

“Tendencia en la demanda de gimnasios en mujeres de 15 años en adelante”

Br. Carlos López¹, Br. Paola Márquez², Br. Christopher Mendoza³, Br. Betsabé Romero⁴, Br. Jocelyn Rivera⁵

¹Lic. Administración de Empresas
Estudiante, Facultad de Ciencias Empresariales

²Lic. Administración de Empresas
Estudiante, Facultad de Ciencias Empresariales

³Lic. Administración de Empresas
Estudiante, Facultad de Ciencias Empresariales

⁴Lic. Administración de Empresas
Estudiante, Facultad de Ciencias Empresariales

⁵Lic. Administración de Empresas
Estudiante, Facultad de Ciencias Empresariales

¹carlos.lopez190797@liveusam.edu.sv, ²paola.marquez191135@liveusam.edu.sv,
³christopher.mendoza190867@liveusam.edu.sv, ⁴betsabe.romero190604@liveusam.edu.sv,
⁵jocelyn.rivera190428@liveusam.edu.sv

Resumen

En la actualidad el mercado de los gimnasios ha crecido exponencialmente, obligando a los ofertantes de este tipo de servicios a mantenerse a la vanguardia para alcanzar las expectativas que el consumidor establece, y que solo pueden lograrse mediante la implementación de nuevas técnicas o el uso de herramientas tecnológicas, procurando mantener una excelente calidad del servicio para retener a los clientes que se encuentran asistiendo a los gimnasios y atraer clientes potenciales. Para los consumidores, los factores motivacionales juegan un papel muy importante en la adherencia a la práctica de ejercicio físico, puesto que determina el inicio, mantenimiento y abandono de una conducta. Por lo que en esta investigación se busca que la Universidad Salvadoreña Alberto Masferrer (USAM), proporcione información que ayude a determinar la tendencia en la demanda de gimnasios entre las mujeres de 15 años en adelante.

Palabras clave: gimnasios, ejercicio, factores motivacionales, fenómeno fitness, actividad física, redes sociales, plataformas virtuales.

Abstract

Gyms current market has grown exponentially, forcing providers of this type of services to stay ahead of the curve to meet its consumers expectations, expectations that can only be achieved through implementation of new techniques or the use of technological tools, trying to maintain an excellent quality in the service to retain customers who are currently attending gyms and attract potential customers. For consumers, motivational factors play a very important role in the adherence to the practice of physical exercise, since it determines the beginning, maintenance, and abandonment of a behavior. Therefore, in this research it is sought that the Universidad Salvadoreña Alberto Masferrer (USAM), provides information that helps to determine the trend in demand for gyms among women aged 15 and over.

Keywords: Gyms, exercise, motivational factors, fitness phenomenon, physical activity, social networks, virtual platforms.

Introducción

El presente trabajo pretende conocer la importancia de ir al gimnasio y su práctica en la actualidad, conocida también como el “fenómeno fitness”, el cual es producto de sociedades industrializadas que siguen una lógica de consumo, no solo por salud, sino también por estética, e incluso para buscar aceptación o relación con las personas de su alrededor.

El mercado de los gimnasios a lo largo del tiempo ha vivido un crecimiento constante debido al aumento de la actividad física y el interés de las personas por llevar un estilo de vida más saludable, no obstante, la pandemia del coronavirus ha modificado este auspicioso panorama repercutiendo en la estabilidad financiera de los recintos deportivos que actualmente permanecen cerrados. En el caso concreto de El Salvador, para marzo 2020 “el brote global del COVID-19 provocó el cierre de gimnasios, estadios, piscinas, estudios de danza, fitness, centros de fisioterapia y parques familiares e infantiles, por lo tanto, muchas personas no pudieron participar activamente en sus actividades deportivas o físicas regulares individuales o grupales fuera de sus hogares.” (Gobierno de El Salvador, 2020)

En la actualidad, la asistencia al gimnasio y a sus prácticas se ha denominado el fenómeno fitness, resultado de las sociedades industrializadas, en donde estos obedecen a una lógica de consumo, no solo por los beneficios para la salud, sino también por la estética e incluso para buscar una aceptación o relacionarse con otras personas. El mundo se encuentra entonces en una época de modernización, en la que hay una intensa actividad industrial desarrollando y promocionando programas y productos para la gestión de la musculatura, usando máquinas de ejercicio cada vez más sofisticadas o equipos para el hogar, también empieza a florecer el enorme negocio de los suplementos dietéticos y deportivos, y a su vez una conciencia generalizada que se basa en la importancia de realizar ejercicio regularmente, donde lo fitness se impone como un sector productivo; debido a un consumo masivo de un sin número de productos para la transformación corporal y accesorios que acompañan el aspecto físico de los individuos que pertenecen a esta cultura. (Qutián Roldán, 2013)

Marco referencial

Antecedentes de los gimnasios y la vida fitness

La vida fitness es un tema que conlleva mucha historia, no ha sido incorporado a la sociedad hace pocos años, tiene su origen desde los años de 1553, en el siglo XVI, donde se habla por primera vez por medio de un libro sobre los ejercicios corporales y sus provechos, enfocándose en las personas ricas por lo que se consideraba que eran las que abusaban de los alimentos (Mendez, 1500-1553). Existen diversidad de ejercicios, pero estos deben ser enfocados según edades debido al grado de esfuerzo que se conlleva, por lo que se resalta “Adaptar los ejercicios según la edad, el sexo, el clima o la época del año y cómo se pueden prevenir enfermedades” La vida fitness se define como una decisión libre que permite a las personas la realización de ejercicios por gusto propio. Nadie sabe con exactitud cuándo el ejercicio estructurado hizo su entrada formal en el estilo de vida de los seres humanos, los primeros registros indican que alrededor del 2000 a. C. (hace más de 4000 años), los egipcios introdujeron formalmente la acrobacia estructurada y el entrenamiento físico. La cultura egipcia consideraba la acrobacia como un entretenimiento y un deporte, y sus practicantes se dieron cuenta de que, para sobresalir en esta primera forma de rendimiento físico, tenían que entrenar adecuadamente, esto condujo a la introducción de regímenes de fitness estructurados que incluían la calistenia con el peso del cuerpo. (Matarogroc, 2021).

En los años de 1799, se realiza el primer gimnasio privado, el cual fue creado por Franz Nachtegall, era un club privado de gimnasia que ahora se considera un gimnasio o un CrossFit, ofrecía clases grupales donde se realizaban ejercicios como saltos, mancuernas de madera y balones con peso. A principios de 1800 entra la gimnasia pedagógica sueca, básicamente es un tipo de gimnasia correctiva, que consiste en ejercicios estáticos, la persona se encuentra en una posición completamente limitada; se considera que Pehr Henrick fue el creador de esta la cual también genera beneficios médicos y de salud específicos, el dividió esta técnica en 4 principios fundamentales, en el primer principio, el creía que este tipo de ejercicios podía ayudar a superar o disminuir ciertas dolencias del cuerpo. (Deportrainer, s.f.)

En el segundo se basó en las artes marciales, se centraba en el papel de ejercicios de desarrollo de los soldados, el tercero era el Hincapié, es el ejercicio de poner el cuerpo bajo el control de la voluntad del individuo, conectar la mente con el cuerpo y por último el cuarto elemento que consiste en la estética, las expresiones corporales, los pensamientos y los sentimientos que las personas tenían. Muchos consideran que Frederick Ludwig, es el padre

de la gimnasia moderna y a la vez el creador del Turn, el cual es un club de cultura física, que fue creado en torno de la gimnasia y de los intereses sociales, fue en el año de 1811 donde entra en juego este club, se conoce como el primer intento de ofrecer una experiencia Fitness. (RioLabMad, s.f.)

El primer gimnasio con centro de membresía nace en los años de 1848, fue idea de Hippolyte Triat y se ubicaba en Bruselas en Bélgica pero después de un año se trasladó a París en Francia, con una dimensión de 9500 metros, se encargaba de atender todos los aspectos de entrenamiento físico donde incluía todos los equipos modernos de la época como cuerdas, caballos de poma, barras horizontales mancuernas y pesas globo, él tenía la peculiaridad de que vendía acciones de su gimnasio y así recaudaba dinero y le brindaba a las personas canjearlas por sesiones privadas o por el pago de la cuotas de los socios. En los años de 1890, Gustav Zander, crea las primeras 100 máquinas que buscaban estimular la actividad física habitual, como andar en bicicleta, subir escaleras o remar, el propuso cuidar su salud a través de lo que se llama Esfuerzo progresivo, es el uso sistemático y controlado de los músculos, pero también se tiene un antecedente que en el año 1796 Francis Lowndes había creado una especie de bicicleta. En sus orígenes, el gimnasio de Zander, se usó para tratar a niños y trabajadores, el cual estaba financiado por el estado sueco y era accesible tanto para ricos como para pobres pues Zander creía que el complejo sistema de máquinas podía corregir problemas físicos de nacimiento como los generados por accidentes laborales. (TioVivo Creativo, 2019)

Gimnasios en la actualidad

Durante las últimas décadas se ha comprobado que el ejercicio y la creación de hábitos de vida saludables contribuyen a una mejor calidad de vida ya que otorga una cantidad extensa de beneficios para bienestar físico y mental de los usuarios, entre ellos se pueden mencionar “mejorar la coordinación, desarrollar la fuerza y la resistencia, incrementa la flexibilidad, aumenta la memoria, disminuye el riesgo de enfermedades cardiovascular, reduce el estrés, mejora la figura del cuerpo, mejora la disciplina y ayuda a socializar” (BeActive, 2020). Esto, acompañado con el deseo de prevenir amenazas para la salud, incentivó a las personas a alejarse del sedentarismo y la inactividad para buscar un sitio donde puedan realizar actividades físicas con regularidad. “Los gimnasios se han ido convirtiendo en lugares y/o centros fundamentales para la salud de las personas, siempre y cuando cumplan con los requerimientos que se le debe brindar a los usuarios, tanto técnicos como administrativos, buscando el bienestar físico y psicológico de los mismos, logrando con esto un funcionamiento adecuado y óptimo de los centros.” (Gómez Hincapié, 2019)

Sin duda, el mercado de los gimnasios a lo largo del tiempo ha vivido un crecimiento constante debido al aumento de la actividad física y el interés de las personas por llevar un estilo de vida más saludable. No obstante, en el contexto mundial actual, el confinamiento debido a la crisis sanitaria del COVID-19 afectó a todos los sectores de la sociedad y obligó a los gobiernos, empresas y público en general a aplicar medidas preventivas de salud con el objetivo de disminuir el riesgo de contagio; como parte de estas medidas se implementó la prohibición del funcionamiento de ciertos espacios y actividades, englobando el cierre temporal de algunos establecimientos comerciales como lo fueron los gimnasios. (Gobierno de El Salvador, 2020)

Como es bien sabido, la principal fuente de ingresos en la mayoría de los gimnasios es ofrecer sus productos o servicios de forma presencial, los gimnasios tienen suscripciones ya sean diarias, mensuales, semestrales y anuales, con la compra de estos planes los gimnasios no solo garantizan el ingreso momentáneo del consumo del servicio, sino que condiciona de cierta manera al usuario a asistir permanentemente a este lugar para realizar su actividad física, sin embargo, ante tal emergencia, el mercado del fitness se vio fuertemente afectado y redujo drásticamente el nivel de actividad física de la población creando un problema de salud pública. Los gimnasios se vieron obligados a que adaptarse al entorno moderno manejado por las nuevas tecnologías y pasaron de clases presenciales a clases virtuales a través de redes sociales y plataformas online para seguir ofreciendo sus servicios. (Casas, 2020)

Estas restricciones, así como las repercusiones que ha tenido la crisis en la salud de las personas a nivel nacional e internacional, han traído consigo nuevas preferencias por parte de los usuarios en lo que respecta al manejo, higiene, modernización, y comodidad de los gimnasios, los cuales han tenido que actualizar sus estrategias, herramientas y equipos para una mayor satisfacción de sus consumidores en el entorno actual (Ruiz, 2022).

La motivación detrás del ejercicio

Como se ha mencionado antes, el gimnasio es un lugar donde se puede ir a trabajar la salud corporal, también es un lugar donde acudir y distraerse de una semana pesada o simplemente donde las personas pueden llevar una

vida sana conforme el tiempo avanza y se crece con la cultura de una vida fitness. Las mujeres y los hombres han tenido muchos factores que los han incentivado a buscar lugares cómodos donde desarrollar sus ejercicios y son atraídos a los gimnasios por diversos motivos. (Fernández, 2021)

La era digital del Internet que va de la mano con los teléfonos inteligentes, los programas de televisión, publicidad, películas y las redes sociales, ha ofrecido factores que han motivado a las mujeres y hombres de todas las edades, los cuales reciben estímulos de todos los canales digitales de cómo debe de ser la mujer perfecta y hombre perfecto, en materia de un cuerpo esbelto y bien trabajado, tomando también las referencias que pueden motivar a un adolescente como a un adulto a tener un cuerpo ideal que se puede apreciar en figuras como atletas, artistas o “influencers” con una figura esbelta. Otro factor que determino a las personas a ir al gimnasio y que son muy importantes es el bienestar físico, tener un cuerpo saludable es tener una vida larga, esto lleva también a tener una seguridad del cuerpo y la apariencia, pues las mujeres y los hombres tienen esa motivación de verse y sentirse bien; El ejercicio lleva también a tener un pasatiempo donde se puede mantener la mente ocupada y a su vez poder tener nuevas amistades para compartir, siendo esta otra motivación que empuja a los consumidores a tener cada día una buena salud y autoestima. (Ferrando, 2005)

La actividad física de las mujeres y niñas

Investigaciones realizadas en 146 países entre el año 2001 y 2016 han mostrado los resultados obtenidos para el tema del porcentaje de actividad física en los adolescentes, los datos que se obtuvieron de las tendencias mundiales en cuanto al tema, realizado en los jóvenes resulta ser de preocupación, ya que los niveles de actividades deportivas entre las niñas y los niños en edades de 11 a 17 años, suelen ser muy bajos, debido a que el 80% de los adolescentes en edad escolar a nivel mundial no llega al nivel mínimo de realizar una hora de ejercicio diario. Los datos obtenidos, son el resultado de la participación de 1,6 millones de estudiantes, en donde se llegó a conocer que las niñas realizan menos deportes que los niños; los niveles de actividad física que los jóvenes hoy en día mantienen resultan ser motivo de preocupación para los investigadores de estos temas, dado que supone un peligro para la salud actual y futura en los jóvenes, en especial para las niñas. Mantener por lo menos una hora agendada para que puedan ejercitarse diariamente ayuda a mejorar la capacidad cardiorrespiratoria y muscular, la salud ósea y cardio metabólica, y efectos positivos sobre el peso. (Jarabo, s.f.)

Las tendencias en cuanto a actividad física muestran una leve mejoría en el caso de los niños, pero no en el de las niñas. Entre el año 2001 y 2016 de los 146 países, se repitieron las encuestas en solo 73 países, arrojando datos un poco menores a la investigación anterior, puesto que en el caso de los niños la actividad física rondaba un 80% y esta vez disminuyó en un 2%, obteniendo del 78%, mientras que en las niñas el porcentaje no obtuvo variaciones, este se mantuvo en torno al 85% obteniendo el mismo resultado en ambas investigaciones. La menor práctica de ejercicios físicos en las niñas suele ser tema de preocupación en algunos autores, porque estos afectarían su salud en cuanto se encuentren en la edad adulta. En opiniones, autores recomiendan que los gobiernos intervengan en este fenómeno, en los que deban ir creando oportunidades para satisfacer las necesidades e intereses de las niñas a fin de atraer y mantener su participación en actividades como los diferentes deportes, caminatas, asistir a un gimnasio, entre otros, durante la adolescencia hasta la vida adulta. Para que se puedan llegar a obtener resultados satisfactorios, los gobiernos deberán optar por combatir causas y desigualdades que generan la sociedad, las economías y las culturas, las cuales perturban las diferencias entre niños y niñas (Organización Mundial de la Salud, 2019)

Justificación

El presente ensayo se realiza con el fin de determinar qué factores influyen en las preferencias por gimnasios en las mujeres de 15 años en adelante habitantes del área metropolitana de San Salvador.

En los últimos años se ha determinado que existen una variación entre el porcentaje de hombres y mujeres que asisten a los gimnasios, a pesar de que desde una temprana edad se observa una tendencia en las niñas a ser menos activas que los niños, la digitalización, acompañada con las redes sociales y las plataformas virtuales, han permitido que los adolescentes reciban multitud de estímulos orientados hacia el mundo fitness. Dichas influencias del entorno actual motivan a un gran porcentaje de la población del género femenino a buscar nuevos hábitos que permitan mantenerse en forma y mantener una vida saludable, ya sea por los beneficios que trae para la salud física, la salud mental, la estética, la aceptación personal y/o la relación con otros.

Objetivos

Objetivo General

- Conocer la demanda en la tendencia de gimnasios entre mujeres de 15 años en adelante.

Objetivos Específicos

- Determinar los factores que influyen en las preferencias por gimnasios en las mujeres de 15 años en adelante.
- Analizar los factores que motivan a las mujeres de 15 años en adelante a asistir al gimnasio.
- Identificar la oferta de servicios de gimnasios que actualmente tienen las mujeres de 15 años en adelante.
- Definir como influyen las redes sociales y las plataformas virtuales en la motivación a las actividades físicas en las mujeres de 15 años en adelante.

Matriz de Congruencia

Tema	Planteamiento del problema	Objetivos	Variables	Definición conceptual	Indicadores	Instrumento de recopilación de datos
Tendencia en la demanda de gimnasios en mujeres de 15 años en adelante.	Tendencia en la demanda actual de los gimnasios para las mujeres mayores de 15 años, factores motivacionales influyentes, redes sociales y oferta actual de los gimnasios.	<p>Objetivo General Conocer la demanda en la tendencia de gimnasios entre mujeres de 15 años en adelante.</p> <p>Objetivos Específicos Determinar los factores que influyen en las preferencias por gimnasios. Analizar los factores que motivan a las mujeres de 15 años en adelante a asistir al gimnasio. Identificar la oferta de servicios de gimnasios que actualmente tienen las mujeres de 15 años en adelante. Definir como influyen las redes sociales y las plataformas virtuales en la motivación a las actividades físicas en las mujeres de 15 años en adelante.</p>	<p>Variable Dependiente: Tendencia.</p> <p>Variable Independiente: Demanda de gimnasios.</p>	<p>Factor: Elemento o causa que actúan junto con otros. (RAE) Factores motivacionales: Conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona”. Para ello tiene que haber un motivo o causa que también según la RAE es “causa o razón que mueve para algo”.</p> <p>Población: Mujeres de 15 años en adelante que asisten a gimnasios en el área metropolitana de San Salvador.</p>	<p>Oferta y demanda de gimnasios actuales</p> <p>Factores motivacionales: Beneficios para la salud física, Beneficios para la salud mental, Estética, Aceptación, Relación con otros</p> <p>Población: Edad, sexo</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Técnica: Focus Group</p> <p>Instrumento: Guía de moderación</p>

Método

Se realizó una investigación cuantitativa, descriptiva y bibliográfica que permite indagar sobre la tendencia en la demanda de gimnasios. Se seleccionaron a mujeres que residen en el Área Metropolitana de San Salvador entre las edades de 15 años en adelante.

Para la recolección de la información se utilizó la encuesta en línea el cual buscaba determinar una serie de preguntas para poder conocer la tendencia en la demanda de gimnasios en las mujeres de 15 años en adelante por medio del sitio web <https://forms.gle/xJD4erVseExyc7Uk6>. Se pretende abarcar a un aproximado de 385 mujeres que asisten al gimnasio en las áreas metropolitanas de San Salvador.

Los datos pretenden ser almacenados en una base de datos de la plataforma de Google Forms. Con la obtención de esta información, se permitirá conocer la actual demanda de los gimnasios del área metropolitana de San Salvador y los factores motivacionales que presentan las mujeres salvadoreñas.

Discusión

Sin duda, el mercado de los gimnasios a lo largo del tiempo ha vivido un crecimiento constante debido al aumento de la actividad física y el interés de las personas por llevar un estilo de vida más saludable. De acuerdo con diversos estudios, la actividad física mejora la capacidad tanto física como mental, pues previene y reduce los riesgos de enfermedades y además ayuda a mejorar la respuesta social (Bermejo, Almagro, & Rebollo, 2018), sin embargo, aparte de estos beneficios existen otros factores que impulsan a los consumidores a comprometerse con la cultura fitness. Los gimnasios parecen ser una respuesta ideal ante los problemas de sedentarismo que acompañan a los avances tecnológicos de las últimas décadas, pero también se presentan como una oportunidad para satisfacer los deseos y necesidades de algunos usuarios conscientes de la salud y el culto al cuerpo; los consumidores que son atraídos por el fenómeno fitness que se vive en la actualidad no solo buscan ejercitarse físicamente para corregir conductas negativas sino también para “disfrutar y vivir experiencias reconfortantes, satisfactorias y estimulantes” (Ferrando, 2005).

Cada uno de los individuos practicantes del ejercicio físico tienen objetivos imperativos a los cuales responder, los cuales, influyen positiva o negativamente en el tipo de motivación experimentada; por ejemplo, “tener satisfecha la necesidad de autonomía supondría que los participantes puedan tomar sus propias decisiones sobre qué ejercicios quieren realizar en función de sus necesidades, teniendo así un mayor control sobre sus entrenamientos.

En la actualidad se encuentran diferentes estilos en los espacios del mercado fitness, desde clubes deportivos hasta gimnasios de bajo costo, los cuales se encuentran a disposición de la población en general que desee mantener una vida saludable a través de la actividad física, estos lugares se adaptan a las necesidades del consumidor, ofreciendo una gama de maquinaria e implementos necesarios para cubrir las necesidades que conlleva este rubro, teniendo así establecimientos que cumplan o se adapten a las expectativas del demandante, ofreciendo un ambiente agradable para el visitante, de igual manera siendo flexibles en los horarios de atención que ofrecen. Las características de un gimnasio son distintas y variables, al ser un servicio el que se ofrece en estos establecimientos existen factores que también impulsan al consumidor al adquirir una membresía de asistencia a estos lugares, como el buen servicio de atención, ubicación y excelente mantenimientos e higiene son algunas de estas.

Conclusiones

Se concluye que hacer ejercicio y llevar buenos hábitos de salud otorgan una mejor calidad de vida, ya que contribuyen una gran cantidad de beneficios para el bienestar físico y mental; el ejercicio fortalece los huesos, también desarrolla los músculos, aumenta la energía, alivia la depresión y ayuda a conciliar mejor el sueño.

Se ha establecido que existe una diferencia en los porcentajes de hombres y mujeres que participan en el gimnasio, a pesar de que desde edades tempranas existe una tendencia a que las niñas sean menos activas que los niños, y la digitalización, junto con las redes sociales y plataformas virtuales, ha hecho posible que los adolescentes reciban mucha estimulación específica del mundo del fitness. Dichas influencias del entorno actual motivan a un gran porcentaje de la población del género femenino a buscar nuevos hábitos que permitan mantenerse en forma y mantener una vida saludable, ya sea por los beneficios que trae para la salud física, la salud mental, la estética, la aceptación personal y/o la relación con otros.

Desde el inicio de la pandemia del COVID – 19, son muchas las personas y los negocios que atraviesan tiempos difíciles, tanto económica como emocionalmente, no obstante, nunca se había dado tanta importancia a la salud y el ejercicio, ya que con esto hubo muchos cierres de establecimientos y la industria de los gimnasios tuvo que adaptarse al nuevo entorno que se tenía, implementando clases en línea a través de plataformas virtuales para contrarrestar esta situación.

Agradecimientos

Este proyecto fue posible gracias al apoyo de la Universidad Salvadoreña Alberto Masferrer (USAM) y en particular al Licenciado Elmer Mozo.

Atentamente:

Br. Betsabé Romero, Br. Jocelyn Rivera, Br. Paola Márquez, Br. Carlos López, Br. Christopher Mendoza

Referencias

- BeActive. (27 de Agosto de 2020). *Ventajas que no sabías de ir al gimnasio*. Obtenido de BeActive: <https://www.beactivejerez.com/ventajas-de-ir-al-gimnasio/>
- Bermejo, J. P., Almagro, B. J., & Rebollo, J. A. (2018). Factores motivacionales relacionados con la intención de seguir practicando ejercicio físico en mujeres adultas. *Retos*, 177-122.
- Casas, R. (2020). *Cuarentena genera pérdida de \$300 mil millones a gimnasios*. Obtenido de El Heraldo: <https://www.elheraldo.co/economia/cuarentena-genera-perdida-de-300-mil-millones->
- Deportrainer. (s.f.). *Deportrainer*. Obtenido de Historia del Gimnasio: https://www.deportrainer.com/blog-deportrainer/151_historia-gimnasio
- Fernández, J. (04 de Enero de 2021). *Baptist Health South Florida*. Obtenido de Los 5 motivadores principales para hacer ejercicios en el 2021: <https://baptisthealth.net/baptist-health-news/es/los-5-motivadores-principales-para-hacer-ejercicios/>
- Ferrando, G. (2005). *Posmodernidad y deporte: Entre la individualización y la masificación. Encuesta sobre hábitos deportivos de los españoles*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Gobierno de El Salvador. (2020). *Protocolo de acción para el retorno responsable a las actividades deportivas en El Salvador ante la pandemia Covid-19*.
- Gómez Hincapié, Á. J. (2019). *Perfil del cliente de los gimnasios y centros de acondicionamiento físico caso Pereira*. Pereira: Editorial Universidad Tecnológica de Pereira.
- Jarabo, S. (s.f.). *El mundo: Sapos y princesas*. Obtenido de Cómo fomentar la actividad física en niñas y adolescentes: <https://saposyprincesas.elmundo.es/consejos/salud-infantil/ninos-cansados/>
- Matarogroc. (9 de Octubre de 2021). *ane*. Obtenido de Anefead: <https://anefead.com/sin-categoria/historia-del-fitness-cual-es-su-origen/>
- Mendez, C. (1500-1553). *ejercicio corporal y su provecho*. Rincón González.
- Organización Mundial de la Salud. (22 de Noviembre de 2019). *Un nuevo estudio dirigido por la OMS indica que la mayoría de los adolescentes del mundo no realizan suficiente actividad física, y que eso pone en peligro su salud actual y futura*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/news/item/22-11-2019-new-who-led-study-says-majority-of-adolescents-worldwide-are-not-sufficiently-physically-active-putting-their-current-and-future-health-at-risk>
- Quitán Roldán, D. L. (2013). Deporte y modernidad: caso Colombia. Del deporte en sociedad a la deportivización de la sociedad. *Revista Colombiana de Sociología.*, 36(1), 19-42. Recuperado el Septiembre de 2022, de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/39663>
- RioLabMad. (s.f.). *RioLabMad*. Obtenido de La historia del fitness. Cultura general para todos.: <https://www.entrenamientonatural.com/la-historia-del-fitness/>
- Ruiz, V. (21 de Febrero de 2022). *Gestión deportiva: Tendencias para la industria del fitness en 2022*. Obtenido de Blog EFAD: <https://www.efadeporte.com/blog/gestion-deportiva/tendencias-para-la-industria-del-fitness-en-2022>

TioVivo Creativo. (02 de Abril de 2019). Obtenido de Gimnasios:
<https://www.tiovivocreativo.com/blog/arquitectura/gimnasios/>