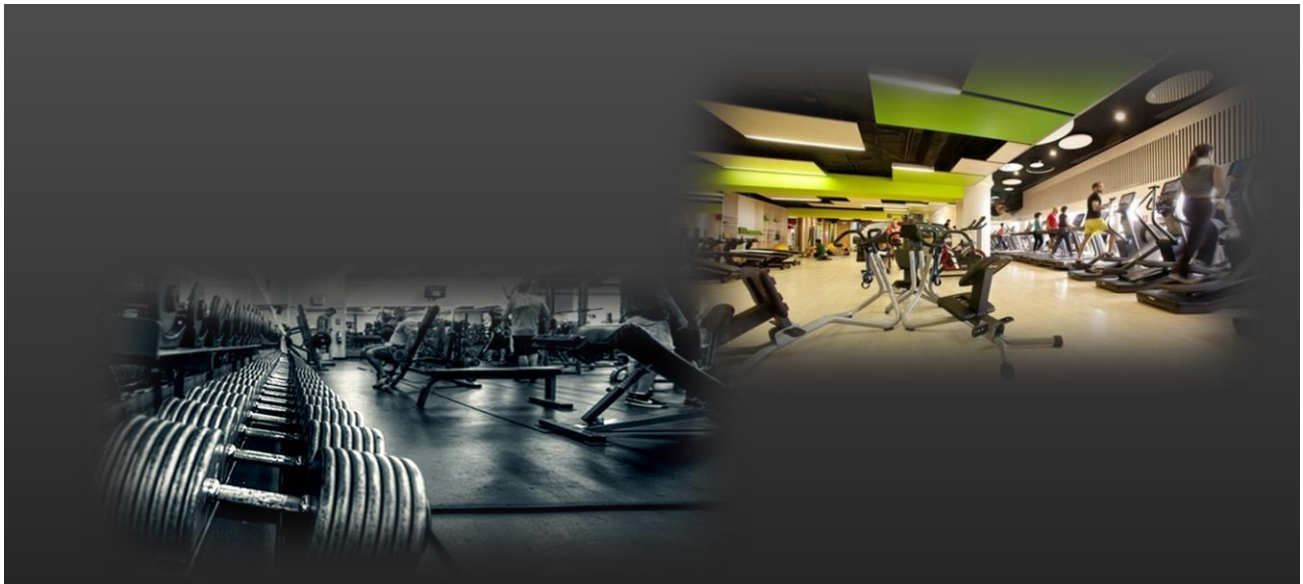


Nivel de aceptación de un gimnasio en una unidad residencial

usuario

Se ve la necesidad de un modelo de gimnasio en grandes unidades residenciales que cuentan con determinada cantidad de habitantes, y poder llegar con un gimnasio con todos los servicio de uno igual a un centro comercial y llevarlo a una unidad residencial , por ese motivo se pretende conocer el nivel de aceptación de estos habitantes de las unidades residenciales para que piensan del modelo.

Universidad católica Luis Amigo

SEBASTIAN AMAYA RUIZ

Tabla de contenido

1. INFORMACION DEL CONTEXTO CORPORATIVO……pag 2
2. ANTECEDENTES…… ...pag 3
3. JUSTIFICACION……..pag 4
4. PREGUNTA OBJETO DE ESTUDIO ……..pag 5
5. OBJETIVO GENERAL……pag 5
6. OBJETIVOS ESPECIFICOS ……pag 5
7. MARCO DE REFERENCIA ……...pag 6
8. ALCANCES DEL PROYECTO……..pag 8
9. INSTRUMENTO……..pag 8
10. RESULTADOS ……..….pag10
11. CONCLUSION DE LA INVESTIGACION ……pag 14
12. CALENDARIO ……pag 15
13. GLOSARIO…. ……..…pag 16
14. METODOLOGIA ……..……..……..pag 17
15. REFERENTES ……..……..pag 19

1. INFORMACION DEL CONTEXTO CORPORATIVO

Esta empresa se dedicará al arrendar el espacio de los gimnasios que existen dentro de las unidades residenciales, que no son utilizados, dándoles un valor agregado, como prestar el servicio adminístralos, entrenadores, evaluación deportiva, nutricional y acompañamiento en la práctica deportiva.

Es un servicio muy similar al que prestan los gimnasios, pero esta esta enfocado que publico objetivo es la unidad residencial, ya que se ve una falencia que estos espacios no son utilizados por los mismos propietarios que prefieren pagar afuera el gimnasio.

Es ahí donde el espacio con que cuentan algunas unidades no se está aprovechando y por eso el modelo entrara . A cambiar el concepto que se tiene sobre los gimnasios en las unidades dándoles un valor agregados mencionados anteriormente.

Hoy en dia la tendencia es el mundo fit, principalmente en las nuevas generaciones , por eso los gimnasios han evolucionado a una manera de tener servicios y un valor agregado que haga diferenciar el mercado, muchos de ellos con áreas medicas, nutrición, cafeterías, zonas húmedas, spa, guardería, entre otros servicios , el modelo a implementar también tendría un plus que fuera de entrenar casi que en tu mismo hogar también cuente con especialistas en nutrición, valoración medica y convenios con otros servicios adicionales con el fin de que cada persona cumpla sus objetivos.

2. .ANTECEDENTES

Los únicos servicios similares son las empresas que dentro de sus instalaciones cuentan con un gimnasio para sus empleados, son pocas las empresas que tienen este servicio, y no existe ninguna unidad en el área metropolitana que cuente con este tipo de servicio donde los gimnasios de las unidades sean manejados por alguna entidad.

Las cadenas de gimnasios solo se dedican a tener sedes en centros comerciales, locales con buena vista, puntos estratégicos, pero nadie ha mirado para las unidades residenciales donde existen cantidad de personas que son clientes potenciales, por ende es un mercado desconocido y totalmente nuevo.

El modelo de negocio actualmente seria parecido a formatos ya existentes en el mercado, solo que el publico objetivo seria la misma unidad residencial, potencializar ese espacio ya existente y adecuarlo para los propios usuarios de la unidad, que puedan tener en su propia unidad residencial un gym de calidad y de buenas condiciones.

Existen grupos dentro de las unidades que desarrollan ejercicio pero de forma no muy habitual, ya sea por falta de un profesional que los acompañe o por una falta de motivación, estas unidades a que buscamos llegar cuentan con un gimnasio propio, que pasa que es mal dotado, no tiene personal para acompañar los usuarios, no tiene valores agregados, por esta razón las personas no los utilizan, ya que no se sienten en un lugar donde puedan lograr sus objetivos. Para esto se busca desarrollar el nuevo formato, para lograr cada vez satisfacer mas las necesidades de cada individuo.

3. JUSTIFICIACION

Se ve la necesidad de aprovechar estos espacios con que cuentan las unidades residenciales que hoy en día tienen poco uso y son descuidados, para aprovecharlos y darles una nueva imagen, haciendo así que los propietarios puedan ejercitarse sin tener que salir de sus residencia. Dándoles un valor agregado y un acompañamiento para que puedan lograr sus objetivos. Es ahí donde nace esta la oportunidad del aprovechamiento de este lugar convirtiéndolo idóneo para la practica deportiva.

Muchas unidades tiene gimnasios que son poco utilizados, por que no cuentan con un entrenador, maquinas, planes de entrenamiento , nutrición y otros servicios , por eso las personas que viven en la unidad prefieren pagar afuera un valor por estos servicios que no encuentran en el espacio de la unida.

En muchas ocasiones las personas tienen que hacer trayectos largos para ir a entrenar ya sea al gimnasio o una unidad deportiva, es ahí donde nace la pregunta por que no poder entrenar en casa, que solo la distancia sea un ascensor, la necesidad se ve desde un mundo muy globalizado y la inmediatez que buscamos hoy en día, ya que el mundo se esta moviendo tan rápido y evolucionando que mientras la población menos pierda tiempo es mucho mejor para las personas. Hoy en día gran parte de la población dedica poco tiempo para ejercitarse por varios motivos como tiempo, trabajo, estudio, pereza, distancia, clima, por lo que seria muy cómodo entrenar en tu propia unidad, donde sabes que a muy corta distancia vas a tener un sitio para entrenar, sea por salud o por transformar el cuerpo.

Que mejor oportunidad que entrenar en familia, desde el mismo núcleo familiar como con los mismos vecinos que en algunas oportunidades se desconocen, integrando una pequeña sociedad en un espacio donde se conviven, el modelo de negocio esta orientado a eso , a unir y optimizar tiempos , con un servicio muy parecido al que encuentran afuera.

4. PREGUNTA OBJETO DE ESTUDIO

Determinar el nivel de aceptación y si existen las condiciones para el montaje de un gimnasio dentro de una unidad residencial

5. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de aceptación de los gimnasios dentro de las unidades residenciales de puerta madera y ciudad central.

6. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Diseñar un instrumento para medir la nivel de aceptación de los habitantes de las unidades residenciales puerta madera y ciudad central

Implementar el instrumento para medir el nivel de aceptación de de los habitantes de las unidades residenciales puerta madera y ciudad central.

Analizar los resultados del nivel de aceptación sobre los gimnasios dentro de las unidades residenciales de puerta madera y ciudad central

Definir si es bueno o malo el nivel de aceptación sobre los gimnasios dentro de las unidades residenciales de puerta madera y ciudad central.

7. MARCO DE REFENCIA

El furor por la actividad física y deporte es un hecho comprobable desde los años sesenta, que se expansiona a principios de los ochenta y sigue su curso, ya más comedido, hasta nuestros días, con un cambio de 360 grados aunque se mantiene la esencia.

Entendiendo la definición de gimnasio, para el legislador, es la de aquellos "establecimientos destinados a la enseñanza o práctica de actividades físicas no competitivas" es asi cuando se piensa implementar este modelo dentro de una unidad residencial que permita esta practica, el elemento principal y es el éxito de la mayoría de modelos establecidos a nivel mundial en el mundo fitness o de gimnasios es el control, y es donde Rodrigues, Alejandro (2012) plantea ¨El funcionamiento del dispositivo de entrenamiento está basado en la vigilancia y el control de los cuerpos que allí interactúan.¨(p17) es allí donde los modelos en este caso el nuevo modelo de gimnasios en unidades residenciales puede tener éxito, con el correcto control y vigilancia tanto del personal interno como lo son los empleados como también los afiliados. El sector deportivo y fitness siempre esta en constante cambio y evolución por la mima necesidades humanas de recreación, salud y afiliación , y dia a dia evoluciona llegando ya hasta el punto de utilizar la tecnología y unirla en este modelo deportivo, según el experto y dueño de los mejores gimnasios a nivel mundial Rourke, Bryan (2014) ¨El funcionamiento del dispositivo de entrenamiento está basado en la vigilancia y el control de los cuerpos que allí interactúan, la influencia de la tecnología en la industria del fitness ya ha comenzado. utiliza los recursos que hemos compartido en este artículo para saber más sobre cómo incorporarla a tu centro y a tu marca.¨ (p3) expresa que su modelo de negocio que lleva años ha evolucionado de tal manera que la tecnología se ha vuelto un aliado en el modelo fundamental para el éxito, que todo modelo lo debe implementar par atener un buen éxito, fuera de todo lo que tiene un gimnasio como , maquinaria, recepción, entrenadores, lobby, baños, entre otros , hoy es fundamentar el control y la tecnología para brindar una buena experiencia. Basándonos en lo anterior el modelo de gimnasios en

unidades residenciales pretende tener una experiencia en que el usuario no tengo que salir de su unidad para poder hacer ejercicio.

Enfocándonos en el objetivo principal que es la aceptación del modelo , y el actor principal es el consumidor que es el que tiene el poder de compra y decisión como lo dice Morin ,Edgar (1962) en el libro espíritu del tiempo afirma que ¨la conversión del ciudadano en consumidor. Se crea la venta a plazos, el aumento de salarios, la necesidad de educación superior, el subsidio de vejez, la norma social del consumo, pero ante todo se crean actitudes consumistas , seguridad, aceptación social, integración, prestigio, autoestima, éxito, independencia, vida privada, seducción.¨ esta explicación es claramente lo que busca el consumidor a la hora de elegir, y el modelo debe de tener estos principios para poder ser aceptado y que el consumidor sienta una experiencia agradable donde pueda entrenar en su misma unidad, ahorrando tiempo, pasajes, desplazamiento, es hacerle la vida mas fácil a las personas que practican actividad física llegando cada vez mas cerca a su hogar.

Tabla 1. % de clientes que acuden a gimnasios low-cost por franjas de edad

Franja de edad	% clientes
< de 20 años	6,1
21 a 30 años	36,3
31 a 40 años	29,7
41 a 50 años	18,7
51 a 60 años	7,1
> de 60 años	2,1

Nota. Fuente: Adaptado de Valcarce, López & García (2015). 3er informe gimnasios low cost en España

Según un estudio % de clientes que acuden a gimnasios podemos ver un panorama en el público que asisten actualmente a los gimnasios , aunque hay poblaciones adultas que no acuden mucho a la práctica deportiva por miles de razones , es un reto del modelo llegar atraerlas no solo por la parte física sino por la salud, este modelo es incluyente con todo tipo de publico desde el niño de 12 años hasta el adulto mayor que viva en la unidad, el ejercicio esta diseñado para todo tipo de publico, y es de tener unos buenos entrenadores y planes deportivos que permitan que toda la unidad haga uso del servicio.

El profesor Miranda, Julian(2016) en su articulo manifiesta que en el mundo actual lo que hace el ¨ El chandal callejero, la asistencia masiva al gimnasio, la abundancia de productos dietéticos, la visualización repetitiva de anuncios televisivos que utilizan el modelo de la joven o el joven esbelto, atlético, dinámico, activo, hábil motrizmente; lo light, los regímenes alimenticios, los escaparates de prendas y calzado deportivos, las revistas y libros sobre fitness y nutrición son algunos de los elementos que componen esa creciente atención corporal¨(p1) es lo que ha creado la cultura deportiva de los últimos años, entendiendo asi esa necesidad del usuario por este mundo deportivo el cual tiene muchas incidencias como lo menciona anteriormente. Basado en lo anterior se puede desarrollar un modelo que se pueda incluir varios de estos aspectos y pueda llegar a ser exitoso hoy en dia, que la globalización busca optimizar mas todo y que mejor que poder

entrenar en tu propia unidad sin que otros factores externos mencionados anteriormente influyan en la practica deportiva.

Las motivaciones y cuestionarios que se hace las personas por que van al gimnasio las describe claramente Miranda, Julian(2016) ¨hablado de apariencia física, de salud, de condición física, de desarrollo muscular, de soporte cultural humano, etc. De todo este cúmulo de motivaciones ¿cuál es la que en mayor medida conduce al ciudadano a la actividad física, al gimnasio? ¿Es la salud, el móvil primordial del usuario del gimnasio? ¿Lo es la estética? Y si es así ¿qué factores o rasgos de la salud, la estética, la condición física son los más decisivos?¨(p64) estos interrogantes y motivaciones son las que las personas no atléticas se preguntan por qué las otras personas practican deporte, la mayores respuesta seria que salud o apariencia física pero otros factores son los que motivan al usuario al aceptar el ejercicio en su forma y estilo de vida

8. Alcances del proyecto

El proyecto dará el paso inicial para poder mirar si puede llegar a ser exitoso el modelo, pretende informar sobre la perspectiva y la opinión de las personas que viven en las unidades residenciales , para ver que opinan del modelo.es el punto de partida para ver la viabilidad en temas de usuarios como reciben este modelo nuevo .Este modelo puede llegar a ser exitoso solo si tiene una buena aceptación por parte de los futuros usuarios , que es quienes usaran el modelo y serán los afiliados.

9. Instrumento

Encuesta de aceptación

Se ve la necesidad de un modelo de gimnasio en grandes unidades residenciales que cuentan con determinada cantidad de habitantes, y poder llegar con un gimnasio con todos los servicio de uno igual a un centro comercial y llevarlo a una unidad residencial , por ese motivo se pretende conocer el nivel de aceptación de estos habitantes de las unidades residenciales para que piensan del modelo

Sexo M__ F___

Edad ____

Cuantas personas viven contigo

1___

2___

3____

Mas de 4 ____

Responde con una x cada una de las sigue

Te gusta el deporte si __ no __

Que deporte practicas

A. Futbol
B. Baloncesto
C. Voleibol
D. Extremos
E. Otro __ cual

¿Crees que en tu unidad hace falta un espacio para practicar el deporte y mejorar tu condición física donde tengas un buen acompañamiento y tengas las mejores condiciones para desarrollar tu practica deportiva?

Si __

No ___

1. ¿ tu como habitante de la unidad estás de acuerdo y aceptarías que una entidad administre el gym y lo adecue con todos los servicios , comodidades, acompañamiento que tiene las grandes marcas?

   Si __

   no__

2. ¿Selecciona los servicios y comodidades que te gustaría que se implementaran en este espacio para que puedas lograr tus objetivos ?
   Entrenadores___
   Nutrición ___
   Equipos nuevos ___
   Evaluador clínico ___
   Control __
   Planes deportivos ___
   Cafetería ___
   Otro cual ____

3. ¿En caso de que este espacio existiera cual seria la razón principal por que te motivaría ir ? selecciona una de ellas
   a. Mejorar la condición física
   b. Salud
   c. Conocer amigos
   d. Esparcimiento
   e. Otro cual

4. En la practica deportiva con quien habitualmente haces deporte ?
   a. Solo
   b. Con amigos
   c. Pareja
   d. Hijos

5. ¿Cuántas veces por semana practicas deporte ?
   a. Nunca
   b. 1 vez a la semana

c. 2 veces a la semana
d. 3 veces a la semana
e. Mas de 3 veces

6. Cual crees que seria el mejor beneficio para ti, tener un buen gimnasio en tu unidad residencial ?
   a. Cercanía de mi apto
   b. Entrenar en familia
   c. Ahorro de tiempo por no desplazarme
   d. Mejorar mi salud
   e. Ahorro de dinero

7. ¿si llegara a existir el gimnasio en tu unidad residencial cual seria el valor que estarías dispuesto a pagar por cada mes , teniendo en cuenta que este lugar tendrá las mejores condiciones y servicios que ofrecen las grandes marcas ?

   a. De 60.000 a 80.000 mil
   b. De 80.000 a 100.000 mil
   c. De 100.000 a 120.000 mil

8. ¿Por qué medio te gustaría informarte de los servicios del gym en tu unidad ?
   a. Invitaciones y cortesías.
   b. Publicidad en la unidad
   c. Puerta a puerta
   d. Clases para toda la unidad

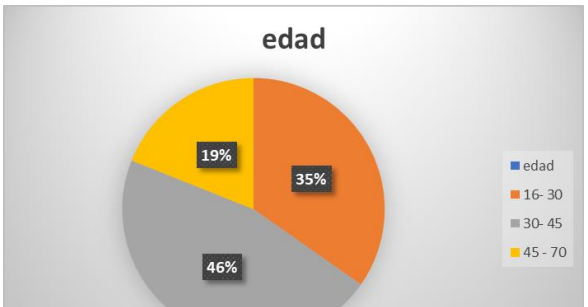
10. Resultados

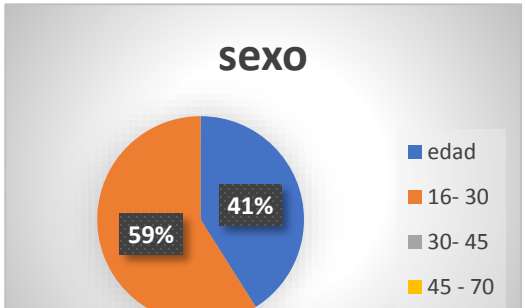
La unidad residencial donde se tomo como muestra tiene un total de 890 aptos los cuales se realizo una encuestas un 90 % presencial y un 10 % virtual para un total de muestras de 190 habitantes de esta unidad residencial , los hallazgos fueron los siguientes

muestra total	190 habitantes de la unidad

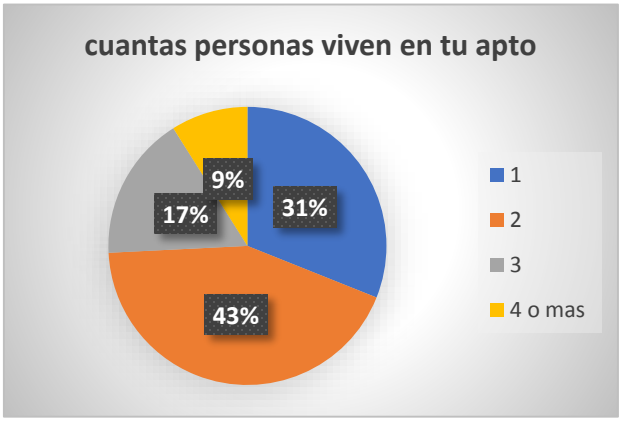
La cual la población esta dividida en un 59% del genero femenino que es el que predomina , y sobresale el rango de edad de la muestra de 30 a 45 años , seguido de la 16 -29 años . los que nos da indicios de como se debe dirigir el gym a este tipo de publico que por el rango de edad predomina las personas adultas y jóvenes.

sexo	masculino	femenino
	78	112



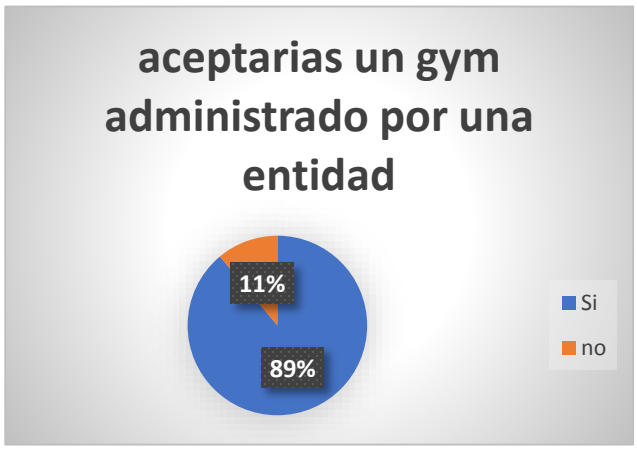


Para tener un promedio de cuantos habitantes viven por apto se realizo la pegunta de cuantas personas viven contigo , lo que arrojo que el 43 % de la muestra viven dos personas , el 31 % tan solo una persona , lo que nos da a indicar que es una población que no es muy grande y que en la mayoría de estos aptos viven dos personas.

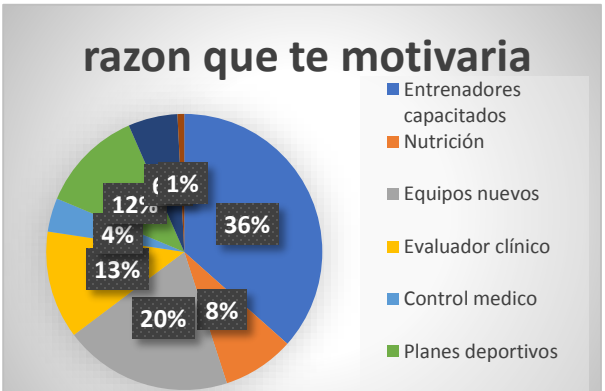


Se evidencia que es una población muy activa ya que tan solo el 5% no hacen ningún tipo de ejercicio mientras que el otro 95 % manifiesta que si realiza actividad física , en los cuales predominan estos deportes, como mayor moda el futbol con mas de la mitad de la población entre el genero masculino y femenino , como también el baloncesto y ciclismo con gran participación entre los usuarios , esto da una clara realidad de los gustos de los habitantes y se pueden desarrollar estrategias con estos gustos para saber como llegarles por medio de sus gustos y hábitos.

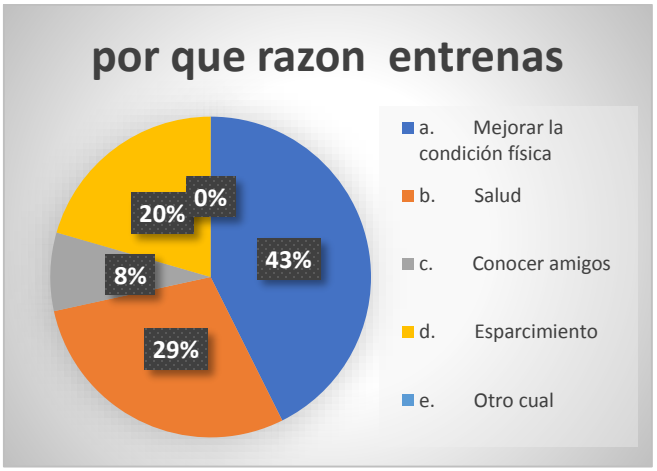
Entrando ya en profundidad con la encuenta se realizo una de las preguntas fundamentales y que da pie a que tendrá una buena aceptación entre los habitantes un gimnasio dentro de una unidad residencial , los resultados indican que el 96% de la muestra están de acuerdo q que hace falta un mejor lugar para realizar las actividades físicas y mentales.



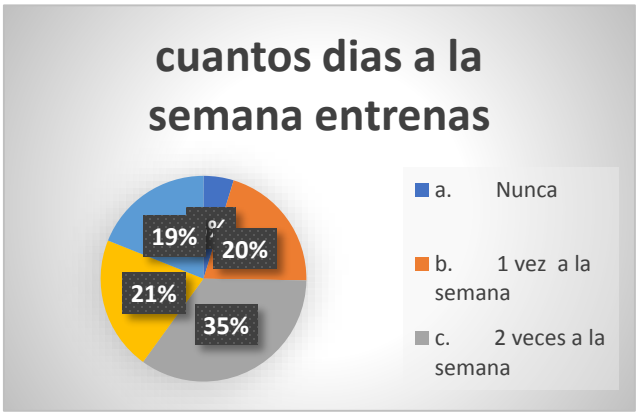
La pregunta fundamental de la aceptación de un gimnasio que sea administrado por una entidad , fue muy positiva ya que el 89 % de la muestra aceptaría un gym administrado, y tan solo el 11% de la muestra no estaría de acuerdo, lo que no es un porcentaje muy alto y con unas buenas estrategias se puede llegar a que no sean detractores sino promotores del gimnasio .

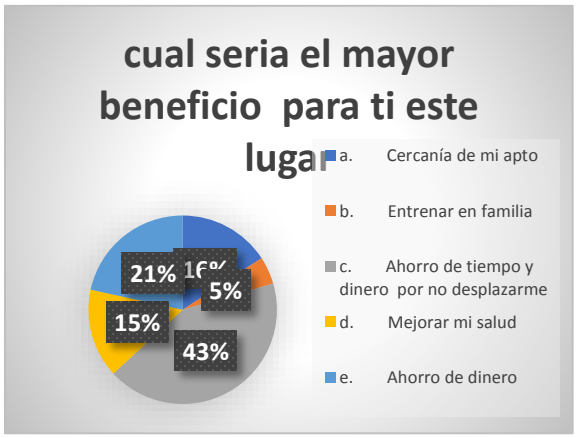


La principal razón por la que los habitantes de la unidad residencial se motivarían a ir a este espacio seria por entrenadores capacitados con un 36 %, ya que manifiestan que la mayoría de gimnasios que asisten o alguna ves han ido , esta es la mayor falencia que encuentran, que no están pendientes de ellos , seguido también de equipos nuevos , evaluador clínico y planes deportivos que es una gran oportunidad para poder llegar a impactar en este lugar .



De los anteriores cuadros podemos evidenciar que la razón de peso por que la muestra entrena es mejorar la condición física con un 43% , y mejorar la salud con 29% de las respuestas , lo que ayuda enfocar el estilo del gimnasio para que cada persona pueda lograr sus objetivos , también se evidencia que el 47 % son personas que entrenan solas o con amigos 33%, donde se puede hacer una estrategia de precio para impactar a los grupos de amigos y familiares , con el fin de tener un buen flojo de afiliados y de hacer un ambiente de convencía dentro de este espacio





La población según la muestra encontrada entrena en promedio 2 veces a la semana con una tendencia del 35% , un 20 % y 21 % , entre una vez y tres veces, lo que indica que es una población activa ya que tan solo el 5 % de la muestra no entrena ningún día, si miramos el mayor beneficio que traería este lugar para los habitantes de la unidad el 43% coinciden en que ahorro de dinero y tiempo , el 21% ahorro de dinero, según las respuestas los encuestados manifestaban el interés por que tan solo a un ascensor o a una torre tendrían un lugar donde entrenar y no tendían que desplazarse ni gastar mas dinero .

Según los resultados el promedio que estarían dispuesto a pagar los encuestados seria de 60.000 a 80.000 que son precios que actualmente maneja el mercado con las ventajas mencionadas anteriormente de ahorro de tiempo y dinero en otros gastos como transporte y desplazamiento, aunque otra gran parte como el 39 % estarían dispuesto a pagar de 80.000 a 100.000 por el servicio todo dependerá de el factor diferencial que tenga . también manifiestan que les gustaría para informarse publicidad por publicidad en la unidad e invitaciones para conocer el producto.

11. Conclusiones de la investigación

La investigación permitió dar un nivel de aceptación del 89% positivo y el cual seria muy bien recibido el modelo dentro de la unidad residencial , además permitió saber los gustos de estos habitantes hacia el deporte, como lo practican , con que frecuencia además de cuanto estarían dispuestos a pagar por este servicio y se pudo concluir lo siguiente :

- Se evidencia con la encuesta que los habitantes si aceptan en un 89% la posibilidad de que en su unidad residencial exista un gimnasio con todo lo que ofrece el mercado .

- La muestra que se le realizo la encuesta se puede observar que es una población que le gusta el deporte y que lo practica, además que tienen un habito de vida de entrenar ya que la tendencia en ese ligar es que entrenan mínimo dos veces por semana , es una población la cual tiene potencial , ya que en sus hábitos normalmente entrenan y al 95 % de la población le gusta el deporte.

- Los habitantes manifiestan que aunque hay un lugar en donde hacer ejercicio no hay unas buenas instalaciones ni servicios como entrenador, nutricionista, fisioterapeuta y la aceptación con este modelo fue muy valorada ya podría convertirse en un lugar donde tenga todas las comodidades y servicios para el logro de sus objetivos

- Se evidencia las razones por la cual la muestra encuestada entrena lo que puede ser útil a la hora de armar estrategias que sean atractivas para ellos , igualmente como entrenan y con quien regularmente lo hacen , además algunos entrenan con sus amigos o familiares lo que es una buena opción para la estrategia de precio . En la el objeto de estudio de hicieron preguntas correspondientes a las 4 p (producto, precio, plaza y promoción) ya que a demás de identificar el nivel de aceptación también se pretendía ir mas allá y mirar variables , datos que puedan ayudar a construir y den bases para estructurar un mejor modelo con el fin de satisfacer las necesidades de las personas de esta unidad residencial comporta piloto para aplicarlos a otras unidades de igual características

12. Calendario operativo

Marzo 2 : pensamiento y diseño del cual iba a ser el tema principal y a cual se iba a orientar el proyecto, y cual sería la pregunta objeto de estudio.

Marzo 15: planteamiento de los objetivos generales y específicos

Marzo 22: recopilar información del contexto, antecedentes y justificación y pregunta objeto de estudio.

Abril 5: recopilación de fichas para el trabajo marco de referencia.

Abril 25: elaboración del marco de referencia.

mayo 6: elaboración de los alcances, cronograma y glosario.

Mayo 9: proyecto listo para revisión

Mayo 23: presentación del proyecto a los compañeros del curso.

Agosto 8 : planeación del instrumento (encuesta)

Agosto 22 : realización de encuestas

Septiembre 5 : tabulación de encuestas

Septiembre 19 : tabulación de encuentas

Octubre 10 : trabajo de observación

Octubre 24 : análisis de datos

Noviembre 7 : conclusiones y recomendaciones

13. METODOLOGIA

- Tipo de Investigación: Documental
- Método de investigación: Descriptiva
- Enfoque de la investigación: Mixta
- Recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos
    - Fuente recolección Primaria: Trabajo de campo(encuestas)
    - Fuentes recolección secundarias: Documentación existente en la empresa
- Técnicas de recolección: Observación, encuesta
- Tipo de muestreo fue no probabilístico por conveniencia, es decir la muestra que está disponible en el tiempo o periodo de investigación

16. Glosario de términos

Gimnasio : Local dotado de las instalaciones y los aparatos adecuados para hacer gimnasia y practicar ciertos deportes.

Unidad residencial: cualquier establecimiento, edificio, conjunto de viviendas o complejo residencial que, de forma organizada, sirva de alojamiento

Entrenador: Persona que se dedica a la preparación física y a la dirección técnica de un equipo deportivo, designando los jugadores que deben jugar en cada partido y la función determinada que cada uno debe desempeñar, en especial si se dedica a ello profesionalmente.

Evaluación deportiva: Es un proceso meramente cuantitativo, utilizado para recolectar la información obtenida por el test, atribuyendo un valor numérico a los resultados

Nutrición : fundamental para la supervivencia de los seres vivos, ya que les permite crecer, desarrollarse, renovar los tejidos dañados o deteriorados y disponer de la energía necesaria para el funcionamiento del organismo.

Fitness : Conjunto de ejercicios gimnásticos especialmente indicados para conseguir y mantener un buen estado físico.

Afiliado : aquella persona u organización social, que decide inscribirse en una obra social, en un partido político, en una Administradora de Fondos de Jubilaciones y Pensiones, en una empresa prestataria de salud y o en cualquier organización civil o empresarial.

Aceptación : El deseo de ser querido y aceptado por los demás. ... Uno de los deseos básicos de todo ser humano, un deseo que conecta de forma directa con la autoestima, es el deseo de ser querido y aceptado por los demás.

Recreación : se define como un conjunto de prácticas de índole social, realizadas colectiva o individualmente en el tiempo libre y en espacios determinados, que. permite el pleno desarrollo de las potencialidades del ser humano y el mejoramiento de la calidad de vida.

17. Referentes teóricos

Ficha bibliográfica		**Nro: 1**
Autor:	atletic	
Título:	Libro Top 100 – Gestión de Gimnasios	
Lugar de publicación:		

Editorial:	Mercado Fitness
Dirección electrónica:	http://www.mercadofitness.com/products-page/tipo/top-100-2/
Año de publicación:	2013
ISBN:	
Breve descripción del libro	Modelo de los gimnacios desde la arquitectura, modelo, capacitación, maquinas CRM, servicios

Ficha bibliográfica	**Nro: 2**
Autor:	Juanjo Rodríguez
Título:	El Entrenador en Casa
Lugar de publicación:	España
Editorial:	Booket
Dirección electrónica:	https://www.buscalibre.com.co/libro-el-entrenador-en-casa-en-forma-sin-ir-al-gimnasio-vivir-mejor-juanjo-rodriguez-booket/9788408140467/p/46509018?gclid=CjwKCAjw7_rlBRBaEiwAc23rhsyJbuPGnmaDCTisDJ-SGqfQOxjGcQyXHL9_wuZLUpf8bA9A5G_ULxoCALMQAvD_BwE
Año de publicación:	2016
ISBN:	
Breve descripción del libro	presenta su exitoso método de entrenamiento para practicar en casa y estar siempre en forma.

Ficha bibliográfica	**Nro: 3**
Autor:	Alejandra María Franco Jiménez** José Enver Ayala Zuluaga*** Carlos Federico Ayala Zuluaga*
Título:	LA SALUD EN LOS GIMNASIOS: UNA MIRADA DESDE LA SATISFACCIÓN PERSONAL*
Lugar de publicación:	
Editorial:	
Dirección electrónica:	http://www.scielo.org.co/pdf/hpsal/v16n1/v16n1a13.pdf
Año de publicación:	2011
ISBN:	

Breve descripción del artículos	Centros de ejercicio físico, adherencia, satisfacción personal, salud

Ficha bibliográfica	**Nro: 4**
Autor:	ADEN
Título:	FITNESS GYM
Lugar de publicación:	ADEN INTERNATIONL BUSSINES SCHOOL
Editorial:	
Dirección electrónica:	http://www.aden.org/pdf-simuladores/FITNESSGYM.pdf
Año de publicación:	
ISBN:	
Breve descripción del libro	Gestionar y crear modelos de gimnasios en el mundo actual y hacia donde va el mundo fit

Ficha bibliográfica	**Nro: 5**
Autor:	Aira cesar
Título:	Guerra de los Gimnasios
Lugar de publicación:	
Editorial:	Emece
Dirección electrónica:	https://www.buscalibre.com.co/libro-guerra-de-los-gimnasios/9789500434331/p/6883618
Año de publicación:	2012
ISBN:	Isbn13 9789500434331
Breve descripción del libro	La competencia del mundo fittnes a nivel mundial varios modelos exitosos y de fracaso

Ficha bibliográfica	**Nro: 6**
Autor:	tamara blanco ·
Título:	el gimnasio en casa/ the home gym
Lugar de publicación:	**dasier srl**
Editorial:	**dasier srl**
Dirección electrónica:	https://www.buscalibre.com.co/libro-el-gimnasio-en-casa-the-home-gym/9789876101042/p/1978847

Año de publicación:	
ISBN:	9876101048
Breve descripción del libro	Como la necesidad de optimizar el tiempo lleva a las personas a entrenar desde casa