

Motivos de práctica, contratación y percepción del servicio de entrenamiento personal en clientes premium

Reasons for practice, hiring and perception of personal training service in premium clients

Lara Vila-Lorenzo, José Francisco Guzmán Luján
Universidad de Valencia (España)

Resumen. El objetivo del presente estudio fue analizar el perfil de los clientes premium de entrenamiento personal y evaluar sus motivaciones para la práctica de actividad física y contratación del servicio, así como su percepción de calidad y valoración del mismo. Se llevó a cabo una encuesta a 92 participantes identificados como clientes premium en diferentes centros de entrenamiento de varias ciudades de España. Los resultados indicaron que el perfil de estos clientes presentó una edad promedio de 40 años y se caracterizó por una elevada motivación por la mejora de la salud, un alto grado de exigencia con el servicio y una alta tendencia a la fidelidad. Además, se observó que las mujeres valoraron de manera significativamente mayor la empatía y capacidad de respuesta del entrenador, los aspectos técnicos y motivacionales, y la práctica por salud. Por otro lado, se constató que los participantes que llevaban más tiempo siendo clientes de entrenamiento personal valoraron más los aspectos motivacionales del servicio, lo que sugiere que este podría ser un factor clave para la fidelización. En conclusión, se puede afirmar que, además de las cuestiones técnicas, las habilidades psicológicas, emocionales e interpersonales del entrenador son fundamentales para su valoración por parte de los clientes y para el éxito profesional.

Palabras clave: Entrenamiento personal, Cliente premium, Competencias, Éxito, Género.

Abstract. The aim of this study was to analyze the profile of premium personal training clients and evaluate their motivations for the practice of physical activity and hiring the service, as well as their perception of quality and appreciation of it. A survey was conducted of 92 participants identified as premium clients in different training centers in several cities of Spain. The results indicated that the profile of these clients presented an average age of 40 years and was characterized by a high motivation for improving health, a high level of service demands and a high tendency to loyalty. In addition, it was observed that the women valued significantly higher the empathy and responsiveness of the coach, the technical and motivational aspects, and the practice of health. On the other hand, it was found that participants who had been clients of personal training for longer, valued more the motivational aspects of the service, suggesting that this could be a key factor for loyalty. In conclusion, it can be affirmed that, in addition to the technical issues, the psychological, emotional and interpersonal skills of the coach are fundamental for their evaluation by the clients and for professional success.

Keywords: Personal training, Premium client, Skills, Success, Gender.

Fecha recepción: 24-04-23. Fecha de aceptación: 05-09-23

Lara Vila-Lorenzo

lara.vila86@gmail.com

Introducción

La profesión de entrenador personal en España ha experimentado un aumento en la demanda y un constante crecimiento en los últimos años. Con una presencia estable en las encuestas anuales de tendencias fitness, se ha mantenido con pocas variaciones entre los primeros puestos a lo largo de la última década (Veiga et al., 2021, 2022, 2023). Sin embargo, también se ha observado una presencia significativa de intrusismo laboral, escasez de regulación profesional y dificultad para brindar estabilidad laboral y cumplir con las expectativas económicas de los ejercientes. Además, existen desafíos para garantizar un servicio de calidad, un exceso de formaciones no regladas y una carencia de experiencia y formación específica en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte entre los graduados (Abbott, 2018; Campos et al., 2012; Melton et al., 2008, 2010; Rodeiro-Ibón y Gambau-Pinasa, 2018; Voser et al., 2017).

Actualmente existe una amplia evidencia científica que respalda los beneficios del ejercicio físico sobre la salud en distintos aspectos, como los fisiológicos, mecánicos, psicológicos y cognitivos (Domingos et al., 2021; Foster et al., 2017; Furtado et al., 2021; Lima dos Santos et al., 2023; Lucini y Pagani, 2021; Simón Mora et al., 2020; Tomlinson et al., 2021; Zhang et al., 2021). En consecuencia, se ha

observado un incremento en la prescripción de ejercicio físico por parte de los profesionales médicos para sus pacientes. Sin embargo, para lograr resultados eficaces es esencial garantizar la adherencia a los programas de ejercicio a largo plazo y la implementación de esas prescripciones (Lucini y Pagani, 2021; Lukwu y Guzmán, 2011).

La figura del entrenador personal juega un papel crucial en garantizar altos niveles de adherencia y compromiso de los clientes con los programas de ejercicio, incluso logrando cambios en las actitudes hacia la práctica de actividad física (Abbott, 2018; Hill et al., 2021; Wright, 2016). Además, el entrenador personal es esencial para asegurar que el programa sea lo más individualizado y seguro posible (Voser et al., 2017).

La evolución de la figura del entrenador personal en la sociedad está estrechamente relacionada con el desarrollo y crecimiento del sector del fitness, el cual ha adquirido un papel cada vez más importante en la economía mundial y nacional (Santacruz-Lozano et al., 2019; Valcarce-Torrente, 2020). En España, el sector del deporte y el fitness ha experimentado un incremento significativo en los últimos años, alcanzando cifras como las que se muestran a continuación: 41.034 empresas cuyo principal sector económico era deportivo ya a principios de 2020 (DIRCE: Directorio Central de Empresas), un volumen medio anual de

empleo vinculado al deporte de 219,9 mil personas ya en 2019 (INE: Instituto Nacional de Estadística) y un gasto total de los hogares en bienes y servicios vinculados al deporte de 5.804,4 millones de euros ya en 2019 (División de estadística y estudios, 2020, 2021). En este contexto de auge de la industria del fitness, el entrenamiento personal se ha destacado como una de las funciones más demandadas y desarrolladas. Se ha convertido en un componente esencial en muchos clubes de fitness y salud, y se ha configurado como un ámbito de actuación profesional importante, generando un gran número de nuevos empleos (Campos et al., 2012; Maguire, 2001; Wright, 2016).

Debido al rápido aumento de la demanda de entrenadores personales, se ha generado la necesidad de formar profesionales capacitados para desempeñar su labor específica en un contexto complejo, caracterizado por un exceso de formaciones no regladas, una escasez de legislación adecuada, la incapacidad del sector académico para mantenerse al día con el ritmo del mercado y un desconocimiento parcial de las competencias necesarias para el desempeño de la labor (Abbott, 2018; Campos et al., 2012; Maguire, 2001; Melton et al., 2008, 2010; Rodeiro-Ibón y Gambau-Pinasa, 2018; Voser et al., 2017; Wright, 2016).

A pesar de las dificultades mencionadas en el contexto del entrenamiento personal, son escasos los estudios que se han enfocado en investigar las características específicas de este campo profesional. En la primera década de este siglo, algunos autores han señalado las necesidades formativas que requiere el desempeño del entrenamiento personal, analizando las opiniones de los entrenadores, coordinadores de los centros de entrenamiento y clientes (Anversa y Oliveira, 2011; Chiu et al., 2010; Guimarães, 2012; Maguire 2001; Melton et al., 2008, 2011; Müller, 2008). Estos autores han destacado que, además de los conocimientos técnicos esenciales en biomecánica, fisiología, prescripción de ejercicio, diseño de programas, planificación de sesiones, periodización, evaluación y nociones básicas de nutrición, los profesionales de entrenamiento personal deberían recibir formación en habilidades psicológicas, emocionales e interpersonales. Han resaltado la importancia de la empatía, la capacidad de escucha, la habilidad para transmitir la pasión por su trabajo, el liderazgo y, especialmente, la motivación, ya que esta es un pilar fundamental para lograr la adherencia de los clientes a la rutina de ejercicio. Además, han señalado la necesidad de adquirir habilidades de gestión y marketing y adoptar una postura proactiva en el trabajo. Los autores mencionados también indican que los profesionales del entrenamiento personal a menudo ingresan al campo laboral careciendo de las habilidades mencionadas anteriormente y deben desarrollarlas a lo largo de su carrera para mejorar su desempeño y el éxito de sus negocios.

Diversos estudios (Abbot, 2018; Rodrigues, 2020; Vieira et al., 2017; Wright, 2016) han sugerido que el foco puesto en la enseñanza de contenido en biología y ciencias del ejercicio en la formación de entrenadores personales, ha ido acompañado de una descuidada atención hacia otras ha-

bilidades también esenciales para la profesión, como las habilidades psicológicas e interpersonales, que son cruciales para ayudar a los clientes a alcanzar sus objetivos. Además, destacan la importancia de que los entrenadores personales posean una formación en psicología del ejercicio y una visión transdisciplinaria, así como un perfil proactivo e innovador. También hacen hincapié en la necesidad de una formación continua para mantenerse actualizado en áreas relacionadas con la profesión, como la nutrición, la administración, el emprendimiento, el marketing y las ventas.

Otros estudios (García-Pascual et al., 2019; Ortega Martínez et al., 2021; Serrano-Gómez et al., 2012) han sugerido también que para la gestión exitosa de la carrera profesional del entrenador personal es imprescindible conocer el perfil, características e intereses de los consumidores con el fin de ofrecer un servicio personalizado de calidad que permita obtener la satisfacción y fidelización del cliente, así como la rentabilidad de la empresa. La consecución y mantenimiento de una buena captación y cartera de clientes serán clave para la obtención de dicha rentabilidad (Calesco y Both, 2022).

Ante el vacío existente en la literatura acerca de este tema y teniendo en cuenta el peso adquirido por la profesión en los últimos años, se considera necesario actualizar esta línea de investigación y en base a ella las herramientas de gestión y los planes de formación oficiales de los entrenadores personales. En el presente estudio, con objeto de evitar la confusión que genera para los nuevos ejercientes la variedad de modalidades de entrenamiento personal ofertados y demandados en el mercado (individual, de pareja, grupal, online, presencial, a distancia, etc.) y la presencia del fuerte intrusismo laboral y disparidad de perfiles de clientes, precios y tarifas, se optó por analizar a un perfil de cliente específico, definido como cliente premium. Dada la limitación de tiempo y el nivel de conocimientos requerido que supone para un entrenador personal la realización de entrenamientos presenciales individuales y su planificación, se ha considerado para el presente estudio que asegurar unas tarifas mínimas es requisito indispensable para el éxito laboral y la obtención de un sueldo digno acorde con el nivel formativo de los profesionales. Los entrenamientos online o en pequeños grupos están también en auge y suponen un menor precio para los clientes, pero sus características son diferentes y no son el objeto de estudio de esta investigación, ni por el tipo de entrenamiento ni por el perfil de cliente.

Según la literatura, los clientes premium son aquellos que buscan servicios con características especiales percibidas como de mayor calidad y por las que están dispuestos a pagar un precio superior (Alonso, 2020; Rocamora, 2015), que aporta percepción de exclusividad y confianza para ellos (León-Quismondo et al., 2020). En el siguiente apartado se definirán las características concretas utilizadas como criterios de selección de la muestra para esta investigación.

El objetivo del presente estudio fue analizar el perfil de los clientes premium de entrenamiento personal y evaluar

sus motivaciones para la práctica de actividad física y contratación del servicio, así como su percepción de calidad y valoración del mismo. Se llevó a cabo un análisis de las siguientes variables: motivos de práctica de actividad física y de contratación del servicio; percepción de calidad del servicio; grado de fidelidad hacia el entrenador personal; motivos para escogerlo; importancia atribuida a la imagen, formación y experiencia de este; importancia del vínculo interpersonal establecido con él.

Se compararon los resultados por género para comprobar si se observaban diferencias significativas, como señalaron algunos estudios utilizados en la construcción del cuestionario, que analizaban exclusivamente a mujeres, sugiriendo que estas podrían presentar una mayor motivación autodeterminada (Serrano et al., 2012) y que son las principales consumidoras del servicio de entrenamiento personal (Melton et al., 2011). Se compararon también los resultados en función de la antigüedad de los sujetos como clientes de entrenamiento personal, con objeto de comprobar si existían diferencias significativas en cuanto a las motivaciones y/o a la valoración del servicio en función del grado de experiencia y fidelidad como consumidores del mismo.

Material y método

Participantes

Se llevó a cabo un estudio analizando una muestra que cumpliera estrictamente los criterios de selección considerados como característicos del cliente objetivo, compuesta por un total de 92 participantes de diferentes ciudades españolas, 34 hombres (37%) y 58 mujeres (63%), con una edad promedio de unos 40 años ($M = 39,7$; $DT = 9,9$). Todos los participantes eran clientes premium de entrenamiento personal, entendiéndose este perfil de cliente como aquel que: contrata un servicio presencial individual; presenta como cliente una antigüedad de más de un mes, lo cual asegura una mínima experiencia para tener un criterio a la hora de valorar y evaluar el servicio; paga un precio mínimo de 25-30 €/sesión, tratándose así de evitar los clientes de servicios low cost que suelen ir asociados al intrusismo laboral y a profesionales sin la formación correspondiente; busca y valora ser entrenado por licenciados o graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, dando importancia a la profesionalidad y la formación de su entrenador.

La selección de la muestra se realizó durante el año 2021, a través del contacto directo con varios centros de fitness premium y de entrenamiento personal de distintas ciudades españolas. El 47,8% de los participantes (44 sujetos: 15 hombres y 29 mujeres) eran clientes de entrenamiento personal de un centro de fitness premium de la ciudad de Valencia de la compañía Holmes Place, donde originalmente se pretendía realizar el estudio en su totalidad. Ante la dificultad de acceso a la clientela por la situación de pospandemia por covid y dada la insuficiencia de la muestra, se procedió a contactar vía online con otros centros de entrenamiento personal para aumentar el número de partici-

pantes sin restar rigor a la investigación por reducir la estrictez de los criterios de selección. Se seleccionaron centros que a través de sus páginas web aseguraran trabajar exclusivamente con entrenadores licenciados/graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, con metodologías y equipamientos actualizados, ofreciendo entrenamientos personales individuales a partir del precio de 25-30 €/sesión (se consideró el precio mínimo para entrar en la categoría de premium), y que estuvieran situados en capitales de provincia para mantener un perfil poblacional similar al de Valencia. Se logró la colaboración de varios centros de Madrid, Barcelona, Granada, Valladolid, A Coruña, León y Zaragoza. A través de la confirmación de los gestores se sabe que hubo colaboración de todos ellos, pero por el carácter anónimo del cuestionario no podemos afirmar el número exacto de participantes procedentes de cada uno que llegaron a cumplimentarlo y enviarlo con éxito. Esta segunda parte de la muestra supuso un 52,2% del total (48 sujetos: 19 hombres y 29 mujeres). El resto de datos sociodemográficos se indican en el apartado de resultados.

Procedimiento

Antes de iniciar el estudio, se obtuvo la aprobación del Comité de Ética de la Universidad. Los participantes seleccionados firmaron un consentimiento informado, garantizando la confidencialidad de los datos y posteriormente se les solicitó completar las encuestas del estudio de forma totalmente anónima. La duración aproximada de cumplimentación era de unos 15-20 minutos y el envío se realizó por vía telemática a través de la plataforma de encuestas de Google Forms.

Instrumento y variables

Para la construcción del cuestionario, se recurrió a varias fuentes, combinando ítems específicos para el estudio con escalas previamente validadas. El cuestionario final incluyó un total de 68 ítems, organizados en los siguientes 4 apartados.

El primer apartado del cuestionario se enfocó en los datos sociodemográficos y la percepción del entrenador, y estuvo compuesto por ocho ítems que midieron las siguientes variables: género y edad de los participantes, tiempo de contratación y cambios del servicio de entrenamiento personal, importancia otorgada a la imagen, formación y experiencia del entrenador, y el vínculo interpersonal generado con éste.

En el segundo apartado del cuestionario, se midieron los motivos para la contratación de un entrenador personal. Para la redacción de los ítems nos basamos en los resultados de los estudios de Serrano et al. (2012) y Melton et al. (2011). Estuvo compuesto por 10 ítems agrupados en tres variables: "contratación por aspectos técnicos" (4 ítems: 13, 17, 18 y 19, ver Anexo), "contratación por aspectos motivacionales" (3 ítems: 11, 15 y 22) y "contratación por aspectos sociales" (3 ítems: 12, 16 y 21), con respuestas en escala Likert de 7 puntos en función del grado en el que los

participantes se identificaran con dichos motivos. También se incluyó una pregunta abierta final para indicar otro motivo que no se encontrara en las variables mencionadas. La fiabilidad de las dimensiones fue adecuada, con alfas de Cronbach entre 0,74 y 0,83 (Tabla 1).

El tercer apartado se enfocó en medir la percepción de calidad del servicio de entrenamiento personal, utilizando un cuestionario adaptado a través de traducción inversa del brasileño del trabajo de Voser et al. (2017). Este apartado estaba compuesto por 12 ítems agrupados en dos variables: "percepción de garantía y confiabilidad" (7 ítems: 25, 26, 28, 29, 31, 32 y 33, ver Anexo) y "percepción de empatía y capacidad de respuesta" (5 ítems: 27, 30, 34, 37 y 38), con respuestas en escala Likert de 1 a 7 para valorar la importancia que cada punto tiene para los clientes en la construcción de su percepción de la calidad del servicio. La fiabilidad de las variables fue aceptable, con una alfa de Cronbach de 0,70 para ambas (Tabla 1).

En el cuarto apartado se midieron los motivos para la práctica de actividad física, utilizando un cuestionario validado por Moreno et al. (2007), compuesto por 30 ítems agrupados en cinco variables: "disfrute" (7 ítems: 40, 45, 49, 56, 60, 64 y 67, ver Anexo), "apariencia" (6 ítems: 43, 48, 55, 58, 62 y 65), "socializar" (5 ítems: 44, 53, 59, 66 y 68), "fitness/salud" (5 ítems: 39, 51, 54, 57 y 61), y "competencia" (7 ítems: 41, 42, 46, 47, 50, 52 y 63), con respuestas en escala Likert de 7 puntos para valorar lo verdaderas que resultan para cada cliente las afirmaciones propuestas. La fiabilidad de las variables fue buena, con alfas de Cronbach entre 0,75 y 0,89 (Tabla 1).

Análisis de datos

Para llevar a cabo los análisis estadísticos, se utilizó el programa SPSS 26. Se realizaron análisis de consistencia interna para determinar la fiabilidad de cada una de las variables del instrumento, así como de descriptivos generales e inferenciales en función del género y el tiempo de práctica. Debido a la no normalidad de los datos, se utilizaron pruebas estadísticas no paramétricas mediante la U de Mann-Whitney en todos los casos. Asimismo, se calculó el tamaño del efecto de cada diferencia mediante la *r* de Rosenthal.

Resultados

Para medir la adherencia, los participantes indicaron el tiempo que llevaban utilizando los servicios de un entrenador personal, que varió entre dos meses y 20 años. Un 76% declaró haber contratado los servicios desde hacía un año o más. El 70% confirmó no haber cambiado nunca de entrenador, mientras que aquellos que sí lo habían hecho, alegaron motivos como cambios de domicilio, incompatibilidad de horarios o cambios laborales del propio entrenador. Sólo un 6% declaró haber cambiado debido a insatisfacción con el entrenador anterior, ya sea por motivos metodológicos y/o motivacionales.

Para medir los motivos por los que los participantes habían escogido a su entrenador actual, permitimos que éstos

aportaran diversas razones. Un 62% aseguraron haberlo elegido debido a su "actitud profesional", un 45% "porque se lo recomendaron", un 41% "por su carácter", un 40% "por su formación académica", un 34% "por su experiencia" y un 25% "por los resultados observados en otros clientes". Otros motivos como la asignación aleatoria del propio centro, la imagen o las redes sociales, obtuvieron una puntuación de solo un 9%, un 2% y un 1% respectivamente. Un 10% de los participantes aseguró haber elegido al entrenador actual debido a la búsqueda de un profesional especializado en alguna necesidad específica.

Para evaluar la importancia que los participantes otorgaban al vínculo interpersonal establecido con su entrenador, se utilizó un ítem con respuesta tipo Likert de 7 puntos, obteniendo una media de 5,9 (DT = 1,1). Un 20% de los participantes afirmó que para ellos era algo "importante, valor 5", el 25% que era "muy importante, valor 6" y el 47% que era "extremadamente importante, valor 7". Además, se les solicitó que eligieran qué aspecto del entrenador era más importante para ellos entre la imagen, la experiencia y la formación académica. Un 73% eligió la experiencia, un 27% eligió la formación académica y ninguno eligió la imagen.

Para valorar los motivos de contratación del entrenador personal se emplearon ítems tipo Likert de 7 puntos agrupados en las siguientes variables: aspectos técnicos, motivacionales y sociales. Los motivos agrupados dentro de "contratación por aspectos técnicos" (M = 5,6; DT = 1,3) y "contratación por aspectos motivacionales" (M = 5,2; DT = 1,8) fueron calificados como más importantes que los de "contratación por aspectos sociales" (M = 3,3; DT = 1,8).

La calidad del servicio de entrenamiento personal fue evaluada mediante ítems tipo Likert de 7 puntos agrupados en las siguientes variables: garantía y confiabilidad, y empatía y capacidad de respuesta. En ambas variables las puntuaciones fueron altas: "percepción de garantía y confiabilidad" (M = 6,4; DT = 0,6) y "percepción de empatía y capacidad de respuesta" (M = 6,5; DT = 0,5).

Tabla 1.
Descriptivos y fiabilidad de las variables dependientes del estudio

Variable	M	DT	α
Contratación por aspectos técnicos	5,6	1,3	,74
Contratación por aspectos motivacionales	5,2	1,8	,83
Contratación por aspectos sociales	3,3	1,8	,81
Percepción de garantía y confiabilidad	6,4	0,6	,70
Percepción de empatía y capacidad de respuesta	6,5	0,5	,70
Práctica de actividad física por disfrute	5,2	1,4	,89
Práctica de actividad física por apariencia	5,1	1,4	,89
Práctica de actividad física por socializar	3,2	1,7	,89
Práctica de actividad física por fitness/salud	6,4	0,7	,75
Práctica de actividad física por competencia	5,3	1,3	,84

α : Alfa de Cronbach; M: Media; DT: Desviación Típica

Los motivos de práctica de actividad física se midieron a través de ítems tipo Likert de 7 puntos agrupados en las siguientes dimensiones: salud/fitness, percepción de competencia, disfrute, apariencia y socializar. Las puntuaciones más altas se obtuvieron en la variable de "salud/fitness" (M = 6,4; DT = 0,7), seguida por los motivos de

“percepción de competencia” ($M = 5,3$; $DT = 1,3$), “disfrute” ($M = 5,2$; $DT = 1,4$) y “apariciencia” ($M = 5,1$; $DT = 1,4$), mientras que los valores más bajos se dieron en “socializar” ($M = 3,2$; $DT = 1,7$).

Se realizó un análisis inferencial en función del género (34 hombres y 58 mujeres) mediante la prueba U de Mann-Whitney (datos no normales) que verificó que existían diferencias significativas entre hombres y mujeres en las variables de “contratación por aspectos técnicos” ($U = 643,0$; $p = 0,005$; $r = -0,29$), “contratación por aspectos motivacionales” ($U = 601,0$; $p = 0,002$; $r = 0,33$),

Tabla 2.
Diferencias por género de las variables dependientes del estudio

Variable	Mujeres N = 58		Hombres N = 34		Sig.
	M	DT	M	DT	
Contratación por aspectos técnicos	5,9	1,2	5,1	1,5	,005*
Contratación aspectos motivacionales	5,6	1,6	4,5	1,8	,002*
Contratación por aspectos sociales	3,6	1,9	2,9	1,5	,081
Percepción de garantía y confiabilidad	6,4	0,6	6,3	0,5	,290
Percep. empatía y capacidad de respuesta	6,5	0,5	6,3	0,5	,026*
Práctica de actividad física por disfrute	5,2	1,3	5,1	1,6	,948
Práctica de act. física por apariciencia	5,2	1,5	4,9	1,2	,360
Práctica de act. física por socializar	3,3	1,7	3,2	1,5	,801
Práctica de act. física por fitness/salud	6,6	0,6	6,2	0,7	,001*
Práctica de act. física por competencia	5,4	1,3	5,3	1,3	,789

Sig: Significancia; * Significativo para Sig. < ,05

La muestra fue dividida también en función del tiempo de práctica entre los sujetos que llevaban un año o menos contando con los servicios de un entrenador personal ($n = 30$) y aquellos que llevaban más de un año ($n = 62$) (Tabla 3). El análisis inferencial en función del tiempo de práctica sólo mostró diferencias entre ambos grupos en la variable de “contratación por aspectos motivacionales” ($U = 683,5$; $p = 0,038$; $r = -0,22$), siendo el tamaño del efecto pequeño.

Discusión

Los resultados del estudio indican que el cliente premium de entrenamiento personal exhibe un alto grado de fidelidad. Esta observación concuerda con los hallazgos presentados en el estudio de Valcarce-Torrente (2020) en cuanto al perfil del cliente premium en centros de fitness. Por lo tanto, se sugiere que es muy interesante la captación de este tipo de cliente para la rentabilidad y estabilidad del negocio y muy importante mantenerlo satisfecho con el servicio.

Por otra parte, se observa a partir de los resultados que los clientes premium otorgan una alta importancia al vínculo interpersonal establecido con su entrenador. Además, los clientes premium valoran la actitud y el carácter del profesional y su capacidad de respuesta y empatía. También se observa que estos clientes buscan ayuda motivacional al contratar el servicio. Estos hallazgos confirman la necesidad, ya señalada por otros autores, de que el entrenador personal desarrolle habilidades complementarias a las puramente técnicas, como las habilidades psicológicas, sociales e interpersonales (Silva et al., 2022). Estas habilidades au-

“práctica de actividad física por motivos de fitness y salud” ($U = 600,0$; $p = 0,001$; $r = 0,34$) y “percepción de empatía y capacidad de respuesta” del entrenador como indicador de calidad ($U = 715,0$; $p = 0,026$; $r = 0,23$). En todos los casos fueron siempre las mujeres las que dieron puntuaciones más altas a estas variables (Tabla 2). Las puntuaciones del tamaño del efecto mediante la r de Rosenthal obtuvieron valores comprendidos entre 0,23 y 0,34, que corresponden a valores bajos (entre 0,1 y 0,3) y medios (entre 0,3 y 0,5) (Cohen, 1992).

Tabla 3.
Diferencias por tiempo de práctica de las variables dependientes del estudio

Variable	Tiempo \leq 1 año N = 30		Tiempo $>$ 1 año N = 62		Sig.
	M	DT	M	DT	
Contratación por aspectos técnicos	5,6	1,2	5,5	1,4	,124
Contratación aspectos motivacionales	4,7	1,6	5,4	1,8	,038*
Contratación por aspectos sociales	2,9	1,5	3,6	1,9	,124
Percepción de garantía y confiabilidad	6,3	0,5	6,4	0,4	,391
Percep. empatía y capacidad respuesta	6,5	0,5	6,4	0,6	,514
Práctica de actividad física por disfrute	5,2	1,2	5,1	1,5	,815
Práctica de act. física por apariciencia	5,2	1,1	5,0	1,5	,680
Práctica de act. física por socializar	3,1	1,4	3,2	1,7	,890
Práctica de act. física por fitness/salud	6,5	0,6	6,4	0,6	,574
Práctica de act. física por competencia	5,4	1,2	5,3	1,3	,773

Sig: Significancia; * Significativo para Sig. < ,05

mentan notablemente las probabilidades de éxito profesional del entrenador, habiéndose demostrado que, en concreto, la motivación promovida por éste es uno de los factores fundamentales en la fidelización de los clientes a largo plazo (Abbott, 2018; Anversa y Oliveira, 2011; Guimarães, 2012; Maguire 2001; Melton et al., 2008, 2010, 2011; Müller, 2008; Rodrigues, 2020; Voser et al., 2017; Wright, 2016).

Se observó asimismo que las mujeres otorgaron puntajes significativamente mayores al evaluar la importancia de la empatía y la capacidad de respuesta del entrenador personal y al valorar la búsqueda de motivación al contratar el servicio. Esta diferencia puede estar relacionada con una mayor sensibilidad por parte de este grupo hacia estos parámetros. Es importante tener en cuenta la opinión de las mujeres ya que su proporción en la muestra es significativa, lo que concuerda con la observación previa de Melton et al. (2011) de que las mujeres son las principales consumidoras del servicio de entrenamiento personal.

Finalmente, en los resultados del estudio también se observa que los clientes que más tiempo llevaban contratando el servicio de entrenamiento personal otorgaron mayor importancia a la ayuda motivacional, en comparación con aquellos con menor tiempo de práctica. Este hecho sugiere que la capacidad del entrenador personal para mantener la motivación de sus clientes es un factor clave en la fidelización a medio y largo plazo.

En general, los resultados del estudio confirman la exigencia de los clientes en cuanto a la formación y competencias de los profesionales del entrenamiento personal, tal como se ha señalado previamente en estudios como los de

Rodrigues (2020) y León-Quismondo et al. (2020). Por lo tanto, se sugiere la necesidad de mejorar y actualizar los planes de estudios para garantizar la formación de profesionales competentes que satisfagan las expectativas del cliente. Además, se observa que la experiencia del entrenador personal es un factor valorado en el proceso de contratación. Por ello, se recomienda la implementación de un período de prácticas en entrenamiento personal para los graduados, lo que les ayudaría a ganar confianza en el inicio de su ejercicio profesional, tal y como se ha propuesto en estudios como el de Andrade do Nascimento Júnior et al. (2018) en relación a la percepción de competencia de los estudiantes de Educación Física.

En cuanto a las limitaciones del estudio, se señalan la dificultad en la obtención de una muestra adecuada debido a la situación social vivida en el período post-covid, y la escasez de investigaciones recientes en este campo, que dificultó la construcción del instrumento de medida, resultando finalmente un cuestionario quizás demasiado extenso que pudo provocar que muchos participantes potenciales no llegaran a completarlo. Sin embargo, se observó una fiabilidad aceptable del instrumento utilizado. En futuros estudios se recomienda la obtención de muestras de mayor tamaño, que aumenten la posibilidad de generalizar resultados y conclusiones, y la construcción y validación de un cuestionario específico actualizado y adaptado al sector del entrenamiento personal.

Conclusiones

Los clientes premium de entrenamiento personal se caracterizan por presentar una elevada motivación por la mejora de la salud, un alto grado de exigencia con el servicio y una alta tendencia a la fidelidad. La experiencia y actitud profesional son muy importantes para ellos a la hora de elegir a su entrenador y otorgan un alto valor al vínculo interpersonal establecido con este. Valoran también en gran medida el apoyo motivacional y este resulta aún más valorado por aquellos que más tiempo llevan contratando el servicio.

Este perfil de clientes, especialmente las mujeres, esperan, valoran y requieren de su entrenador ciertas habilidades psicológicas, emocionales e interpersonales, además de las puramente técnicas, biomecánicas o metodológicas propias del entrenamiento. El dominio de estas habilidades complementarias por parte de los entrenadores parece contribuir al éxito profesional, ya que se observa un aumento en la satisfacción y fidelización del cliente y en la consecución de los objetivos propuestos.

Algunas de las habilidades que sería adecuado incluir en la formación de los futuros entrenadores personales, a fin de mejorar la satisfacción de los clientes y su adherencia al programa de ejercicio, mejorando así los resultados, son las siguientes: empatía, liderazgo, capacidad de escucha y respuesta ante situaciones imprevistas, adaptación a las características personales de cada individuo, habilidades de comunicación verbal y no verbal, cordialidad y buen humor,

autorregulación emocional, capacidad para inspirar confianza y establecer relaciones de calidad, y promoción y mantenimiento de la motivación del cliente.

Sería recomendable también la inclusión de períodos de prácticas en los procesos de formación de los entrenadores personales, por el alto valor que la clientela otorga a la experiencia laboral a la hora de contratar el servicio.

Referencias

- Abbott, M. (2018). *Characteristics of successful Personal Trainers* [Tesis Doctoral]. Columbia University.
- Alonso, R. (5 de marzo de 2020). *Ocho estrategias y un consejo para convertir tu producto en premium*. <https://empresas.blogthinkbig.com/producto-premium/>
- Andrade do Nascimento Júnior, J. R., Laranjeira Granja, C. T., Cerqueira da Silva, E., Vicentini de Oliveira, D., Rosas Moreira, C., & Fiorese Vieira, L. (2018). Motivação acadêmica e percepção de competência profissional de acadêmicos de Educação Física. *Pensar a Prática*, 21(2). <https://doi.org/10.5216/rpp.v21i2.45877>
- Anversa, A. L. B. & Oliveira, A. A. B. de. (2011). Personal Trainer: Competências profissionais demandadas pelo mercado de trabalho. *Pensar a Prática*, 14(3). <https://doi.org/10.5216/rpp.v14i3.14418>
- Calesco, V. A. & Both, J. (2022). Os ciclos de desenvolvimento da carreira do personal trainer. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 44, e008821. <https://doi.org/10.1590/rbce.44.e008821>
- Campos, A., González, M. D., Pablos, C., y Mestre, J. A. (2012). Situación laboral de los entrenadores personales en la Comunidad Valenciana. *Aloma. Revista de Psicología, Ciências de l'Educació i l'Esport*, 30(1), 167-174.
- Chiu, W.-Y., Lee, Y.-D., & Lin, T.-Y. (2010). Performance evaluation criteria for personal trainers: An analytical hierarchy process approach. *Social Behavior and Personality*, 38(7), 895-906. <https://doi.org/10.2224/sbp.2010.38.7.895>
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112, 155-159. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155>
- División de estadística y estudios. (2020). *Anuario de estadísticas deportivas 2020*. Ministerio de Cultura y Deporte. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:47414879-4f95-4cae-80c4-e289b3fbced9/anuario-de-estadisticas-deportivas-2020.pdf>
- División de estadística y estudios. (2021). *Anuario de estadísticas deportivas 2021*. Ministerio de cultura y Deporte. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:b24c68ad-75ff-48d0-aa1f-d57075f22e64/anuario-de-estadisticas-deportivas-2021.pdf>
- Domingos, C., Pêgo, J. M., & Santos, N. C. (2021). Effects of physical activity on brain function and structure in older

- adults: A systematic review. *Behavioural Brain Research*, 402. <https://doi.org/10.1016/j.bbr.2020.113061>
- Foster, C., Cortis, C., Fusco, A., Bok, D., Boullosa, D. A., Capranica, L., Koning, J. J. de, Haugen, T., Silva, I. O., Periara, J., Porcari, J. P., Pyne, D. B., & Sandbakk, O. (2017). The future of Health / Fitness / Sports Performance. *Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science*, 6(3), 187-211. <https://doi.org/10.21664/2238-8869.2017v6i3.p187-211>
- Furtado, G. E., Letieri, R. V., Caldo-Silva, A., Sardão, V. A., Teixeira, A. M., Barros, M. P., Vieira, R. P., & Bachi, A. L. L. (2021). Sustaining efficient immune functions with regular physical exercise in the COVID-19 era and beyond. *European Journal of Clinical Investigation*, 51(5). <https://doi.org/10.1111/eci.13485>
- García-Pascual, F., Escamilla-Fajardo, P., y Staskeviciute-Butiene, I. (2019). Modelo predictivo de la satisfacción de usuarios de centros deportivos. Influencia de variables de gestión y emociones. *Revista de Investigación en Psicología Social*, 7(2), 15-23.
- Guimarães, J. M. (2012). Perfil de aderência e permanência de alunos de personal trainer da cidade de Cuiabá. *Revista Brasileira de Nutrição Esportiva*, 6(33), 241-245.
- Hill, C. R., Smith, A. L., Myers, N. D., & Feltz, D. L. (2021). Tripartite efficacy and behavior of clients working with a personal trainer. *Journal of Applied Sport Psychology*, 34(4), 846-861. <https://doi.org/10.1080/10413200.2021.1894507>
- León-Quismondo, J., García-Unanue, J., & Burillo, P. (2020). Best Practices for Fitness Center Business Sustainability: A Qualitative Vision. *Sustainability*, 12(12), 5067. <https://doi.org/10.3390/su12125067>
- Lima dos Santos, L., Pinto de Castro, J. B., Gama Linhares, D., Barros dos Santos, A. O., De Souza Cordeiro, L., Borba-Pinheiro, C. J. & De Souza Vale, R. G. (2023). Effects of physical exercise on hepatic biomarkers in adult individuals: a systematic review and meta-analysis. *Retos*, 49, 762-774.
- Lucini, D. & Pagani, M. (2021). Exercise Prescription to Foster Health and Well-Being: A Behavioral Approach to Transform Barriers into Opportunities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(3), 968. <https://doi.org/10.3390/ijerph18030968>
- Lukwu, R. M. & Guzmán, J. F. (2011). Sport commitment and adherence: A social-cognitive analysis. *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias Del Deporte*, 7(25), 277-286. <https://doi.org/10.5232/ricyde2011.02503>
- Maguire, J. S. (2001). Fit and Flexible: The Fitness Industry, Personal Trainers and Emotional Service Labor. *Sociology of Sport Journal*, 18(4), 379-402. <https://doi.org/10.1123/ssj.18.4.379>
- Melton, D. I., Dail, T. K., Katula, J. A., & Mustian, K. M. (2010). The Current State of Personal Training: Managers' Perspectives. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 24(11), 3173-3179. <https://doi.org/10.1519/JSC.0b013e3181e381f5>
- Melton, D. I., Dail, T. K., Katula, J. A., & Mustian, K. M. (2011). Women's Perspectives of Personal Trainers: A Qualitative Study. *Sport Journal*, 14(1).
- Melton, D. I., Katula, J. A., & Mustian, K. M. (2008). The Current State of Personal Training: An Industry Perspective of Personal Trainers in a Small Southeast Community. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 22(3), 883-889. <https://doi.org/10.1519/JSC.0b013e3181660dab>
- Moreno, J. A. y Gimeno, E. C. (2007). Validación de la Escala de Medida de los Motivos para la Actividad Física-Revisada en españoles: Diferencias por motivos de participación. *Anales de psicología*, 23(1), 167-176.
- Müller, A. J. (2008). Personal trainer e seu marketing pessoal. *Lecturas: Educación Física y Deportes*, 126. <https://www.efdeportes.com/efd126/personal-trainer-e-seu-marketing-pessoal.htm>
- Ortega Martínez, J. I., Lourenço Martins, F. M., González-Villora, S., y Campos, F. (2021). Estudio sobre la calidad percibida de los usuarios de fitness: A partir de sus características y preferencias según sexo y edad. *Retos*, 39, 477-482. <https://doi.org/10.47197/retos.v0i39.80061>
- Rocamora, J. (8 de septiembre de 2015). *Cómo conquistar al cliente premium*. <https://marketing4ecommerce.net/como-conquistar-al-cliente-premium/>
- Rodeiro-Ibón, K. y Gambau-Pinasa, V. (2018). Estudio piloto del perfil profesional y los ámbitos de inserción laboral de los educadores físicos y deportivos colegiados en Galicia. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, 420, 77-95.
- Rodrigues, A. L. de P. (2020). Fatores determinantes na contratação de um personal trainer em Fortaleza/CE. *Revista Kinesis*, 38, 1-9. <https://doi.org/10.5902/2316546432232>
- Santacruz-Lozano, J. A., Santiago-Restoy, M. Á. de, López-Novella, Ó., y Ruiz de Gauna, F. (2019). *Situación de mercado de las instalaciones deportivas españolas. Reporte anual 2019*. Management Around Sports. https://www.masenweb.com/wp-content/uploads/2020/01/dossier_investigacion_report_2018.pdf
- Serrano-Gómez, V., García-García, Ó., Hernández-Mendo, A., y Morales-Sánchez, V. (2012). La gestión del servicio de entrenamiento personal ¿Cuáles son los motivos y objetivos de las mujeres que lo contratan? *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 8(29), 245-247. <https://doi.org/10.5232/ricyde2012.02904>
- Silva, J. H. D. da, Silva, A. C., Triani, F. da S., Telles, S. de C. C., & Lüdorf, S. M. A. (2022). Aspectos envolvidos na contratação e manutenção do personal trainer: Capitais em jogo. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 44, e010321. <https://doi.org/10.1590/rbce.44.e010321>
- Simón Mora, R. M., Sánchez Oliver, A. J., Suárez Carmona, W., y González Jurado, J. A. (2020). Efecto de un programa de ejercicio físico sobre la condición física y la grasa visceral en personas con obesidad. *Retos*, 39, 723-

730. <https://doi.org/10.47197/retos.v0i39.78997>
- Tomlinson, O. W., Denford, S., Barker, A. R., Schneiderman, J. E., Campisi, E. S., Douglas, H., Rand, S., McNarry, M. A., Mackintosh, K. A., & Williams, C. A. (2021). The impact of physical activity and exercise interventions for physical health in people with cystic fibrosis: Protocol for a systematic review. *Systematic Reviews*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s13643-021-01614-8>
- Valcarce-Torrente, M. (2020). *Influencia del uso de la tecnología en la adherencia de la práctica física sobre los usuarios de centros de fitness* [Tesis Doctoral]. Universitat de Lleida.
- Veiga, O. L., Romero-Caballero, A., Valcarce-Torrente, M., Kercher, V. M., & Thompson, W. (2021). Evolution of Spanish and Worldwide fitness trends: A five-year analysis. *Retos*, 43, 388-397. <https://doi.org/10.47197/retos.v43i0.89033>
- Veiga, O. L., Valcarce-Torrente, M., y Romero-Caballero, A. (2022). Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en España para 2022. *Retos*, 44, 625-635.
- Veiga, O. L., Valcarce-Torrente, M., y Romero-Caballero, A. (2023). Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en España para 2023. *Retos*, 47, 680-690.
- Vieira, G. M. de A., Maciel, C. M. L. A., Fernandes, C. T., & Hardimam Junior, A. (2017). Percepção de Graduandos no Bacharelado em Educação Física e Profissionais Atuantes Acerca da Gestão de Carreira e Visão Social do Personal Trainer. *Revista de Ensino, Educação e Ciências Humanas*, 18(4), 363-371. <https://doi.org/10.17921/2447-8733.2017v18n4p363-371>
- Voser, V. C. G., Schneider, A. C. S., Voser, R. da C., & Voser, P. E. G. (2017). Análise da percepção do serviço de treinamento físico personalizado sob a ótica do aluno/cliente e do personal trainer. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 7(1), 16-27.
- Wright, A. R. (2016). *The development, implementation and evaluation of an exercise psychology workshop for personal fitness trainers: A mixed-methods approach* [Tesis Doctoral]. Temple University.
- Zhang, X., Zong, B., Zhao, W., & Li, L. (2021). Effects of Mind-Body Exercise on Brain Structure and Function: A Systematic Review on MRI Studies. *Brain Sciences*, 11(2), 205. <https://doi.org/10.3390/brainsci11020205>

Anexo

Instrumento de medida: cuestionario original enviado a los participantes a través de la plataforma de Google Forms. Se incluyen los que fueron finalmente eliminados del análisis estadístico por no alcanzar los mínimos requeridos en el coeficiente del α de Cronbach en las pruebas de fiabilidad (ítems 10, 14, 20, 24, 35 y 36).

Datos sociodemográficos

1. Género
2. Edad
3. Indica el tiempo aproximado que llevas practicando actividad física con entrenador personal
4. En ese tiempo, ¿has cambiado alguna vez de entrenador personal? Sí/No
5. Si la respuesta ha sido “sí”, indica cuántas veces y explica brevemente por qué
6. ¿Por qué escogiste a tu entrenador actual entre los demás? Respuesta múltiple entre las siguientes propuestas: porque me lo asignaron en el club donde entreno, por su imagen, por su experiencia, por sus redes sociales, por su carácter, por su formación académica, por los resultados observados en sus clientes, porque me lo recomendaron, por su actitud profesional, por otros motivos.
7. Si has marcado la opción “por otros motivos”, indica por favor brevemente cuáles son
8. En una escala del 1 al 7, ¿cuán importante es para ti el vínculo personal/emocional con tu entrenador?
9. ¿Cuál de los siguientes aspectos es más importante para ti a la hora de escoger un entrenador personal en concreto? Opción de respuesta única entre las siguientes propuestas: su imagen, su experiencia, su formación académica

Motivos para la contratación de un entrenador personal

Indica, en una escala del 1 al 7, lo verdaderas son para ti las siguientes afirmaciones en referencia a tus motivos para la contratación de los servicios de un entrenador personal.

10. Decidí contratar a un entrenador personal para alcanzar más rápido mis objetivos (*eliminado*)
11. Decidí contratar a un entrenador personal para conseguir más constancia a la hora de entrenar
12. Decidí contratar a un entrenador personal porque me daba vergüenza practicar ejercicio en solitario
13. Decidí contratar a un entrenador personal para prevenir lesiones
14. Decidí contratar a un entrenador personal para conocer nuevos ejercicios (*eliminado*)
15. Decidí contratar a un entrenador personal para conseguir más motivación a la hora de entrenar
16. Decidí contratar a un entrenador personal porque me aburría practicar ejercicio en solitario
17. Decidí contratar a un entrenador personal para tener asesoramiento técnico en la ejecución de los ejercicios

18. Decidí contratar a un entrenador personal porque no sabía utilizar correctamente el material de entrenamiento

19. Decidí contratar a un entrenador personal porque me daba miedo hacer mal los ejercicios y lesionarme

20. Decidí contratar a un entrenador personal porque en solitario no había conseguido alcanzar los resultados deseados (*eliminado*)

21. Decidí contratar a un entrenador personal porque me parece más divertido que entrenar solo

22. Decidí contratar a un entrenador personal para alcanzar más rápido mis objetivos

23. Si consideras que tu motivo o motivos principales para la contratación de un entrenador personal no han quedado claros en los ítems anteriores, expón brevemente cuál o cuáles son éstos (respuesta libre)

Percepción del servicio de entrenamiento personal

Indica en una escala del 1 al 7 la importancia que tiene para ti cada uno de los siguientes aspectos a la hora de valorar la calidad del servicio de entrenamiento personal

24. Presentación y apariencia del entrenador personal (*eliminado*)
25. Responsabilidad en iniciar las sesiones de entrenamiento en el horario correcto
26. Motivación y creatividad del entrenador personal
27. Empatía y buen humor del entrenador personal
28. Formación y conocimientos técnicos del entrenador personal
29. Metodología eficaz en las clases del entrenador personal
30. Claridad de las informaciones y orientaciones prestadas por el entrenador personal
31. Variedad de modalidades de ejercicios de entrenamiento propuestos por el entrenador personal
32. Evaluaciones físicas realizadas periódicamente por el entrenador personal
33. Capacidad de adaptar el entrenamiento en situaciones adversas (aparatos estropeados, molestias, lesiones...)
34. Interés del entrenador personal en proporcionar momentos agradables de acuerdo con las necesidades de cada alumno
35. Calidad y cantidad de los materiales utilizados (*eliminado*)
36. Estado de forma del entrenador personal (*eliminado*)
37. Disponibilidad y flexibilidad de horarios
38. Atención y cordialidad durante la prestación del servicio

Motivos para la práctica de actividad física

Indica en una escala del 1 al 7 cuán verdaderas son para ti

las siguientes afirmaciones acerca de tus motivos principales para la práctica de ejercicio y actividad física en general

39. Practico ejercicio porque quiero estar en buena forma física
40. Practico ejercicio porque es divertido
41. Practico ejercicio porque me gusta comprometerme en actividades que físicamente me suponen un desafío
42. Practico ejercicio porque quiero desarrollar nuevas habilidades
43. Practico ejercicio porque quiero mantener mi peso para tener buena imagen
44. Practico ejercicio porque me gusta estar con mis amigos
45. Practico ejercicio porque me gusta hacer esta actividad
46. Practico ejercicio porque quiero mejorar las habilidades que poseo
47. Practico ejercicio porque me gustan los desafíos
48. Practico ejercicio porque quiero definir mis músculos para tener buena imagen
49. Practico ejercicio porque me hace feliz
50. Practico ejercicio porque quiero mantener mi nivel de habilidad actual
51. Practico ejercicio porque quiero tener más energía
52. Practico ejercicio porque me gustan las actividades que me suponen un reto físicamente
53. Practico ejercicio porque me gusta estar con otros a los que también les interesa esta actividad
54. Practico ejercicio porque quiero mejorar mi aptitud cardiovascular
55. Practico ejercicio porque quiero mejorar mi apariencia
56. Practico ejercicio porque pienso que es interesante
57. Practico ejercicio porque quiero mantener mi fuerza física para vivir de forma saludable
58. Practico ejercicio porque quiero resultar atractivo a los demás
59. Practico ejercicio porque quiero conocer a nuevas personas
60. Practico ejercicio porque disfruto con esta actividad
61. Practico ejercicio porque quiero mantener mi salud y bienestar
62. Practico ejercicio porque quiero mejorar mi cuerpo
63. Practico ejercicio porque quiero estar bien para desarrollar mi actividad habitual
64. Practico ejercicio porque encuentro esta actividad estimulante
65. Practico ejercicio porque me sentiré poco atractivo físicamente si no lo practico
66. Practico ejercicio para buscar la aceptación de los demás
67. Practico ejercicio porque me gusta la excitación de participar
68. Practico ejercicio porque me gusta pasar el tiempo con otros haciendo esta actividad