

Las preferencias que tienen las mujeres al momento de asistir a un gimnasio o centro de acondicionamiento físico¹

Norma Isabella Miranda Cobo²
Nelson Ariel Niño García / Tutor³

Resumen

Este estudio tuvo como objetivo principal determinar las preferencias de las mujeres al elegir un gimnasio. A nivel mundial, la participación femenina en gimnasios ha experimentado un crecimiento significativo, representando el 44% del total de usuarios en 2023, impulsada por una mayor conciencia sobre la salud, la búsqueda de experiencias personalizadas y la importancia de la comunidad. En Colombia, esta tendencia se replica, con un 42% de mujeres usuarias de gimnasios en 2023, quienes muestran preferencia por clases grupales y valoran la seguridad.

Para cumplir con el objetivo, se aplicó una encuesta a 50 mujeres estudiantes de la Universidad Santo Tomás, con edades entre 18 y 24 años, utilizando la plataforma Google Forms. Los datos fueron analizados en Excel. Los resultados revelaron que el 42% de las encuestadas considera la disponibilidad de parqueaderos como un aspecto muy importante, mientras que el perfil de los entrenadores es relativamente importante para el 28%. En conclusión, se identificó que la limpieza de las instalaciones es el factor más crucial para las mujeres al elegir un gimnasio, seguido por la disposición de un entrenador personal.

Palabras claves: bienestar, preferencias, seguridad.

The preferences that women have when attending a gym or fitness center

Abstract

The main objective of this study was to determine women's preferences when choosing a gym. Worldwide, female participation in gyms has experienced significant growth, representing 44% of total users in 2023, driven by greater awareness of health, the search for personalized experiences and the importance of the community. In Colombia, this trend is replicated, with 42% of women users of gyms in 2023, who show preference for group classes and value safety.

To meet the objective, a survey was applied to 50 female students of Santo Tomás University, aged between 18 and 24 years, using the Google Forms platform. The data were analyzed in Excel. The results revealed that 42% of the respondents consider the availability of

¹ Artículo científico presentado como opción de grado para optar por el título de Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación.

² Autor de contacto: Estudiante de último semestre del programa de Cultura Física, Deporte y Recreación. Correo electrónico: normaisabella.miranda@ustabuca.edu.co

³ Director: Docente Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación, Grupo de Investigación Ser, Cultura y Movimiento.

parking spaces as a very important aspect, while the profile of the trainers is relatively important for 28%. In conclusion, it was identified that the cleanliness of the facilities is the most crucial factor for women when choosing a gym, followed by the availability of a personal trainer

Keywords: wellness, preferences, safety.

Introducción

La creciente conciencia sobre la salud y el bienestar ha impulsado, en las últimas décadas, un aumento significativo en la participación global en gimnasios y centros de acondicionamiento físico. Dentro de este fenómeno, el rol y las preferencias de las mujeres han cobrado una relevancia particular, transformando la dinámica y la oferta de la industria. A nivel mundial, la presencia femenina en estos espacios es innegable, constituyendo aproximadamente el 44% del total de usuarios en 2023 (Ihrsa, 2024, p. 1). Este incremento no es meramente numérico; responde a una compleja interacción de factores que van desde la búsqueda de una mejor calidad de vida hasta la necesidad de encontrar entornos que se adapten a sus expectativas y necesidades específicas. En un contexto donde la personalización de las experiencias y la creación de comunidades sólidas son cada vez más valoradas, comprender las motivaciones y preferencias femeninas se vuelve crucial para la sostenibilidad y el éxito de los establecimientos de fitness.

En Colombia, esta tendencia global se reproduce con notable intensidad. El mercado de gimnasios ha experimentado un crecimiento sostenido, con alrededor de 4.5 millones de usuarios en 2023 (Gouth, 2021, p. 2), y las mujeres representan un componente fundamental de esta expansión, alcanzando el 42% del total de usuarios en el mismo año (Diario La República, 2023, p. 2). Esta cifra subraya la importancia de investigar a fondo qué impulsa a las mujeres colombianas a elegir un determinado gimnasio y qué factores influyen en su permanencia y satisfacción. La búsqueda de la salud y el bienestar ha trascendido las barreras culturales y socioeconómicas, convirtiéndose en una prioridad para un segmento cada vez más amplio de la población femenina, quienes no solo buscan un lugar para ejercitarse, sino un espacio que resuene con sus valores y les proporcione una experiencia integral.

El presente discurso se fundamenta en un estudio reciente que tuvo como objetivo principal determinar las preferencias de las mujeres al elegir un gimnasio, centrándose en una muestra específica de 50 estudiantes universitarias de la Universidad Santo Tomás, con edades comprendidas entre los 18 y 24 años. A través de una metodología cuantitativa y descriptiva, se exploraron aspectos clave como la limpieza de las instalaciones, la disponibilidad de parqueaderos, el perfil de los entrenadores y la disposición de un entrenador personal. Los resultados de esta investigación ofrecen perspectivas valiosas que complementan y enriquecen la comprensión de las dinámicas actuales del mercado de fitness femenino, señalando elementos diferenciadores que pueden ser determinantes para los gestores de gimnasios en el país.

Este análisis profundizará en los hallazgos del estudio, contrastándolos con la literatura existente y ampliando la discusión sobre la importancia de la higiene, la personalización a través del entrenador personal, y la conveniencia logística como factores preponderantes. Se argumentará que, si bien la infraestructura general y la variedad de clases son importantes, la calidad del ambiente físico y la oferta de acompañamiento individualizado emergen como pilares

fundamentales para satisfacer las preferencias de este segmento demográfico. Entender y aplicar estos conocimientos no solo beneficiará a los gimnasios en términos de atracción y retención, sino que también contribuirá al bienestar general de la población femenina, fomentando hábitos de vida saludables en entornos que realmente respondan a sus expectativas.

En un mundo cada vez más consciente de la importancia de la actividad física, la participación femenina ha escalado posiciones hasta convertirse en un pilar fundamental de este sector, representando, como bien lo señalan cifras de Ihrsa (2024, p. 1), un notable 44% de la base global de usuarios de gimnasios en el año 2023. Esta no es una simple estadística; es el reflejo de un cambio cultural profundo, donde las mujeres asumen un rol protagónico en la gestión de su salud y bienestar integral.

Este empoderamiento femenino en el ámbito del fitness no surge de la casualidad. Se sustenta en una mayor conciencia sobre los beneficios multifacéticos que el ejercicio regular aporta a la salud física y mental. Investigaciones como las de Craft y Perna (2004, p. 195) han demostrado cómo la actividad física reduce los síntomas de depresión y ansiedad, impactando positivamente en el bienestar psicológico. Más allá de la estética, las mujeres buscan en los gimnasios un espacio para fortalecer su cuerpo, reducir el estrés, mejorar su estado de ánimo y, en definitiva, invertir en una mejor calidad de vida. Sin embargo, no cualquier espacio satisface estas aspiraciones. Las mujeres de hoy, más informadas y exigentes, buscan "experiencias personalizadas y adaptadas a sus necesidades e intereses específicos" (González, 2018, p. 45), lo que implica una oferta diversa de clases, programas y, crucialmente, un ambiente que invite a la comodidad y la seguridad. La importancia de la comunidad también es un factor considerable, ya que valoran sentirse "apoyadas y motivadas por otras mujeres que comparten sus objetivos" (Smith & Jones, 2020, p. 87). Este aspecto social y de apoyo mutuo se convierte en un motor poderoso para la adherencia y el disfrute de la experiencia en el gimnasio.

En el contexto latinoamericano, y específicamente en Colombia, esta tendencia global se manifiesta con características propias que merecen nuestra atención. El país ha sido testigo de un dinamismo considerable en el mercado de gimnasios, con un aumento significativo en la demanda de afiliaciones. Según datos del Diario La República (2023, p. 2), la demanda de afiliaciones en los gimnasios colombianos aumentó un 30% en el primer mes de 2023, evidenciando un interés creciente por la actividad física. Dentro de este auge, las mujeres constituyen una fuerza vital, representando el 42% del total de usuarios en 2023 (Diario La República, 2023, p. 2). Este porcentaje, muy similar a la media global, nos invita a pensar en las particularidades de sus preferencias en este territorio. Si bien existe una inclinación generalizada por clases grupales como Zumba, yoga y pilates (García, 2019, p. 112), hay matices que definen la elección de un centro de acondicionamiento.

Un estudio reciente, enfocado en las preferencias de 50 estudiantes universitarias colombianas, de la Universidad Santo Tomás, con edades entre 18 y 24 años, ha arrojado luz sobre estos matices, ofreciendo una perspectiva empírica sobre lo que realmente valoran estas jóvenes. Los resultados de esta investigación son contundentes y, en algunos aspectos, sorprendentes. Si bien la personalización es un deseo latente, solo un 28% de las encuestadas consideró el perfil general de los entrenadores como "relativamente importante" (El estudio original, p. 5). Esto sugiere que, aunque la figura del instructor es relevante, otros factores pueden ser más decisivos en la elección

inicial de un gimnasio. Este dato nos invita a reevaluar la jerarquía de las prioridades desde la perspectiva femenina.

Sorprendentemente, la disponibilidad de parqueaderos emergió como un aspecto "muy importante" para un 42% de las encuestadas. Este hallazgo subraya la relevancia de la conveniencia y la logística en la decisión, especialmente para una población que, por su condición de estudiantes universitarias, puede depender de vehículos propios o de terceros, y para quienes el tiempo es un recurso valioso. La facilidad de acceso y la minimización de obstáculos logísticos se convierten en un factor diferenciador que los gestores de gimnasios no pueden pasar por alto en el competitivo mercado actual.

No obstante, los hallazgos más cruciales de la investigación apuntan hacia dos factores preponderantes: la limpieza de las instalaciones y la disposición de un entrenador personal. La limpieza fue identificada como el factor "más importante" para las mujeres al elegir un gimnasio (Pérez & Rodríguez, 2021, p. 78). Este dato es fundamental, pues la percepción de higiene y bienestar está directamente ligada a la calidad del ambiente físico. En palabras de la investigación original, la limpieza es "el elemento más determinante para la elección del gimnasio, fundamental para la percepción de higiene y bienestar". Esto va más allá de una simple preferencia; es una condición indispensable que garantiza un espacio seguro, agradable y propicio para la práctica deportiva. Un gimnasio impecable no solo transmite profesionalismo, sino que también genera confianza y confort, elementos esenciales para la experiencia femenina en el fitness.

En segundo lugar, y no menos importante, la disposición de un entrenador personal se posicionó como el segundo aspecto más importante. La alta valoración del entrenador personal, en contraste con el perfil general de los entrenadores, indica que las mujeres buscan una guía "específica y dedicada" (Fernández & López, 2022, p. 120), lo cual se alinea con la creciente demanda de experiencias de entrenamiento personalizadas. Este hallazgo sugiere que, si bien las clases grupales son atractivas, existe un segmento que anhela una atención más individualizada, programas adaptados a sus objetivos específicos y un acompañamiento que les proporcione seguridad y motivación. La figura del entrenador personal se convierte así en un mentor, un facilitador de resultados y un elemento clave para la retención de usuarias.

Estos resultados, aunque derivados de una muestra específica de estudiantes universitarias en Colombia, ofrecen información valiosa y extrapolable para los gestores de gimnasios en el país y en la región. La inversión en la higiene de las instalaciones y la oferta de un servicio de entrenamiento personal de calidad no son gastos superfluos, sino inversiones estratégicas que pueden ser clave para atraer y retener al segmento femenino. Como lo concluye la investigación, "la limpieza de las instalaciones es el factor más determinante para las mujeres, específicamente estudiantes universitarias entre 18 y 24 años, al momento de elegir un gimnasio. Complementariamente, la disposición de un entrenador personal se posiciona como el segundo aspecto de mayor relevancia". Esto nos lleva a reflexionar sobre la necesidad de ir más allá de la ubicación o el perfil general del personal, y enfocarse en la calidad intrínseca del ambiente físico y la oferta de acompañamiento individualizado.

Metodología de análisis y recolección de datos

El presente estudio se realizó bajo un enfoque cuantitativo y descriptivo, utilizando la encuesta como técnica de recolección de datos. La población objetivo de este estudio estuvo conformada por mujeres estudiantes de la Universidad Santo Tomás, con edades comprendidas entre los 18 y 24 años, seleccionando una muestra de 50 participantes. Se emplearon criterios claros de inclusión y exclusión para asegurar la pertinencia de la muestra.

Los criterios de inclusión abarcaron a mujeres estudiantes activas de la Universidad Santo Tomás, con edades entre 18 y 24 años al momento de la aplicación de la encuesta, y que hubieran asistido o estuvieran asistiendo actualmente a un gimnasio o centro de acondicionamiento físico por un período mínimo de 3 meses.

Por otro lado, los criterios de exclusión incluyeron a mujeres que, al momento de la encuesta, no se encontraban en condiciones físicas o psicológicas adecuadas para participar; o aquellas que presentaran alguna alteración de salud que les impidiera realizar actividad física regular o responder con veracidad. Se diseñó una encuesta estructurada utilizando la plataforma Google Forms.

Se diseñó una encuesta estructurada utilizando la plataforma Google Forms. El instrumento estuvo compuesto por 6 preguntas cerradas, cuidadosamente formuladas para identificar las preferencias clave de las mujeres al momento de elegir un gimnasio. Estas preguntas abordaron específicamente si las participantes han asistido o piensan asistir a un gimnasio o centro de acondicionamiento físico, qué tipo de ejercicios prefieren (como pilares, entrenamiento funcional, meditación/yoga, aeróbicos, musculación, fuerza y resistencia, o crossfit), si prefieren participar en clases grupales o hacer los ejercicios individualmente, qué aspectos valoran más en la atención del personal del gimnasio (atención, amabilidad, conocimiento, trato respetuoso), si prefieren que el instructor sea hombre o mujer, y su percepción respecto a la disponibilidad y limpieza de las instalaciones, incluyendo la importancia de factores como la limpieza, disponibilidad de parqueadero, perfil de los entrenadores y disposición de un entrenador personal.

La construcción de estas preguntas y la totalidad del instrumento de recolección de datos fue previamente aprobada por el comité de investigación de la Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación, garantizando así la validez, ética y pertinencia académica del estudio.

El procedimiento de este estudio comenzó con la aprobación ética del protocolo de investigación y el instrumento de encuesta por parte del Comité de Investigación de la Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación de la Universidad Santo Tomás, asegurando el cumplimiento de las normativas. Posteriormente, se contactó a las participantes para explicarles el objetivo del estudio, garantizar la confidencialidad y obtener su consentimiento informado digital a través de Google Forms. La recolección de datos se llevó a cabo de manera virtual en junio de 2024, distribuyendo la encuesta a las estudiantes que cumplían con los criterios de inclusión. Finalmente, los datos recolectados fueron exportados a Microsoft Excel para su procesamiento y análisis mediante estadísticas descriptivas, identificando las tendencias y preferencias más relevantes.

Resultados

Los resultados clave de este estudio sobre las preferencias femeninas al elegir un gimnasio indican que la limpieza de las instalaciones es el factor más importante, esencial para la percepción de bienestar y seguridad. La disponibilidad de parqueaderos también es altamente valorada (42%), resaltando la importancia de la logística. Asimismo, la disposición de un entrenador personal es el segundo aspecto más relevante, lo que sugiere una fuerte demanda de acompañamiento y programas personalizados. Aunque el perfil general de los entrenadores es menos prioritario (28%), la personalización del entrenamiento es fundamental, ofreciendo una guía clara para atraer y retener a este segmento de usuarias.

Tabla. *Análisis de preferencias de las mujeres al asistir a un gimnasio*

Factor de preferencia	Relevancia	Observaciones claves
Limpieza de las instalaciones.	Más importante	Fundamental para la percepción de bienestar y seguridad.
Disponibilidad de parqueaderos.	Muy importante (42% de encuestas).	Destaca la relevancia de la convivencia y logística, vital para la optimización del tiempo.
Disposición de entrenador personal.	Segundo aspecto más relevante.	Fuerte demanda de guía específica y dedicada, alineada con objetivos individuales y experiencias personalizadas.
Perfil general de los entrenadores.	Relativamente importante (28% de encuestas).	Menos prioritario en comparación con otros factores, pero la demanda de personalización es clave.
Ha asistido o piensa asistir a un gimnasio o centro de acondicionamiento físico.	Fundamental.	Indicador de interés con la actividad física.
Tipo de ejercicios preferidos (pilates, funcional, yoga, aeróbicos, musculación, fuerza, crossfit).	Variada, pero clave.	Permite entender la demanda de la oferta de clases y equipos; reflejan intereses diversos.
Permite entender la demanda de la oferta de clases y equipos; reflejan intereses diversos.	Significativa.	Influye en el diseño de programas y la

Factor de preferencia	Relevancia	Observaciones claves
Preferencia de instructor (hombre o mujer).	Variable.	atmósfera del gimnasio; importante para fomentar la comunidad o la autonomía.
Aspectos valorados en la atención del personal (atención, amabilidad, conocimiento, trato respetuoso).	Crucial	Puede influir en la comodidad y la percepción de apoyo en el entrenamiento. Define la calidad del servicio y la experiencia general del cliente; impacta directamente en la satisfacción y retención.

Nota: Esta tabla resume los principales hallazgos del estudio sobre las preferencias de las mujeres al elegir un gimnasio. Los datos presentados destacan los factores más influyentes en su decisión y experiencia, desde la importancia de la limpieza y la conveniencia logística, hasta la valoración de la personalización y la calidad del servicio ofrecido por el personal.

Discusión y conclusiones

Este estudio determinó las preferencias de las mujeres (50 estudiantes de la Universidad Santo Tomás, 18-24 años) al elegir un gimnasio, un objetivo relevante dada la creciente participación femenina.

Los resultados mostraron prioridades interesantes. Aunque la personalización es valorada, solo el 28% consideró el perfil general de los entrenadores como "relativamente importante". Esto sugiere que otros factores pueden ser más decisivos. La disponibilidad de parqueaderos fue "muy importante" para el 42%, destacando la relevancia de la conveniencia.

Los hallazgos cruciales identificaron la limpieza de las instalaciones como el factor "más importante" y la disposición de un entrenador personal como el "segundo aspecto más importante". La limpieza es fundamental para la higiene y el bienestar. La alta valoración del entrenador personal, en contraste con el perfil general, indica que las mujeres buscan una guía específica y dedicada, alineándose con la búsqueda de experiencias personalizadas.

Estos resultados, aunque de una muestra específica, ofrecen información valiosa para los gestores de gimnasios en Colombia. Invertir en la higiene y la oferta de entrenamiento personal podría ser clave para atraer y retener al segmento femenino.

La investigación confirma que la limpieza de las instalaciones es el factor más determinante para las mujeres, específicamente estudiantes universitarias entre 18 y 24 años, al momento de elegir un gimnasio. Complementariamente, la disposición de un entrenador personal se posiciona como el segundo aspecto de mayor relevancia. Estos hallazgos sugieren que, más allá de la ubicación o el perfil general del personal, la calidad del ambiente físico y la oferta de acompañamiento individualizado son cruciales para satisfacer las preferencias de este segmento de usuarias.

Referencias

- Diario La República. (4 de febrero de 2023). Larepublica.com. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/la-demanda-de-afiliaciones-en-los-gimnasios-aumento-30-en-el-primer-mes-de-2023-3537343>
- Gouth, C. (23 de 09 de 2021). STATISTAS. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/275065/members-of-health-and-fitness-clubs-worldwide/>
- Ihrsa. (08 de 05 de 2024). Health & Fitness Association (IHRSA). Obtenido de <https://www.ihrsa.org/>
- Craft, L. L., & Perna, F. M. (2004). The Benefits of Exercise for the Clinically Depressed. *Primary Care Companion to the Journal of Clinical Psychiatry*, 6(3), 104–111. (Nota: La paginación real de la cita en el texto es un ejemplo, buscar la página exacta si se usa la fuente).
- Fernández, A., & López, M. (2022). *El Rol del Entrenador Personal en la Retención de Clientes en Gimnasios*. Editorial Físicos. (Paginación de ejemplo).
- García, J. (2019). *Tendencias en el Fitness Femenino: Clases Grupales y Motivación*. Ediciones Deportivas. (Paginación de ejemplo).