistas para sus futuros profesionales, pero viendo los siguientes gráficos hemos podido concluir que la mayoría no tiene en cuenta este aspecto ya que vemos que a un 80% en los servicios de ciudad grande y aun 100% en los servicios de ciudades pequeñas no les importa este aspecto,



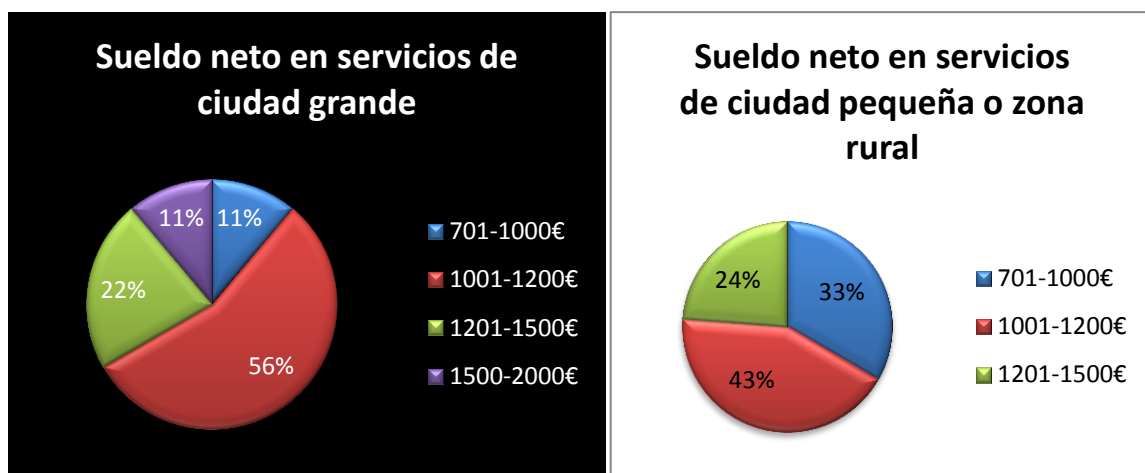
ya que se valora más la formación, aunque hay actividades aisladas que sí que se prefiere diferenciación de sexos como en un 20% en los servicios de ciudad grande.



Otra de nuestras preguntas relacionada con las contrataciones son los tipos de contrato que suelen ofrecer a sus profesionales, y a continuación en la siguiente tabla podremos ver los contratos que con más frecuencia ofrecen estos servicios deportivos: ANEXO X

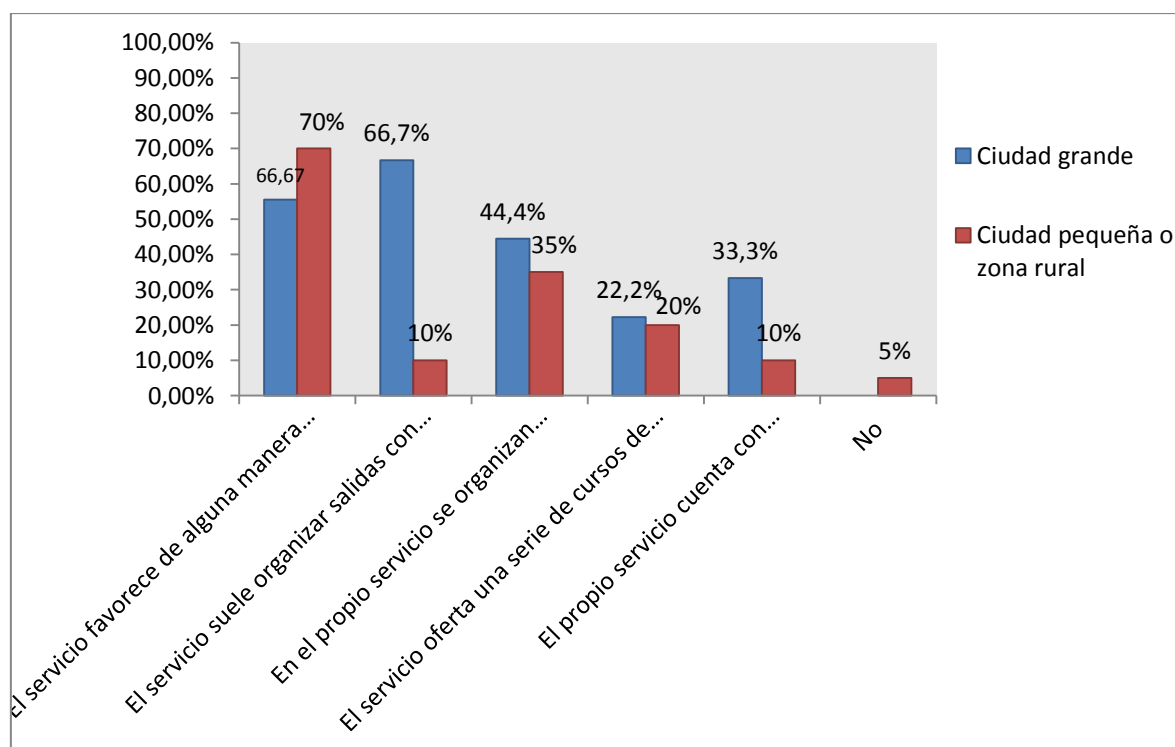
Podemos observar como muchos de ellos son similares en los dos casos. En estos tipos de contratos destaca que en algunos de los servicios públicos, el tema de actividades deportivas lo maneja una empresa externa al ayuntamiento.

El sueldo medio mensual en los dos tipos de servicios según su localización participantes en el estudio es en el 56% de los casos para los servicios de ciudad grandes fitness y en el 43% de los servicios de ciudades pequeñas, un sueldo entre 1001-1200€, seguid de un sueldo medio de 1201-1500€ en el caso de servicios de ciudad grande con un 22% y en los servicios de ciudades pequeñas un 33% se encuentran en una cuota de 701-1000€. Destacar que en los servicios de ciudades grandes hay un 11% en el que el sueldo medio es de 1500-2000€ y en el caso de los servicios en ciudad pequeña no encontramos ningún caso.



El siguiente aspecto que estudiaremos será la formación de los profesionales que conlleva una continuidad a través de diferentes métodos que conllevaran un gasto. Aquí usaremos el mismo método que en la comparación entre servicios según su tipología.

A partir de aquí hemos comparado estos servicios deportivos a través de porcentajes de servicios que utilizan el método de formación:



Como podemos observar en el gráfico los servicios de las diferentes localizaciones el método que más utilizan es que “la entidad favorece de alguna manera la realización de

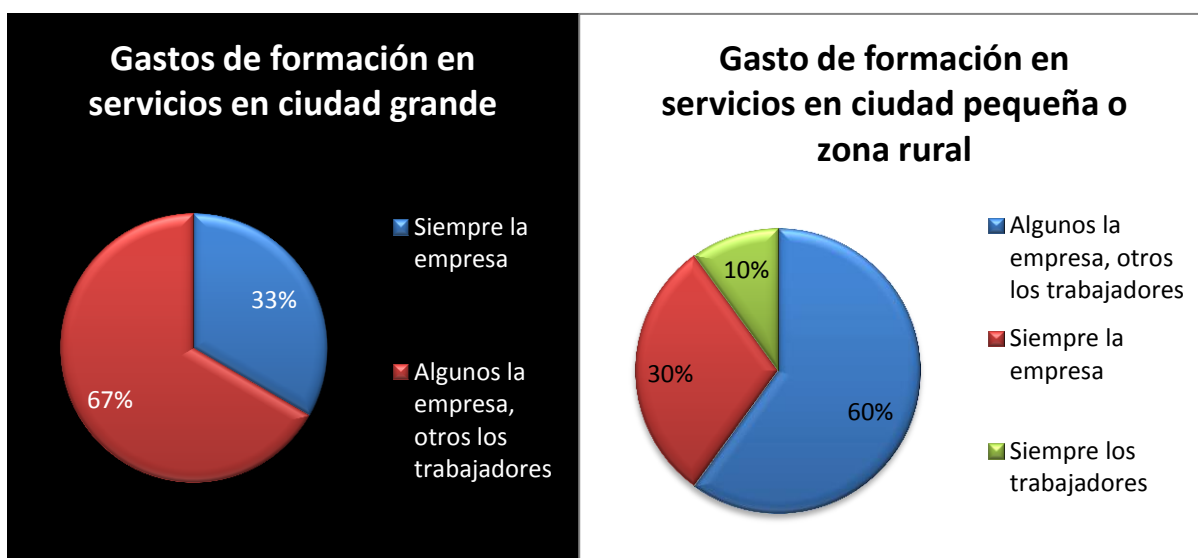
cursos demandados por ellos” con un 66,7% de servicios en ciudad grande que usan este método y un 70% de servicios de ciudades pequeñas que usan este método.

En segundo lugar se encuentra “en el propio servicio se organizan cursos de formación para los trabajadores” con un 55,56% de servicios de ciudad grande que usan este método y con un 35% los servicios de ciudades pequeñas.

En los servicios de ciudades grandes el método menos utilizado es “el servicio oferta una serie de cursos de formación que se realiza fuera del centro” con un 22,22% y en los servicios de ciudades pequeñas es “el propio centro cuenta con documentación actualizada y especializada a disposición de sus trabajadores (libros, revistas, etc.) y el servicio suele organizar salidas con sus trabajadores a congresos, ferias, etc., del sector” con un 10%.

Podemos observar gracias a los porcentajes que en un único servicio deportivo se suelen ofrecer más de un método de formación debido a la importancia de la formación continua en el mundo del fitness.

En los siguientes gráficos podemos observar quien asume los costes de estas formaciones:



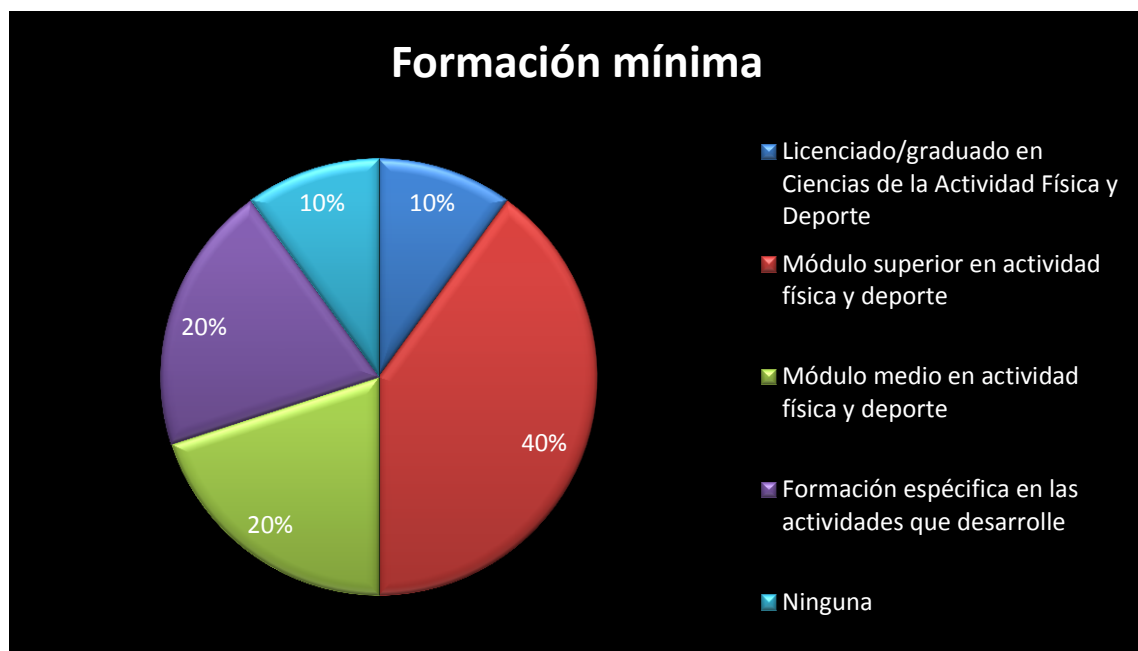
Podemos ver que en los dos casos el porcentaje más alto se encuentra en que los gastos de formación los pagan algunos la empresa y otros los trabajadores con un 67% de los servicios en ciudades grandes y un 60% en los servicios de ciudades pequeñas, seguidos de los gastos siempre los cubre la empresa con un 33% y un 30% respectivamente.

Podemos observar también que en los servicios de ciudades pequeñas hay un 10% donde las formaciones siempre las pagan los trabajadores de estas.

Las conclusiones que sacamos de aquí son las mismas que hemos mencionado anteriormente en la comparativa de este aspecto.

Debido a que esta profesión no está reglada, he querido conocer la opinión de estos servicios preguntándoles por los estudios académicos mínimos que exigen para trabajar y la valoración que les dan a diferentes formaciones.

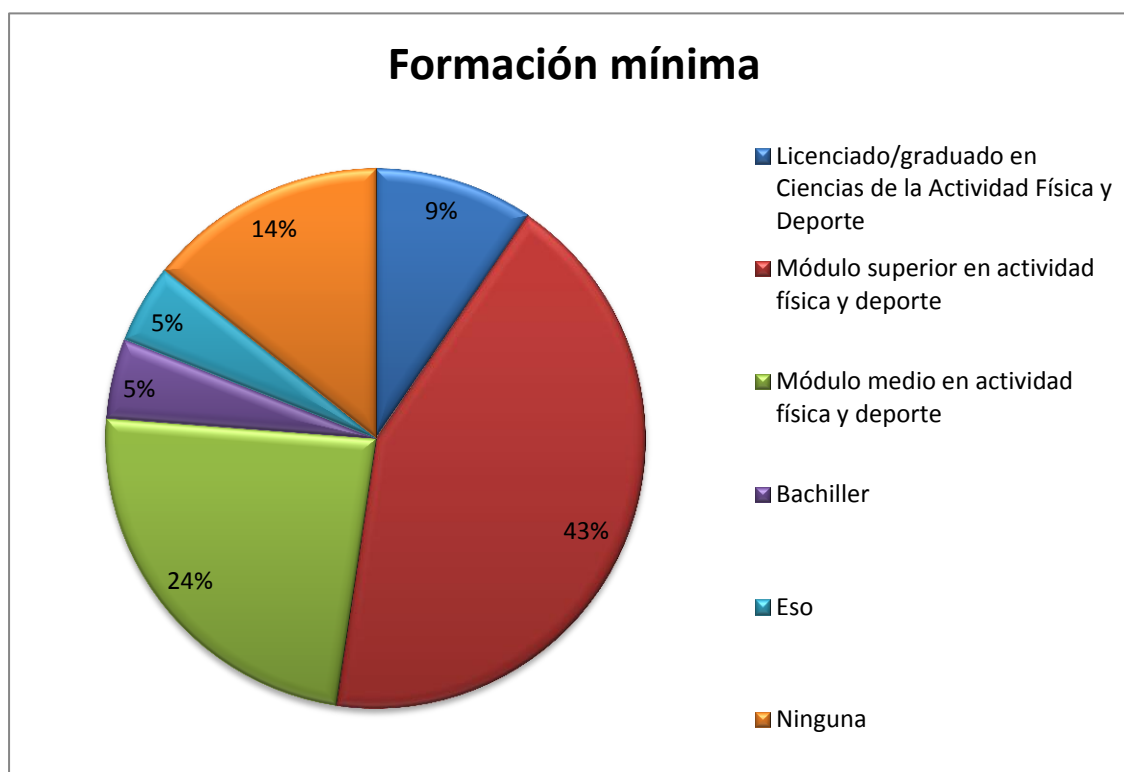
En cuanto a la formación académica mínima la he relacionado con el grado de CCAFD, y a partir de ahí he ido reduciendo la exigencia, donde he obtenido estos gráficos con las respuestas.



En los servicios de ciudad grandes podemos ver que el porcentaje más alto de formación mínima que requieren estos para empezar a trabajar es el módulo superior con un 40%, con un 30% que no exigen formación académica y dónde únicamente un 10% exige la formación mínima de graduado en CCAFD.

Esto vuelve a demostrar el poco control que se tiene en este campo, donde cualquier persona que le guste el deporte puede trabajar en este sector, sin conocer las consecuencias que puede tener un trabajo mal realizado por no tener formación mínima como hemos mencionado anteriormente. Aquí podemos ver que los porcentajes de las

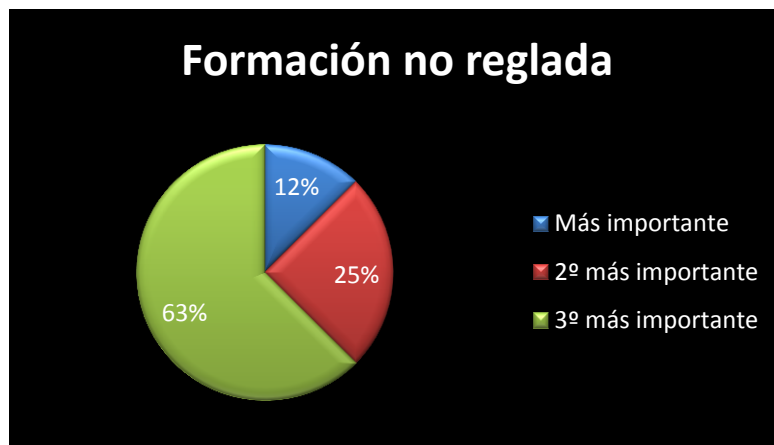
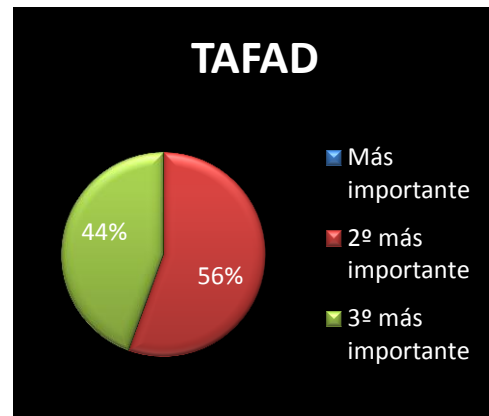
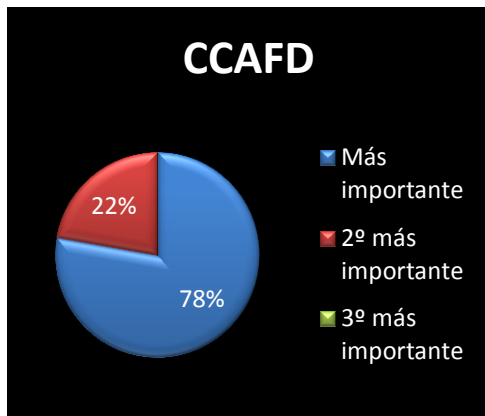
formaciones académicas en general no son bajos, por lo que puede observarse un aumento de la valoración de estas formaciones a la hora de ejercer la profesión.



En el caso de los servicios en ciudades pequeñas nos encontramos en que al igual que antes, la formación mínima exigida en la mayoría de servicios es el módulo superior con un 43%. Aquí observamos cómo hay un 14% de servicios que no exigen ninguna formación académica, estando el grado de CCAFD en último lugar con un 5% empatado con centro que exigen como mínimo la Eso.

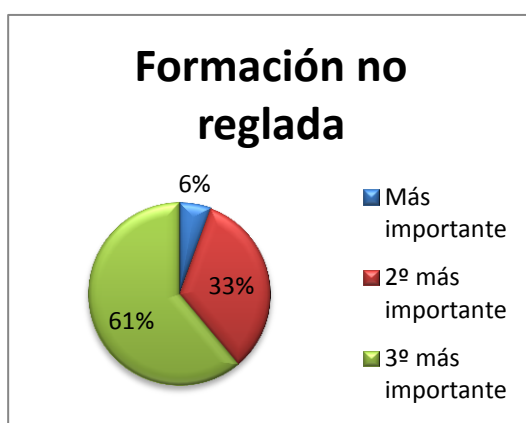
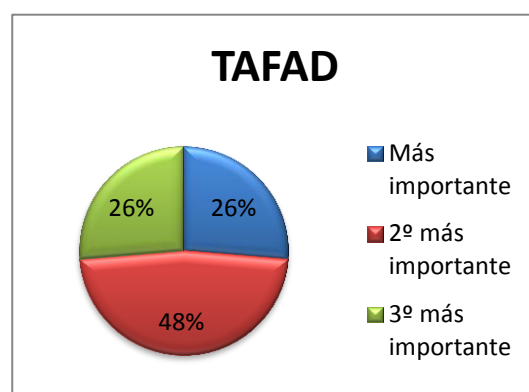
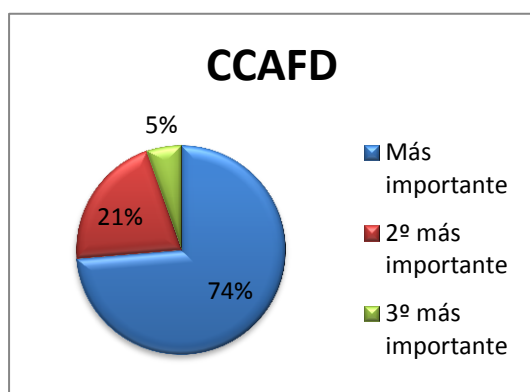
A partir de aquí podemos concluir como anteriormente, la poca regulación que existe en esta profesión.

En el siguiente apartado vamos a ver qué importancia dan los contratadores a al grado de CCAFD, al TAFAD y a las formaciones no regladas de actividades específica.



Podemos observar en estos gráficos que los centros fitness a la formación que más importancia le dan son al graduado en CCAFD, seguido de actividades específicas, aunque también hay que resaltar que éstas tienen el porcentaje más alto de la 3ª más importante con un 63%.

Aquí podemos observar, como los porcentajes que servicios en ciudades grandes consideran el grado en CCAFD son un 78%, lo que demuestra que este grado cada vez es más valorado, aunque ahora habría que intentar que realmente los contratadores lo valorarán a la hora de elegir a sus futuros profesionales.

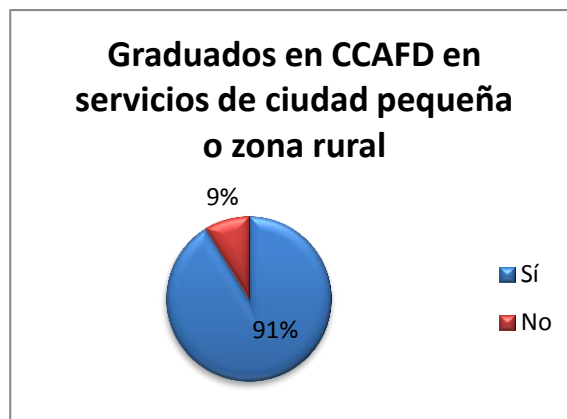
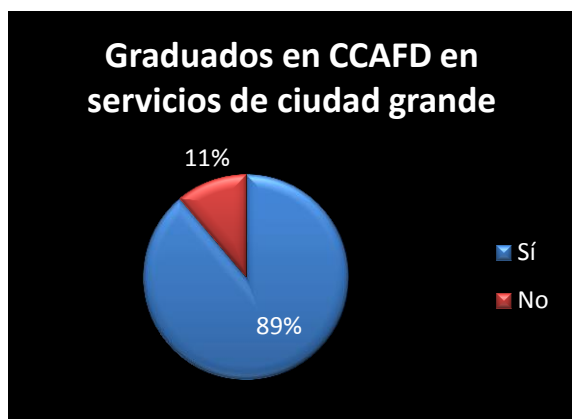


En el caso de los servicios en ciudades pequeñas nos encontramos con que al graduado de CCAFD tiene el que más importancia con un 74 %, aunque llama la atención que esta formación en un 5% sea la 3ª más importante.

Seguidamente está el TAFAD como el más importante con un 26%, destacando en el 2º más importante y por último destacar que en cuanto a formación no reglada en un 6% es considerada la más importante, destacando en la 3ª más importante con un 61%.

Comparando las dos localizaciones de servicios deportivos vemos como en las dos lo que más importancia tiene es el grado en CCAFD, viendo la mayor diferencia en el TAFD, donde para los centros en ciudad grande no es nunca la más importante y en los centros en ciudades pequeñas un 26% consideran esta formación como la más importante.

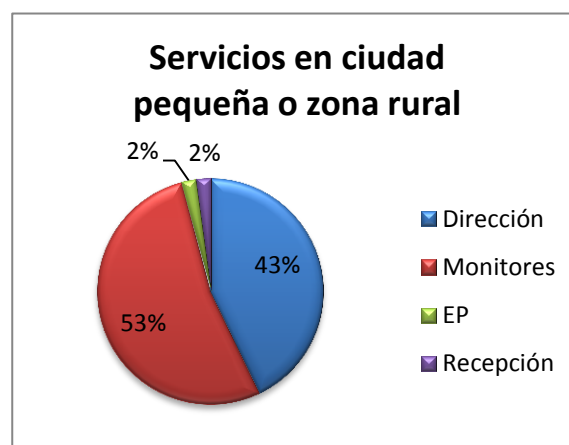
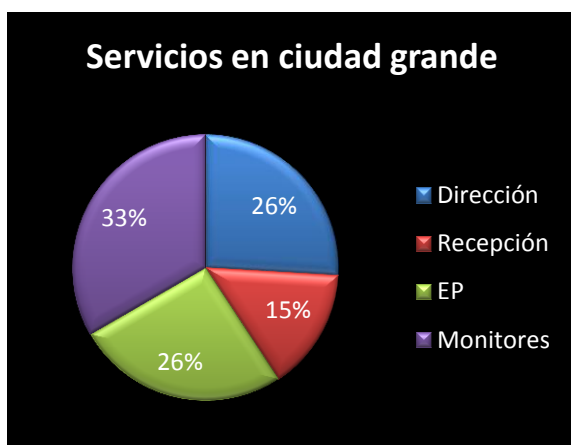
En el siguiente apartado conoceremos si en los dos tipos de servicios deportivos que hemos estudiado tienen algún graduado en CCAFD y en qué campo o área trabajan estos graduados.



Como podemos observar en estos dos gráficos la mayoría de los servicios deportivos tienen entre sus trabajadores algún graduado en CCAFD, con un 89% en servicios de ciudades grandes y un 91% en los servicios de ciudades pequeñas.

Llama la atención que en los servicios de ciudades pequeñas el porcentaje sea mayor, aunque prácticamente es igual.

Estos graduados debido al amplio campo en el que trabajan pueden desarrollar sus competencias en diferentes puestos de trabajos dentro de un servicio deportivo he preguntado el trabajo que desarrollan los graduados/licenciados. En los siguientes gráficos veremos los porcentajes donde estos desarrollan su trabajo.





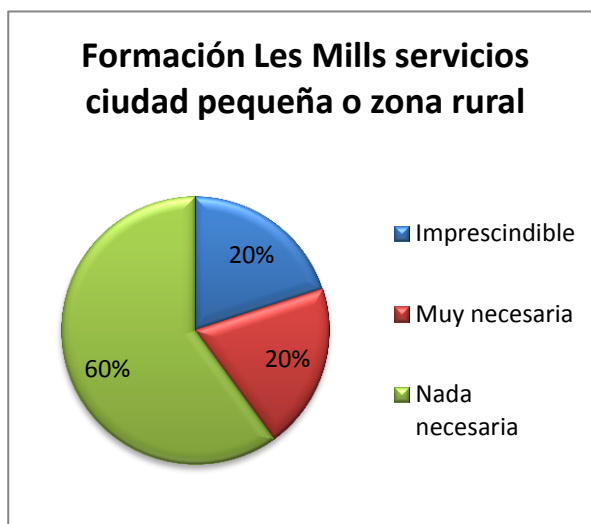
Podemos observar los gráficos en el que se distribuyen los licenciados/graduados en CCAFD que están contratados en los centros participantes en el presente estudio, en el que podemos observar cómo la mayoría de licenciados/graduados se encuadran en los puestos de monitores e instructores con un 33% en los servicios de ciudades grandes y un 53% en los servicios de ciudades pequeñas, seguido de este puesto predomina la dirección técnica y coordinación con un 26% y un 43% respectivamente. En el caso de los servicios de ciudades grandes vemos como también el porcentaje de EP es de un 26% por un 2% en los centros de ciudades pequeñas, lo que demuestra lo implantado que está el EP en la actualidad, sobre todo en ciudades grandes al igual que la necesidad que estos servicios los ejecuten los graduados en CCAFD. Por lo correspondiente al puesto recepción los encontramos en los servicios de ciudades grandes con un 15% y en las ciudades pequeñas únicamente un 2%.

Ahora analizaremos las recomendaciones de las formaciones más valoradas por parte de los centros participantes en el estudio según su localización.

En la clasificación de estas, también he hecho una tabla común donde he reflejado las empresas de formación más valoradas por los contratadores, según el tipo de actividad, a partir de una clasificación que he hecho, donde he englobado las diferentes actividades en categorías más globales para controlar mejor las respuestas.

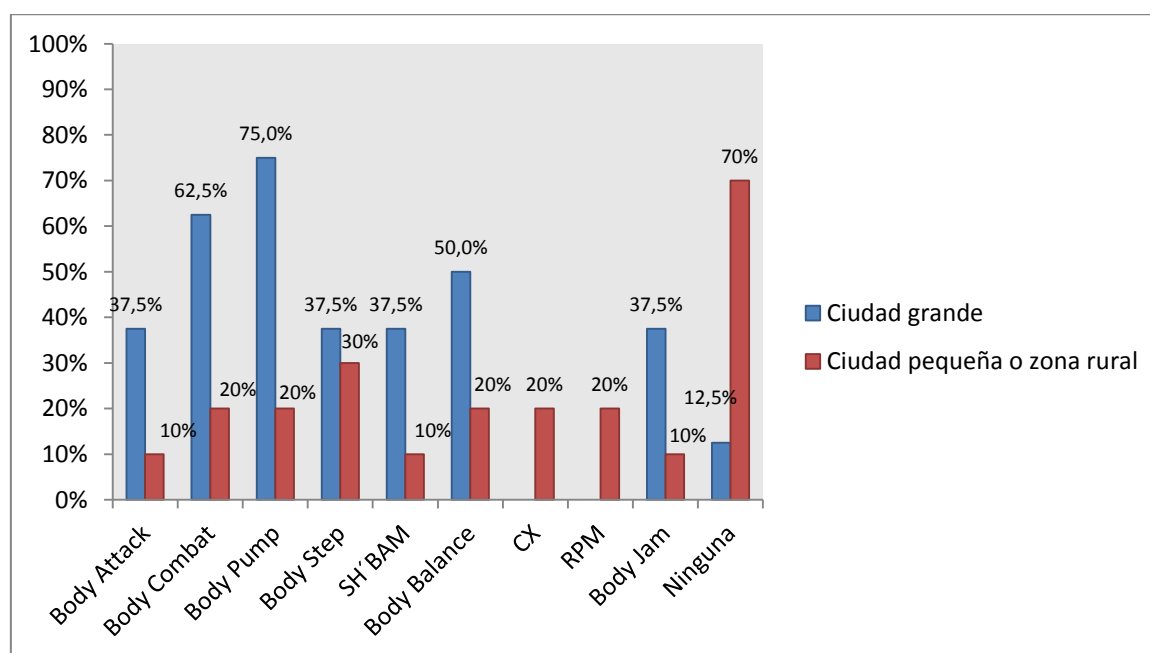
Para acabar esta comparación analizaremos las preguntas relacionadas con Les Mills.

En primer lugar analizaremos la valoración que dan los diferentes servicios a esta empresa de formación según su localización, donde a través de las siguientes gráficas podemos concluir:



Vemos como hay una gran diversidad de opiniones, especialmente en los centros de ciudades grandes siendo “muy necesaria” y “algo necesaria” los que tienen el porcentaje más elevado, con un 37%, siendo todo lo contrario en los servicios de ciudades pequeñas, donde vemos que el 60% considera estas actividades nada necesarias con un 60% y sin embargo un 20% las considera imprescindibles.

La siguiente pregunta tenía el fin de conocer la implantación de esta empresa de formación en los distintos servicios deportivos, y a través de cada una de las actividades y el porcentaje de centros que la imparten he creado el siguiente gráfico:

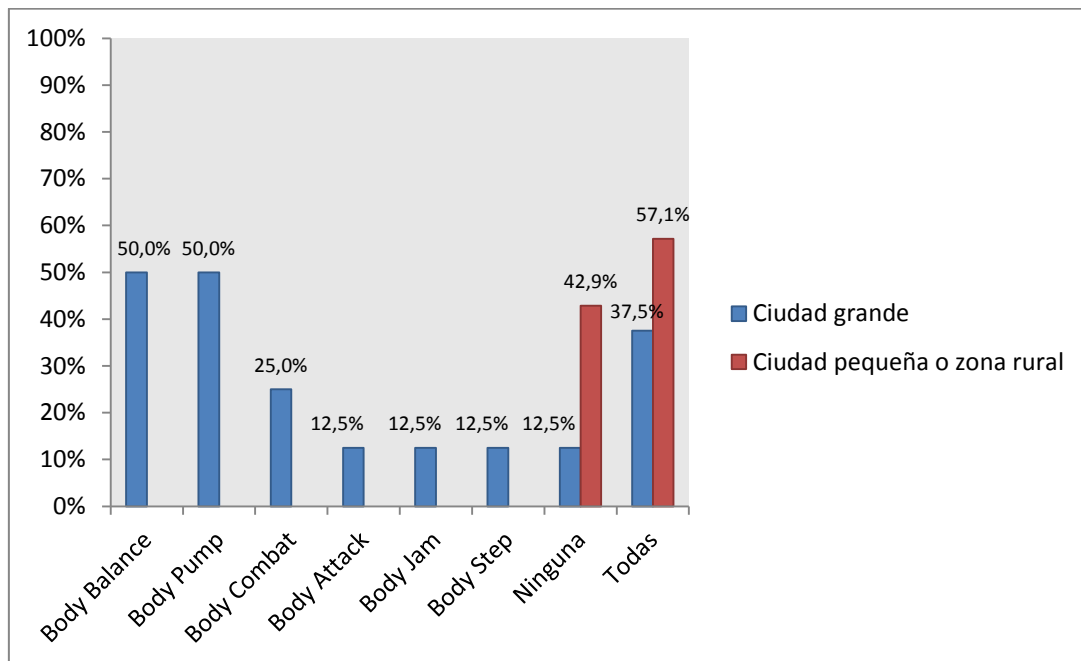


Podemos observar las diferencias que hay en entre los servicios según su localización, donde observamos que los servicios de ciudades grandes tienen más implantadas estas actividades centros fitness dando una mayor cantidad de estas, pero sin embargo los centros de ciudades pequeñas tienen actividades que los centros de ciudades grandes no tienen como el CX y el RPM, aunque el 70% de estos, no imparte ninguna actividad de esta empresa de formación por un 12,5% por parte de los centros en ciudades grandes.

Podemos observar como la actividad de body pump es la más implantada en los servicios de ciudades grandes con un 75% que la imparten por un 20% de servicios de ciudades pequeñas.

En el caso de los servicios de ciudades pequeñas vemos que la actividad más impartida es body step con un 30% de los centros.

Por último pedí recomendaciones, sobre estas actividades, para poder ver qué actividades de forma más específica, eran las más valoradas por los diferentes servicios deportivos, y a partir de las respuestas de los participantes de este estudio elaboré este gráfico para poder verlo a través de porcentajes:



Podemos observar que en los servicios de ciudades pequeñas el porcentaje que sobre sale es que un 42,9% de los servicios no recomiendan ninguna actividad, por un 57,1% que recomiendan todas.

Respecto a los servicios de ciudades grandes nos encontramos con los porcentajes más altos con un 50% y pertenecen a las actividades body pump y body balance, seguidas de todas con un 37,5%, por lo que estas son las más recomendadas por parte los servicios de esta localización.

A continuación nos encontramos que un 12,5% de los servicios en ciudades grandes de nuestro estudio han considerado que no recomendarían ninguna actividad de Les Mills.

Como conclusión general de estas actividades, podemos decir están más implantadas y son mejor valoradas en los servicios de ciudades grandes debido a la gran competencia que existe, y el valor comercial que tienen esa empresa de formación, y sin embargo en servicios de ciudades pequeñas estás actividades están mucho menos implantadas y me menos valoradas.

## 9. CONCLUSIONES

Se ha podido ver el crecimiento de los servicios deportivos comarcales y municipales, ya que en muchos aspectos son similares a los centros fitness.

A medida que he ido haciendo el estudio, he podido comprobar la gran competencia que existe en este mundo, incluso he llegado a recibir correos electrónicos de diferentes servicios, si yo trabajaba para alguna empresa, y estaba haciendo este estudio para ellos. Este ámbito necesita una regulación importante, puesto que hay muchos aspectos importantes sin determinar y está en juego la salud del usuario.

Es necesario que se siga investigando sobre éste ámbito profesional puesto que hay muy pocos trabajos que ahonden en él. Cuanto más conocido nos resulte, más sencillo resultará establecer estrategias para mejorar la calidad del servicio ofertado.

El sector del fitness representa una importante salida profesional para los licenciados/graduados en CCAFD.

Debemos luchar para evitar el intrusismo profesional puesto que se trata de un ámbito que mueve grandes cantidades económicas en nuestro país y que atrae los intereses de gente no cualificada que pone en riesgo la salud de muchas personas.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Arufe, V., García, J.L. & Rodrigues, V. (2012). La importancia de los ayuntamientos como agentes de promoción de la actividad física saludable en personas mayores. *Habilidad Motriz*. 38, 22-28.
- Campos, A. (2013). Situación sociodemográfica y formativa de los entrenadores personales en la Comunidad Valenciana. *Retos. Nuevas tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*. 24, 57-59.
- Campos, A. (2012). Situación laboral de los entrenadores personales en la Comunidad Valenciana. *Aloma. Revista de Psicología, Ciencias de la Educación y del Deporte*. 1(30), 167-174.
- Campos, A. (2006). *Situación profesional de las personas que trabajan en actividad física y deporte en la Comunidad Autónoma de Valencia*. Tesis doctoral publicada. Universidad de Valencia, Departamento de Educación Física y Deportiva.
- Consumer Eroski (2004). Más de la mitad suspenden el examen. *Consumer*, 78, 5-9.
- Consumer Eroski (2006). La atención y el asesoramiento al cliente en los gimnasios siguen en baja forma. *A fondo-Análisis-Informe*, 35-41. 62
- Consumer Eroski (2011). La atención al cliente y el asesoramiento médico-deportivo continúan siendo deficientes. *A fondo-Análisis-Informe*, 35-41.
- Dosil, J. (2002). Escala de actitudes hacia la actividad física y el deporte (EAFD). *Cuadernos de Psicología del deporte*, 2(2), 43-55.
- Fernández, R. (2007). Memoria y olvido de Francisco Amorós y de su modelo educativo gimnástico y moral. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 6(3), 24-51.
- García, S. (2011). *Características de los centros de fitness de titularidad privada en la Comunidad de Madrid*. Tesis doctoral publicada. Universidad Europea de Madrid, Departamento de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.
- Gavín, J. (2007), IDEA Fitness Industry Compensation Survey 2006. *IDEA Fitness Journal*. Extraído el 18 de mayo de 2015 de: [www.idealife.com](http://www.idealife.com)

- International Health Racquet and Sportsclub Association (2013). *State of the Health Club Industry.IHRSA Global Report*. Boston: IHRSA.
- Jones, J. (1996). The Origin of Personal Training. *The business of personal training*. Champaign: Humans Kinetics.
- Lagrosen, S. y Lagrosen, Y. (2007). Exploring service quality in the health and fitness industry. *Managing Service Quality*, 17, 41-53
- Macías, M.V. (1999). *Estereotipos y deporte femenino. La influencia del estereotipo en la práctica deportiva de niñas y adolescentes*. Tesis doctoral publicada. Universidad de Granada, Departamento de Psicología social y metodología de las ciencias del comportamiento.
- Martín, V. (2012). El problema del intrusismo profesional en el sector del fitness. Posibilidades de solución mediante la regulación de las titulaciones deportivas. *Revista wanceulen E.F. digital*. 9
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, (2015). *Estadística 2015. Anuario de estadísticas deportivas 2015*. Extraído el 18 de Mayo de 2015 de [http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/anuario-deporte/Anuario\\_de\\_Estadisticas\\_Deportivas\\_2015.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/anuario-deporte/Anuario_de_Estadisticas_Deportivas_2015.pdf)
- Ortiz, P. (2014). *Estudio de la rentabilidad en el sector del fitness a través de los balances de gimnasios y hoteles de alto nivel*. Tesis doctoral. Universidad de Huelva. Departamento de Economía.
- Park, R.J. (2007). Science, Service, and the Professionalization of Physical Education: 1885-1905. *International Journal of the History of Sport*, 24, 1674-1700.
- Puig, N. & Viñas, J. (2001). *Mercat de treball I llicenciatura en educació física a L'INEF-Catalunya, Barcelona (1980-1987)*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Reverter, J. & Barbany, J. R. (2007). “Del gimnasio al ocio-salud”. *Gestión deportiva, ocio y turismo*, 90, 59-68.

- Rhodes, T. (2005). Fitness - Top 20 Facility Trends. *Fitness Management*. Extraído el 18 de Mayo de 2015 de <http://fitness-management.com/articles/article.aspx?articleid=3176&zoneid=22>
- Rivadeneyra, M.L. (2003). *Deporte, mercado laboral y formación inicial en España en el siglo XX*. Sevilla: Wanceulen.
- Santos, M. (2009). *Montar un gimnasio, una sana y rentable inversión*. Extraído el 18 de Mayo de 2015 de <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/plan-de-negocio-gimnasio>
- Serrano, M.D. (1997). *El delito del intrusismo profesional*. Madrid: Civitas.
- Zambrana, M. (2005). *Historia y Breve Evolución del Deporte en España*. Madrid: Circulo de Gestores Deportivos de Madrid.
- Zimmermann, C.A. (1977). *The super sneaker book*. New York: Doubleday.

# ANEXOS

## ANEXO 1

### BLOQUE 1: INFORMACIÓN GENERAL

Antigüedad del centro.  
Superficie.  
Entorno.  
Número de clientes.  
Número de trabajadores.  
Cuota promedio para hacer uso de las instalaciones.  
Distribución porcentual de los clientes respecto a género.

### BLOQUE 2: INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS

Características de los espacios deportivos que dispone el centro.

### BLOQUE 3: CONTRATACIONES

Características de los trabajadores contratados.  
Formaciones regladas y no regladas.  
Franquicia Les Mills

## ANEXO 2

### ZARAGOZA

1. Megym utrillas Zaragoza
2. MeGym! NAVARRA ZARAGOZA
3. Cuerpos Fitt Zaragoza
4. Más que coliseo
5. Centro deportivo Las Fuentes
6. Gimnasio Iconos
7. Paidesport Center
8. Suite Cycling Club
9. Gimnasio Universitas
10. Camm Trav.
11. GYM Cuélla
12. Gym for you Servicios deportivos S.l.
13. Work's Gym
14. Spa Las Ranillas
15. New Life Sport Club
16. Body Factory



17. Siglo XXI
18. José Garcés
19. Gimnasio Crossing
20. Muscle Centre
21. Gym Gual
22. Island Fitness Centre
23. Virgin Active España S.a.u.
24. Donas
25. Gym Body Sport
26. Palladium Fitness –Spa
27. Iron Salfer
28. Metropolitan Zaragoza
29. Gimnasio Imperial
30. Millenium Vía Universitat
31. Gimnasio California S.C.
32. Centro Deportivo Delicias
33. 3 Pilates Center
34. Open Sport Las Fuentes
35. Gimnasio Apolo
36. Gimnasio Hércules
37. Gimnasio ACB aviva
38. Gimnasio integral zaragoza
39. Fundación Canónica Venecia - Stadium Venecia
40. Asociación polideportivo San Agustín
41. Ciudad deportiva Montecanal s.l.
42. Fitness center Ismael balsas
43. Gimnasio Élite
44. Centro deportivo femenino Hernán Cortés
45. Millenium Club
46. Inacua La Granja
47. C.D.M Duquesa Villahermosa
48. VivaGym Zaragoza
49. CrossFit Zaragoza
50. Gym Cuellar
51. Helios
52. Stadium Casablanca

### **PROVINCIA ZARAGOZA**

53. Sport Take
54. Centro deportivo Utebo
55. Sport Studio Gym
56. Burpee Crew Zaragoza Training
57. MULTISPORT 2006, S.L.

## **HUESCA**

- 58. Centro Deportivo Parque Alameda
- 59. Sentral Fitness Huesca
- 60. Centro De Deporte Y Salud J10
- 61. Silban Fitness studio
- 62. Indoor Huesca
- 63. Live Gim S L

## **PROVINCIA HUESCA**

- 64. Gimnasio Funakoshi sl
- 65. Centro deportivo Monzón
- 66. Gimnasio Zeus
- 67. Green
- 68. Club fitness Barbastro
- 69. Centro deportivo Sauter
- 70. Espacio Vida
- 71. Padel indoor
- 72. Body Builder fitness
- 73. Gimnasio DYS Bajo Cinca
- 74. Seven Sport Center
- 75. PyreneSport
- 76. Revive Jaca
- 77. Zona Sport

## **TERUEL**

- 78. Anymafis team
- 79. People's Gym
- 80. Gimnasio Free Time Sport Slu
- 81. Curves Teruel
- 82. Centro fitness y fisioterapia manual integral health
- 83. Step Dynamics

## **PROVINCIA TERUEL**

- 84. Gimnasio Fitness
- 85. Studio Fitness

### ANEXO 3

- Alto Gállego
- Andorra-Sierra de Arcos
- Aranda
- Bajo Aragón
- Bajo Aragón-Caspe
- Bajo Cinca
- Bajo Martín
- Campo de Belchite
- Campo de Borja
- Campo de Cariñena
- Campo de Daroca
- Cinca Medio
- Cinco Villas
- Comunidad de Calatayud
- Comunidad de Teruel
- Cuencas Mineras
- DC de Zaragoza
- Gúdar-Javalambre
- Hoya de Huesca
- Jiloca
- La Jacetania
- La Litera
- La Ribagorza
- Los Monegros
- Maestrazgo
- Matarraña
- Ribera Alta del Ebro
- Ribera Baja del Ebro
- Sierra de Albarracín
- Sobrarbe
- Somontano de Barbastro
- Tarazona y el Moncayo
- Valdejalón

<http://deporte.aragon.es/es/deporte-en-aragon/deporte-municipal-y-comarcal/id/31>

#### ANEXO 4

Centros fitness	Servicios públicos
Tiempo parcial	Jornada parcial
Indefinido	Indefinido
Jornada completa	Jornada completa
Temporal	Contrato Temporal
Fijo discontinuo	Contratos fijos
Autónomo	Autónomos
	Contrato por obra o servicio
	Subcontratas de estos servicios

#### ANEXO 5

	Centros fitness	Servicios públicos
Ciclo indoor	Schwinn Cycling	FEDA
	BestCycling	
	Pro Cycling	
	Cycling Room	

	Centros fitness	Servicios públicos
Pilates	Pilates Xtensal	Aragón Pilates
	Polestar	Federacion española de pilates y taichi
	Pilates Alliance	FEDA
	Stott Pilates	

	Centros fitness	Servicios públicos
Actividades coreografiadas (aeróbic, step, zumba, body jam, body attack etc.)	Les Mills	FEDA
	Zumba	Federacion catalana de aerobio y step
	Orthos FunnyFit (actividad para niños)	

	Centros fitness	Servicios públicos
Actividades de tonificación (body pump, crossfit, circuit, boot camp, hiit, abdominales, etc.)	FEDA	FEDA
	Crossfit.	Vital Sport
	Les Mills	

	Centros fitness	Servicios públicos
Entrenamiento en suspensión (trx, etc.)	TRX Fitness alianza	FEDA
	TRX	Vital sport

	Centros fitness	Servicios públicos
Gimnasia suave (body balance acondicionamiento/mantenimiento, espalda sana, estiramientos, etc.)	Les Mills	FEDA
	bodyART - entrenamiento funcional	

	Centros fitness	Servicios públicos
Actividades de cuerpo y mente (yoga, taichi, etc.)		SIVANANDA

	Centros fitness	Servicios públicos
Monitor de musculación (entrenador de musculación, etc.)	Apta Vital	FEDA
	SE	
	FEDA	
	Orthos	
	Entrenador nacional musculación en la Federación española halterofilia	

	Centros fitness	Servicios públicos
Actividades acuáticas (aquafitness, aquaspinning, etc.)		Federación natación

Deportes de lucha (judo, boxeo, karate, etc.)	FEDA	
	Centros fitness	Servicios públicos
	Federaciones correspondientes	

	Centros fitness	Servicios públicos
Deportes de raqueta	Monitor regional de Pádel	Monitor regional de Pádel
	Título Federativo monitor de pádel	Título Federativo monitor de pádel
		Federación tenis

Bailes (salsa, hip-hop, etc.)

Running

## ANEXO 6

- “Formación en sala fitness y entrenador personal (Apta Vital), por ser lo que más se demanda en el tipo de centros que actualmente se están abriendo.”
- “El Crossfit, igual sería una forma más novedosa de poder entrar en el mundo del fitness.”
- “Formación federación española halterofilia musculación y competencia profesional específica”
- “Formación específica en musculación (monitor de sala).”
- “FUNNYFIT (método deportivo de baile exclusivo para niños) es un método muy amplio dirigido a un público que aún no está explotado en el mundo del fitness. bodyART (entrenamiento funcional muy completo) ZUMBA (programa aeróbico muy completo)”
- “Aconsejaría formación reglada por el ministerio de educación (universitaria o módulos de formación profesional) porque son los únicos con una validez curricular real y con calidad garantizada. Desaconsejaría cualquier formación franquiciada, especialmente Les Mills, por la baja calidad de sus programas, la ausencia de principios básicos tanto técnicos como éticos y las prácticas de persuasión mafiosas para quienes han sido sus alumnos y trabajan en centros que utilizan programas "libres" o de otras franquicias.”
- “Les Mills Stott Pilates”

Estas primeras son las propuestas por los centros fitness y estas segundas por los servicios públicos.

- *“Personalmente creo que para aconsejar a una persona depende del tipo de actividad/es que oferte el centro o entidad donde vayas a trabajar. Por otro lado, contra más abanico de cursos y/o modalidades pueda abarcar muchísimo mejor.”*
- *“Ciclo indoor FEDA, Pilates FEDA”*
- *“Nuestra mayor problemática es encontrar gente formada ligada a las actividades con soporte musical... zumba, aerobio, step, bailes.... creo que es en este campo donde hay una demanda fuerte y una baja oferta de profesionales.”*
- *“Si va a optar a servicio público, formación en empresas o cursos reconocidos o homologados. aclarar una cosa, al ser administración y concursos públicos las formaciones se valoran y puntúan, pero no se exigen y como es obligación ser ecuanimes, no se deben tener preferencias por ejemplo de sexo en los concursos.”*
- *“Depende del entorno en el que tenga que desarrollar la actividad. La zona rural es diferente al sector al que está orientado este formulario.”*
- *“Cuanta más formación específica mejor. Se están contratando más a personal formado específicamente o TAFAD que ha licenciados. Los licenciados vienen formados demasiado teóricos y poco prácticos, y las empresas buscan más prácticos que teóricos.”*
- *“Pilates, Ciclo Indoor, Zumba Fitness, Body Pump, TRX, Abdominales, etc. Es lo que más se está demandando en la actualidad, incluso en zonas rurales. Este tipo de formación específica no está en el currículum de las titulaciones académicas, por lo que es necesario acudir a formaciones complementarias (empresas con marca registrada u otras que garanticen que los alumnos salgan con las competencias necesarias para satisfacer a los usuarios, cada vez más exigentes y experimentados)”*

## ANEXO 7

	Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural
Ciclo indoor	Schwinn Cycling	FEDA
	BestCycling	
	Pro Cycling	
	Cycling Room	

	Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural
Pilates	Pilates Xtensal	Aragón Pilates
	Pilates Alliance	Stott Pilates
		Federacion española de pilates y taichi
		Feda
		Polestar

	Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural
Actividades coreografiadas (aeróbic, step, zumba, body jam, body attack etc.)	Les Mills	Les Mills
	Zumba	FEDA
	Orthos	Federación catalana de aerobio y step
		ZUMBA (actividad para adultos)
		FUNNYFIT (actividad para niños)



	Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural
Actividades de tonificación (body pump, crossfit, circuit, boot camp, hiit, abdominales, etc.)	FEDA	Vital Sport
	Crossfit.	FEDA
	Les Mills	Les Mills
		Vital Sport
		FEDA

	Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural
Entrenamiento en suspensión (trx, etc.)	TRX Fitness alianza	Vital sport
	TRX	FEDA
	TRX Fitness alianza	

	Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural
Gimnasia suave (body balance acondicionamiento/mantenimiento, espalda sana, estiramientos, etc.)	Les Mills	FEDA
	Espalda Sana	

	Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural
Actividades de cuerpo y mente (yoga, taichi, etc.)		Sivananda

	Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural
Monitor de musculación (entrenador de musculación, etc.)	Apta Vital	FEDA
	SE	
	FEDA	
	Orthos	
	Entrenador nacional de musculación	

	Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural
Deportes de lucha (judo, boxeo, karate, etc.)	Federaciones correspondientes	

	Ciudad grande	Ciudad pequeña o zona rural
Deportes de raqueta	Monitor regional de Pádel	Cursos federativos de Tenis / Pádel

Bailes (salsa, hip-hop, etc.)
-------------------------------

Running
---------

## **ANEXO 8 Correo enviado a los centros fitness**

Buenos días.

Soy Javier Rausell García, estudiante de 4º curso de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte en la Universidad de Zaragoza. Estoy realizando mi proyecto de fin de carrera centrado en el ámbito del fitness en Aragón. El objetivo de mi estudio es valorar qué formaciones son más demandadas por los contratadores del sector, así como conocer el perfil de profesional que demanda el sector dependiendo del tipo de centro. Para ello se invita a la cumplimentación de un cuestionario al contratador/coordinador/gerente/director del centro, con preguntas relacionadas con las contrataciones y procesos de selección de personal que sigue el centro (no es obligatorio responder a todas las preguntas, en el caso de no querer contestar alguna concreta)".

¿Cómo pueden colaborar con el estudio?

Los contratadores/coordinadores/gerentes/directores de los centros fitness de Zaragoza:

- Cumplimentando el siguiente cuestionario online anónimo:  
[https://docs.google.com/forms/d/1uvbNxiw6sZAAMTxJqx2o1UG\\_\\_A025eMmcGlsTC6Q02w/viewform?usp=send\\_form](https://docs.google.com/forms/d/1uvbNxiw6sZAAMTxJqx2o1UG__A025eMmcGlsTC6Q02w/viewform?usp=send_form)

Su colaboración es de gran importancia para el logro de los objetivos del estudio. Mi compromiso es facilitar un resumen de los datos recogidos a aquellos participantes en el estudio que así lo soliciten. Quiero aclarar que la finalidad de este estudio es meramente académica. Si desea cualquier aclaración sobre mi trabajo, o desea tener un seguimiento del mismo, no dude en contactar conmigo.

Cumplimentarlo solo le llevará unos minutos y me ayudará en gran medida en la realización de este estudio

Muchas gracias.

*Reciba un cordial saludo,*

*Javier Rausell García.*

*javirausell@hotmail.com*

*658944895*

## **ANEXO 9 Correo enviado a los servicios de deportes municipales y comarcales**

Buenos días.

Soy Javier Rausell García, estudiante de 4º curso de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte en la Universidad de Zaragoza. Estoy realizando mi proyecto de fin de carrera centrado en el ámbito del fitness y los servicios deportivos municipales y comarcales en Aragón. El objetivo de mi estudio es valorar qué formaciones son más demandadas por los contratadores del sector, así como conocer el perfil de profesional que demanda el sector dependiendo del tipo de centro o servicio. Para ello se invita a la cumplimentación de un cuestionario al contratador/coordinador/gerente/director del centro o servicio deportivo, con preguntas relacionadas con las contrataciones y procesos de selección de personal que sigue el centro o servicio (no es obligatorio responder a todas las preguntas, en el caso de no querer contestar alguna concreta)".

¿Cómo pueden colaborar con el estudio?

Los contratadores/coordinadores/gerentes/directores de los servicios deportivos comarcales y municipales de Aragón:

- Cumplimentando el siguiente cuestionario online anónimo:  
[https://docs.google.com/forms/d/1F5bzhlsXEK2DZ24xm9e1w3w3-H0Z8IHR9kEzDILwqUk/viewform?usp=send\\_form](https://docs.google.com/forms/d/1F5bzhlsXEK2DZ24xm9e1w3w3-H0Z8IHR9kEzDILwqUk/viewform?usp=send_form)

Su colaboración es de gran importancia para el logro de los objetivos del estudio. Mi compromiso es facilitar un resumen de los datos recogidos a aquellos participantes en el estudio que así lo soliciten. Quiero aclarar que la finalidad de este estudio es meramente académica. Si desea cualquier aclaración sobre mi trabajo, o desea tener un seguimiento del mismo, no dude en contactar conmigo.

Cumplimentarlo solo le llevará unos minutos y me ayudará en gran medida en la realización de este estudio

Muchas gracias.

*Reciba un cordial saludo,  
Javier Rausell García.*

## ANEXO 10 CUESTIONARIA ENVIADO A LOS SERVICIOS DEPORTIVOS

### Cuestionario centros de fitness en Aragón

Cuestionario destinado a los/las contratadores/coordinadores/gerentes/directores de los centros

#### INFORMACIÓN GENERAL

##### 1. Antigüedad del centro

Indicar los años que tiene el centro

##### 2. Superficie

En metros cuadrados

##### 3. ¿En qué entorno está situada la instalación?

- ☐ Centro ciudad grande (más de 50.000 hab.)
- ☐ Periferia ciudad
- ☐ Ciudad pequeña (menos de 50.000 hab.)
- ☐ Zona rural

##### 4. Número de clientes

Aproximado

##### 5. Número de trabajadores

##### 6. ¿De los trabajadores, cuántos trabajan en la sala fitness o son instructores?

##### 7. Cuota promedio para hacer uso de las instalaciones:

Elegir intervalo de una cuota normal

- ☐ <20 euros/mes
- ☐ 20-30 euros/mes
- ☐ 30-40 euros/mes
- ☐ 40-50 euros/mes
- ☐ 50-60 euros/mes
- ☐ >60 euros/mes

##### 8. Actualmente, ¿podría indicarnos la distribución porcentual aproximada de clientes masculinos?

Respuesta Ejemplo 45%

¿Y femeninos?

## INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS

### 9. Espacios de actividad físico-deportiva.

Indicar el número de unidades que dispone la instalación de cada espacio. En caso de no tener, no completar la casilla correspondiente.

	1	2	3	>3
VASO DE PISCINA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SALA FITNESS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SALA CLASES COLECTIVAS/POLIVALENTE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SALA CICLO-INDOOR	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SALA DEPORTES DE CONTACTO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SPA O ZONA ESPECÍFICA DE HIDROTERAPIA Y/O TERMOTERAPIA (NO INCLUIR SI SE TRATA DE EQUIPO EN VESTUARIOS)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PISTA GRANDE (DEPORTES COLECTIVOS)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PISTA PÁDEL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PISTA DE TENIS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SQUASH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PARQUE INFANTIL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ROCÓDROMO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SOLARIUM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 9.1. Espacios de actividad físico-deportiva.

Indicar la superficie total (suma de todos los espacios similares) de cada espacio indicado. En caso de no tener, no completar la casilla correspondiente.

	<100m2	100- 200m2	201- 300m2	301- 400m2	400m2- 500m2	>500m2
VASO DE PISCINA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SALA FITNESS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	<100m2	100-200m2	201-300m2	301-400m2	400m2-500m2	>500m2
SALA CLASES COLECTIVAS/POLIVALENTE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SALA CICLO-INDOOR	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SALA DEPORTES DE CONTACTO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SPA O ZONA ESPECÍFICA DE HIDROTERAPIA Y/O TERMOTERAPIA (NO INCLUIR SI SE TRATA DE EQUIPO EN VESTUARIOS)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PISTA GRANDE (DEPORTES COLECTIVOS)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PISTA PÁDEL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PISTA DE TENIS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SQUASH	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PARQUE INFANTIL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ROCÓDROMO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SOLARIUM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Otros espacios de actividad físico-deportiva que no se hayan mencionado.**

Indique tipo, cantidad y superficie

## CONTRATACIONES

**10. ¿Cuál es el perfil personal que busca en un profesional?**

**11. Señale la preferencia que tiene el centro a la hora de contratar según los siguientes criterios.**

El más importante

El segundo más importante

El tercer más importante

El cuarto más importante

**12. ¿Cuáles son las competencias que valoran/exigen a la hora de contratar a un profesional en su instalación?**

**13. ¿En qué rango de edad buscas tus futuros profesionales?**

**14. ¿Tiene en cuenta el género para realizar contrataciones?**

**15. ¿Qué tipo de contrato establecen con los profesionales de su centro?**

**16. ¿Alrededor de que intervalo es el sueldo medio mensual neto de un profesional a tiempo completo?**



- ☐ ☐ <300€
- ☐ ☐ 301-500€
- ☐ ☐ 501-700€
- ☐ ☐ 701-1000€
- ☐ ☐ 1001-1200€
- ☐ ☐ 1201-1500€
- ☐ ☐ 1500-2000€
- ☐ ☐ 2001-2300€
- ☐ ☐ 2301-2500€
- ☐ ☐ >2500€

**17. ¿Tiene el centro establecido alguna política de formación continua para sus trabajadores?**

En caso afirmativo, indique en qué acciones de las siguientes se materializa

- ☐ ☐ En el propio centro se organizan cursos de formación para los trabajadores.
- ☐ ☐ La entidad oferta una serie de cursos de formación que se realiza fuera del centro.
- ☐ ☐ La entidad favorece de alguna manera la realización de cursos demandados por ellos.
- ☐ ☐ La entidad suele organizar salidas con sus trabajadores a congresos, ferias, etc., del sector.
- ☐ ☐ El propio centro cuenta con documentación actualizada y especializada a disposición de sus trabajadores (libros, revistas, etc.)
- ☐ ☐ Otro:

**18. ¿Quién asume los costes de las formaciones anteriores?**

**19. ¿Cuál es la formación académica reglada mínima que requieren para contratar a un profesional de su centro?**

- ☐ ☐ Doctor en actividad física y deporte
- ☐ ☐ Licenciado/graduado en Ciencias de la Actividad Física y Deporte
- ☐ ☐ Módulo superior en actividad física y deporte
- ☐ ☐ Módulo medio en actividad física y deporte
- ☐ ☐ Bachiller
- ☐ ☐ Eso
- ☐ ☐ Ninguna
- ☐ ☐ Otro:

**20. Señale la preferencia que tiene el centro a la hora de contratar según los siguientes ítems.**

El más importante

El segundo más importante

El tercero más importante

**21. ¿Existen Licenciados/Graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte entre los trabajadores del centro?**

- ☐ Sí
- ☐ No

**En caso afirmativo, ¿podría indicarnos el número de Licenciados/Graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte que trabaja en cada una de las siguientes áreas o campos del centro?**

	1-3	4-8	9-12	13-16	17-20	>20
Dirección técnica/coordinación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recepción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrenamiento personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monitores/instructores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**22. ¿Qué formación no reglada consideras fundamental a la hora de contratar tus trabajadores?**

- ☐ Ciclo indoor
- ☐ Pilates
- ☐ Actividades coreografiadas (aeróbic, step, zumba, body jam, body attack, etc.)
- ☐ Actividades de tonificación ( body pump, crossfit, circuit, boot camp, abdominales, etc.)
- ☐ Entrenamiento en suspensión (trx, etc.)
- ☐ Gimnasia suave (body blance, acondicionamiento/mantenimiento, espalda sana, estiramientos, etc.)
- ☐ Actividades de cuerpo y mente (yoga, taichi, etc.)
- ☐ Monitor de musculación ( entrenador de musculación, etc.)

- ☐ ☐ Actividades acuáticas (aquafitness, aquaspinning, etc.)
- ☐ ☐ Deportes de lucha ( judo, boxeo, karate, etc.)
- ☐ ☐ Deportes de raqueta
- ☐ ☐ Formación Les Mills
- ☐ ☐ Otro:

23. Para las actividades citadas a continuación, ¿cuál es la empresa/as de formación que más valoras?

Si no considera importante ninguna formación en alguna actividad, deje el espacio en blanco.

## Ciclo indoor

## Pilates

**Actividades coreografiadas (aeróbic, step, zumba, body jam, body attack etc.)**

**Actividades de tonificación (body pump, crossfit, circuit, boot camp, hiit, abdominales, etc.)**

## Entrenamiento en suspensión (trx, etc.)



**Gimnasia suave (body balance acondicionamiento/mantenimiento, espalda sana, estiramientos, etc.)**



**Actividades de cuerpo y mente (yoga, taichi, etc.)**



**Monitor de musculación (entrenador de musculación, etc.)**



**Actividades acuáticas (aquafitness, aquaspinning, etc.)**



**Deportes de lucha (judo, boxeo, karate, etc.)**



### Deportes de raqueta



24. ¿Cómo valoras la formación que la empresa Les Mills imparte a los monitores?

- ☐ Nada necesaria
- ☐ Poco necesaria
- ☐ Algo necesaria
- ☐ Muy necesaria
- ☐ Imprescindible

25. De las actividades de Les Mills, ¿Cuáles ofreces en tu centro?

- ☐ Ninguna
- ☐ Todas
- ☐ Body attack
- ☐ Body balance
- ☐ Body combat
- ☐ Body jam
- ☐ Body pump
- ☐ Body step
- ☐ Body vive
- ☐ RPM
- ☐ SH'BAM
- ☐ CXWROX

26. De las actividades de Les Mills, ¿Qué formaciones piensas que son más interesantes para un profesional del sector?

Marca todas las que estimes oportunas

- ☐ Ninguna
- ☐ Todas
- ☐ Body attack

- ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

# Motivo?

## Refleja