



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL**

TEMA:

**“DISEÑO DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR FITNESS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL EN EL AÑO 2020”.**

AUTOR:

BAQUE PAREDES EUGENIA DEL PILAR

TUTOR:

Eco. BRICIO SAMANIEGO KARINA ISABEL, MSC

GUAYAQUIL-ECUADOR

2019 – 2020



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	DISEÑO DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR FITNESS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2020.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	BAQUE PAREDES EUGENIA DEL PILAR.		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	ECO. BRICIO SAMANIEGO KARINA ISABEL, MSC. ING. MORA ESPINOZA CARLOS GABRIEL, MSC.		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
UNIDAD/FACULTAD:	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL		
GRADO OBTENIDO:	INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	SEPTIEMBRE 23, 2020	No. DE PÁGINAS:	118
ÁREAS TEMÁTICAS:	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	CONSUMIDOR FITNESS, ESTILO DE VIDA, HÁBITOS DE CONSUMO, EJERCICIOS, VIDA SALUDABLE.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	El estilo de vida Fitness se caracteriza por un alto consumo de productos y servicios, como suplementos dietarios y entrenamiento físico que va desde gimnasios y exigencias de alto rendimiento hasta nuevas tendencias de actividad física al aire libre y nutrición sana, entre otras posibilidades, todo ello acompañado de aspectos que mejoran la motivación y la disciplina y que pueden involucrar un cambio no solo en la forma externa, sino también de forma interna, mejorando su salud. El propósito de este estudio es realizar un acercamiento a la descripción del consumidor Fitness en la ciudad de la ciudad de la ciudad de Guayaquil y conocer cómo se entiende y se vive el estilo de vida asociado con el consumo de productos denominados Fitness. Para lograrlo se desarrolló un estudio exploratorio de carácter cualitativo dirigido a expertos, influenciados y seguidores del estilo de vida de dicho tipo. Las evidencias muestran que las personas que tienen el estilo de vida mencionado lo relacionan con motivación, disciplina y bienestar; además, se hacen visibles aspectos como que seguir dicho estilo de vida implica desarrollar, mejorar o mantener un aspecto físico y que el mismo tenga aceptación social y también sienten que pertenecen a un grupo social exclusivo por los costos que involucra. Este tipo de investigaciones sobre el consumidor centrado en el estilo de vida Fitness un estudio para identificar qué quiere y que necesita el respectivo mercado y cómo está segmentado, información necesaria para la toma de decisiones.		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0969658261	E-mail: Karina.bricios@ug.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Elizabeth Coronel Castillo.		
	Teléfono: (04) 2-596830		
	E-mail: elizabeth.coronelc.ug.edu.ec		



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL MODALIDAD SEMESTRAL
Unidad de Titulación

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado, **ING. MORA ESPINOZA CARLOS GABRIEL, MSC.** Revisor del trabajo de titulación **“Diseño del Perfil del Consumidor Fitness en la ciudad de Guayaquil en el año 2020”** ha sido elaborado por la estudiante **BAQUE PAREDES EUGENIA DEL PILAR** CON C.I. 095396617-3, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL**, en la carrera de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial de la Facultad Ciencias Administrativas, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

ING. MORA ESPINOZA CARLOS GABRIEL, MSC.

C.I. 0920590304



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL MODALIDAD SEMESTRAL
Unidad de Titulación

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO
NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, Eugenia Baque Paredes con C.I. No.0953966173, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “DISEÑO DEL PERFIL DE CONSUMIDOR FITNESS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2020” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Eugenia Baque Paredes

C.I. No. 095396617-3

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL MODALIDAD SEMESTRAL
Unidad de Titulación

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **ECO. BRICIO SAMANIEGO KARINA ISABEL, MSC**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **BAQUE PAREDES EUGENIA DEL PILAR**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL**.

Se informa que el trabajo de titulación: **“DISEÑO DEL PERFIL DE CONSUMIDOR FITNESS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2020”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio **URKUND** quedando el 3% de coincidencia.

URKUND

Documento	BAQUE PAREDES EUGENIA DEL PILAR..docx (D64738504)
Presentado	2020-03-02 15:10 (-05:00)
Presentado por	karina.bricios@ug.edu.ec
Recibido	juan.carrielw.ug@analysis.orkund.com
Mensaje	RV: TESIS-URKUNG Mostrar el mensaje completo

3% de estas 18 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

<https://secure.orkund.com/old/view/62770703-433839-783481#q1bKLVayijY01jE00TE01TE00zE01zG0iNVRKs5Mz8tMy0xOzEtOVbIy0DMwMjQzNjA1NDY2MjQ0NjcwMqkFAA==>

ECON. BRICIO SAMANIEGO KARINA ISABEL, MSC
C.I. 080213779-4



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL MODALIDAD SEMESTRAL
Unidad de Titulación

CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Guayaquil, 3 de marzo del 2020

Sr.

ECON.MAURICIO VILLACRESES COBO, MF
 DIRECTOR DE LA CARRERA
 INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
 Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **DISEÑO DEL PERFIL DE CONSUMIDOR FITNESS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2020** de la estudiante **BAQUE PAREDES EUGENIA DEL PILAR**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

ECON. BRICIO SAMANIEGO KARINA ISABEL, MSC
C.I. 080213779-4



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL MODALIDAD SEMESTRAL
Unidad de Titulación

CERTIFICADO DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación **“Diseño del perfil del consumidor fitness en la ciudad de Guayaquil en el año 2020”** ha sido elaborado por la estudiante **BAQUE PAREDES EUGENIA DEL PILAR** con C.I. 095396617-3, egresada de la carrera de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas, de la Universidad de Guayaquil, previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing y negociación Comercial, me permito **APROBAR** todas sus partes, luego de orientar, estudiar y revisar este trabajo.

Atentamente,

ECON. BRICIO SAMANIEGO KARINA ISABEL, MSC
C.I. 080213779-4
Tutor de Trabajo de Titulación

Agradecimiento

A Dios, por permitirme narrar cada palabra expresada en este proyecto de tesis, y más aún, por poder compartirlo con los seres más importantes de mi vida.

A mis padres, siendo mi debilidad y mi fortaleza, faltarían líneas para expresar todo el agradecimiento por la motivación diaria que me brindan. Mi total admiración a ustedes, a pesar de este logro, les quedo debiendo la meta más grande de mi vida, la cual es poder ser o reflejar, al menos un poco de lo maravilloso seres humanos que son ustedes, y poder fomentar en mi hogar, en mi familia, en mis futuros hijos, todo lo bonito que nos siguen enseñando.

A mis tres hermanas Jessenia, Ericka y Solange, a Willi y Moisés, quienes me permiten compartir un rol importante con Valentina, Emiliano y Camila, tres maravillosos seres, quienes me brindan momentos, difícilmente de explicar en una sola palabra.

Familia Paredes, y a su núcleo principal, mi abuela Asunción, a mis tíos, quienes siempre nos brindan su cariño y apoyo incondicional. A mi abuelo Baque, quien luego de quedar como único eje familiar, con mucha sabiduría a sacado adelante a su legado.

A los Llor Bonoso, especialmente a Carlos Llor, mi amigo, mi confidente, mi compañero de vida, sé, que, con esfuerzo y dedicación, apostándole siempre a nuestra paz y felicidad, conseguiremos todo lo que anhelamos con nuestro corazón.

Por último, y no menos importante, a, Eco. Karina Bricio Samaniego MIM, quien compartió sus conocimientos para guiarme a culminar con éxito el presente trabajo.

¡GRACIAS!

Dedicatoria

Dedico este proceso, este logro y al igual que todas mis metas, a quien me ha permitido conseguirlo absolutamente todo, Dios. Quien atreves de mis padres, me ayudo a entender cuáles eran y son, las mejores decisiones para mí. Ayudándome a sobrepasar cada barrera puesta, durante varios años de estudio, y en conjunto a mis dos ángeles, me han llenado de fuerza, sabiduría, y optimismo para vencer cada una de las adversidades que he tenido en mi camino laboral, profesional, personal.

A mi familia, A mi compañero de vida, y a cuatro amigos a quienes ya los puedo llamar, colegas, que siempre me han impulsado a mejorar de forma incondicional. Con quienes sé, que puedo contar, en cualquier momento.

Sin duda alguna puedo recalcar que tengo la dicha de contar con seres maravillosos con quienes, a pesar de no poderles dedicar todo mi tiempo, están muy pendientes de mí y sé que hoy comparten están felicidad al verme cumplir, mi sueño anhelado. A todos ellos les dedico mi reconocimiento y total gratitud.

Pilar.

Tabla de Contenido

<i>Agradecimiento</i>	<i>i</i>
<i>Dedicatoria</i>	<i>ix</i>
<i>Tabla de Contenido</i>	<i>x</i>
<i>Índice de Tabla</i>	<i>xiii</i>
<i>Índice de Figuras</i>	<i>xiv</i>
<i>Resumen</i>	<i>xv</i>
<i>Abstract</i>	<i>xvi</i>
<i>Introducción</i>	<i>1</i>
CAPITULO I	4
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
<i>1.1. Antecedentes del Problema</i>	<i>4</i>
<i>1.2. Planteamiento del Problema</i>	<i>8</i>
<i>1.3. Sistematización del problema</i>	<i>10</i>
<i>1.3.1. Planteamiento de la hipótesis de investigación</i>	<i>10</i>
<i>1.3.2. Objetivo general</i>	<i>10</i>
<i>1.3.3. Objetivos específicos</i>	<i>10</i>
<i>1.4. Justificación de la investigación</i>	<i>11</i>
<i>1.4.1. Viabilidad del estudio</i>	<i>13</i>
<i>1.5. Delimitación</i>	<i>14</i>
<i>1.5.1. Delimitación espacial</i>	<i>14</i>
<i>1.5.2. Delimitación temporal</i>	<i>14</i>
<i>1.5.3. Delimitación del universo</i>	<i>14</i>
<i>1.5.4. Delimitación de contenido</i>	<i>15</i>
CAPÍTULO II	15
2. MARCO TEÓRICO	15
<i>2.1. Perfil del Consumidor</i>	<i>15</i>
<i>2.1.1. Factores que intervienen en el comportamiento del consumidor</i>	<i>16</i>
<i>2.1.1.1. Factores Culturales</i>	<i>16</i>
<i>2.1.1.2. Factores Sociales</i>	<i>17</i>
<i>2.1.1.3. Factores Personales</i>	<i>18</i>

2.1.1.4. Factores Psicológicos	19
2.1.2. Modelo de perfil del consumidor	20
2.1.3. Estilo de Vida.....	21
2.1.4. Consumidor Fitness.....	23
2.1.5. Característica Fitness	23
2.1.6. Beneficios del Fitness.....	24
2.1.7. Hábitos del Fitness.....	25
2.1.8. Actividades de Fitness	26
2.1.9. Ventajas, Desventajas Fitness	28
2.1.10. Marca	30
2.2. Marco Conceptual	30
2.2.1. Fitness.....	30
2.2.2. Alimentación saludable	30
2.2.3. Ejercicio.....	30
2.2.4. Gimnasio.....	31
2.2.5. Yoga.....	31
2.2.6. Nutrición.....	31
2.2.7. Salud.....	31
2.2.8. Deporte	31
CAPÍTULO III	34
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.1. Objetivo de la Investigación de Mercado	34
3.3.1. Objetivo General.....	34
3.3.2. Objetivos Específicos	35
3.2. Metodología de Investigación	35
3.3. Técnicas de Investigación	35
3.3.1. Instrumentos de Investigación	35
3.3.2. Tipo de Investigación	37
3.4. Población y Muestra.....	37
3.4.1. Población.....	37
3.4.2. Muestra.....	38

3.5. <i>Análisis de los Resultados de los Instrumentos Aplicados</i>	39
3.5.1. <i>Encuesta a personas que practican deporte / ejercicios</i>	39
3.5.2. <i>Entrevista a personas que llevan una vida fitness</i>	66
3.5.3. <i>Focus Group</i>	75
CAPITULO IV	78
4. <i>Titulo</i>	78
4.1. <i>Objetivo General</i>	78
4.1.1. <i>Objetivos Específicos.</i>	78
4.3. <i>Procesamiento</i>	78
4.4. <i>Discusión de los resultados</i>	78
4.5. <i>Futuras líneas de investigación</i>	80
4.6. <i>Fundamentación de la propuesta</i>	81
4.6.1. <i>Modelo de perfil del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil</i>	81
4.6.2. <i>Dimensiones</i>	82
4.6.2.1. <i>Primera dimensión: Perfil del consumidor y su estilo de vida basado en los factores</i>	82
4.6.2.2. <i>Segunda dimensión: Estilo de vida y Hábitos de consumo.</i>	85
4.6.2.3. <i>Tercera dimensión: factores que influyen en los hábitos de consumo y estilo de vida.</i>	88
4.7. <i>Perfil del consumidor fitness y su estilo de vida</i>	90
4.8. <i>Perfil del consumidor fitness y su estilo de vida</i>	91
<i>Conclusiones</i>	92
<i>Recomendaciones</i>	93
<i>Anexos</i>	94
<i>Bibliografía</i>	99

Índice de Tabla

<i>Tabla 1. Ventajas y Desventajas Fitness.....</i>	29
<i>Tabla 2. Valores y Varianza.....</i>	38
<i>Tabla 3. Muestra.....</i>	39
<i>Tabla 4. Sexo</i>	40
<i>Tabla 5. Edad</i>	41
<i>Tabla 6. Estado Civil</i>	42
<i>Tabla 7. Ocupación.....</i>	43
<i>Tabla 8. Sector donde Vive.....</i>	44
<i>Tabla 9. Salario Mensual.....</i>	45
<i>Tabla 10. Que deporte Practica o le gusta practicar</i>	46
<i>Tabla 11. Frecuencia del Ejercicio</i>	47
<i>Tabla 12. Promedio de horas al día que haces ejercicio.....</i>	48
<i>Tabla 13. Cree que la actividad física que realiza es la adecuada</i>	49
<i>Tabla 14. . Motivos por lo que practica actividad física</i>	50
<i>Tabla 15. En qué lugar realiza Ejercicios</i>	51
<i>Tabla 16. Sigues alguna rutina en específico.....</i>	52
<i>Tabla 17. Motivo por el que realiza ejercicios en la instalación donde lo hace.....</i>	53
<i>Tabla 18. Con quien practica actividades físicas.....</i>	54
<i>Tabla 19. Porque considera que las personas no practican ejercicios.</i>	55
<i>Tabla 20. Como evaluas tus hábitos alimenticios</i>	56
<i>Tabla 21. Que sueles incluir en tu dieta diaria</i>	57
<i>Tabla 22. Te sientes contento con tu figura</i>	58
<i>Tabla 23. Usa alguna APP para hacer algún seguimiento de su actividad física.</i>	59
<i>Tabla 24. Redes Sociales que utiliza para compartir sus imágenes y/o videos de su rutina fitness</i>	60
<i>Tabla 25. Que tan importante son en su vida diaria</i>	61
<i>Tabla 26. Que productos prefiere comprar.....</i>	62
<i>Tabla 27. Se considera una persona fitness</i>	63

Índice de Figuras

<i>Figura 1</i> Estilo de Vida Fitness.....	24
<i>Figura 2.</i> Estadística de Sexo.....	40
<i>Figura 3.</i> Estadística de Edad.....	41
<i>Figura 4.</i> Estadística de Estado Civil.....	42
<i>Figura 5.</i> Estadística de Ocupación.....	43
<i>Figura 6.</i> Estadística de Sector donde vives.....	44
<i>Figura 7.</i> Estadística de Salario Mensual.....	45
<i>Figura 8.</i> Estadística de Tipo de Deporte que le gusta.....	46
<i>Figura 9.</i> Estadística de Frecuencia de ejercicios.....	47
<i>Figura 10.</i> Estadística de Promedio de horas al día en practicar ejercicios.....	48
<i>Figura 11.</i> Estadística de si la actividad que realiza es adecuada.....	49
<i>Figura 12.</i> Estadística de Motivos por lo que practica actividad física.....	50
<i>Figura 13.</i> Estadística de lugar realiza Ejercicios.....	51
<i>Figura 14.</i> Estadística de seguir alguna rutina en específico.....	52
<i>Figura 15.</i> Estadística de Motivo por el que realiza ejercicios.....	53
<i>Figura 16.</i> Estadística de con quien practica actividades físicas.....	54
<i>Figura 17.</i> . Estadística de porque las personas no practican ejercicios.....	55
<i>Figura 18.</i> Estadística de como evalúas tus hábitos alimenticios.....	56
<i>Figura 19.</i> Estadística de que sueles incluir en tu dieta diaria.....	57
<i>Figura 20.</i> Estadística de te sientes contento con tu figura.....	58
<i>Figura 21.</i> Estadística de usa alguna APP para seguimiento de su actividad física.....	59
<i>Figura 22.</i> Estadística de Redes Sociales que utiliza para compartir sus imágenes.....	60
<i>Figura 23.</i> Estadística de que tan importante son en su vida diaria.....	61
<i>Figura 24.</i> Estadística de que productos prefiere comprar.....	62
<i>Figura 25.</i> Estadística de se considera una persona fitness.....	63
<i>Figura 26.</i> Modelo del perfil del consumidor fitness.....	90
<i>Figura 27.</i> Modelo del perfil del consumidor fitness.....	91



“DISEÑO DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR FITNESS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2020”

Autor: Baque Paredes Eugenia Del Pilar.

Tutor: Bricio Samaniego Karina Isabel.

Resumen

El estilo de vida Fitness se caracteriza por un alto consumo de productos y servicios, como suplementos dietarios y entrenamiento físico que va desde gimnasios y exigencias de alto rendimiento hasta nuevas tendencias de actividad física al aire libre y nutrición sana, entre otras posibilidades, todo ello acompañado de aspectos que mejoran la motivación y la disciplina y que pueden involucrar un cambio no solo en la forma externa, sino también de forma interna, mejorando su salud. El propósito de este estudio es realizar un acercamiento a la descripción del consumidor Fitness en la ciudad de la ciudad de la ciudad de Guayaquil y conocer cómo se entiende y se vive el estilo de vida asociado con el consumo de productos denominados Fitness. Para lograrlo se desarrolló un estudio exploratorio de carácter cualitativo dirigido a expertos, influenciados y seguidores del estilo de vida de dicho tipo. Las evidencias muestran que las personas que tienen el estilo de vida mencionado lo relacionan con motivación, disciplina y bienestar; además, se hacen visibles aspectos como que seguir dicho estilo de vida implica desarrollar, mejorar o mantener un aspecto físico y que el mismo tenga aceptación social y también sienten que pertenecen a un grupo social exclusivo por los costos que involucra. Este tipo de investigaciones sobre el consumidor centrado en el estilo de vida Fitness un estudio para identificar qué quiere y que necesita el respectivo mercado y cómo está segmentado, información necesaria para la toma de decisiones.

Palabras Claves: Consumidor Fitness, estilo de vida, hábitos de consumo, ejercicios, vida saludable.



“DISEÑO DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR FITNESS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2020”

Autor: Baque Paredes Eugenia Del Pilar.

Tutor: Bricio Samaniego Karina Isabel.

Abstract

Fitness's lifestyle is characterized by a high consumption of products and services, such as dietary supplements and physical training ranging from gyms and high performance demands to new trends in outdoor physical activity and healthy nutrition, among other possibilities, all This accompanied by aspects that improve motivation and discipline and that may involve a change not only in the way people perceive and feel their internal and external body, but also as society does. The purpose of this study is to make an approach to the description of the Fitness consumer in the city of the city of Guayaquil and to know how to understand and live the lifestyle associated with the consumption of products called Fitness. To achieve this, an exploratory study of a qualitative nature is required for experts, influencers and followers of the lifestyle of that type. The evidence given by people who have the aforementioned lifestyle relate it to motivation, discipline and well-being; In addition, aspects such as following said lifestyle become visible implies developing, improving or maintaining a physical aspect and we have social acceptance and will also affect an exclusive social group due to the costs involved. This type of consumer research focused on the Fitness lifestyle a study to identify what the respectful market wants and needs and how it is segmented, information necessary for decision making.

Keywords: Fitness consumer, lifestyle, consumption habits, exercises, healthy life.

Introducción

En la actualidad es probable que pocos puedan responder con claridad, seguridad y sobre todo con certeza las siguientes preguntas: ¿qué es el Fitness?, ¿qué tiene para que cada vez sea más popular? y ¿cómo ha generado tendencias?, no solo en cuestiones deportivas, sino también en los hábitos de consumo y la forma de vestir o de socializar. Por tanto, se hace necesario investigar cómo se ha introducido dicho estilo de vida en la sociedad.

Dos aspectos para tener en cuenta en dicho estilo de vida son la alimentación y el uso de suplementos dietarios; los alimentos, junto con el ejercicio, son los pilares necesarios para llevar una vida saludable. Por ello las personas que dicen llevar este estilo de vida prestan máxima atención a los tipos de alimentos que consumen y a los nutrientes y componentes que los mismos tienen; por tanto, el número de calorías, la cantidad de carbohidratos, de proteínas o de grasas, si tiene o no gluten o vitaminas se ha convertido en una rutina de revisión continua para los seguidores del Fitness.

El estilo de vida mencionado se ha desarrollado a partir de la preocupación de las personas por lo saludable, lo cual incluye la alimentación y la suplementación puesto que en muchos casos no se basa en dietas específicas a corto plazo, sino que busca cambiar los hábitos alimentarios de aquellos que siguen dicho estilo de vida. En general basan su alimentación en el equilibrio y la dosificación, en surtir al cuerpo de más proteínas y de carbohidratos de bajo índice glicémico, menos gluten, menos harinas refinadas y, así mismo, en limitar el consumo de grasas saturadas y de origen animal, entre otras posibilidades.

De modo adicional a lo relacionado con la alimentación y la suplementación, el Fitness no es solo un conjunto de ejercicios divididos en series por grado de intensidad, para fortalecer o tonificar determinada parte del cuerpo; es un estilo de vida en el que cada día nace una vertiente novedosa, ya sea un nuevo tipo de ejercitación o un nuevo tipo de dieta o suplemento dietario. Es un modo de vida en el que se mezclan el culto al cuerpo y el entrenamiento personalizado con la alimentación sana y las dietas equilibradas, al igual que, desde el punto de vista sociológico, con una identidad social que define el mencionado colectivo; por tal motivo los tres aspectos, lo físico, lo sano y lo social, pareciera que definen un estilo de vida basado en el Fitness, que promueve el cuidado físico y mental de las personas.

Por otro lado, la gran oferta de alimentos y suplementos dietarios que inundan el mercado puede aumentar el desconocimiento de las personas sobre sus componentes, sobre los efectos buscados y sobre los secundarios que pueden producir dichos productos; por lo tanto, el uso inadecuado de algunos artículos catalogados como “saludables o naturales” pueden llevar resultados totalmente contrarios a los que se buscan, o, incluso, pueden llegar a tener efectos nocivos, que en ocasiones pueden llegar a originar graves problemas de salud para las personas que los usan. Se considera que hay una línea muy delgada en saber en qué punto del consumo de dichos productos debe entrar un profesional experto a manejar la recomendación y el seguimiento de muchos de los artículos denominados Fitness.

Determinar cuál es el mejor espacio para hacer ejercicio: si en casa, al aire libre o en un gimnasio, puede ser una pregunta frecuente y con múltiples perspectivas. Sin embargo, está claro que en el mundo se impone con fuerza la idea de ejercitarse a través de equipos

profesionales y altamente tecnológicos. La industria del Fitness está recorriendo los países con el incentivo de llevarles a las personas opciones de alta gama que les permitan trabajar su cuerpo con mayor intensidad, seguir rutinas especializadas y, además, ser consciente del proceso que llevan (Redacción Vivir, 2014)

Sin embargo, se admite que hay un camino largo y de mucho esfuerzo para demostrar que la motivación de tener una figura personal con aceptación social está siempre ligada al uso de productos o alimentos saludables.

Vale la pena mencionar de cómo ha evolucionado dicho estilo de vida en la ciudad de Guayaquil, quiénes son las personas que lo llevan y cuáles son las características de consumo que nacen a partir del mismo.

Para dar respuesta a estos interrogantes se realizó un estudio exploratorio y cualitativo dirigido a expertos, influenciadores, consumidores y seguidores del estilo de vida Fitness a través de entrevistas, focus group y encuestas para los últimos, de observación participante en sitios en los que se vive o se practica del mismo y de la aplicación de entrevistas en profundidad a expertos e influenciadores del mencionado estilo.

El estudio estuvo orientado a entender el comportamiento del consumidor del tipo B2C (business to consumer, expresión que suele traducirse como del negocio al consumidor) en la categoría de Fitness de la ciudad de Guayaquil y a saber qué se entiende por cultura o estilo de vida de Fitness, lo mismo que a identificar las motivaciones de consumo y compra de dichos usuarios, quiénes son influenciadores de consumo de los productos de Fitness y cuáles son los productos más usados por los consumidores correspondientes en la ciudad de Guayaquil.

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del Problema

El fitness, tal como lo conocemos hoy en día, parece ser una invención relativamente moderna. Pero el ejercicio físico, obviamente, se remonta mucho más allá de eso, a una época donde la gente no tiene idea de cómo hacer ejercicio, sino más bien una forma de vida. Hace siglos y milenios, no tenían todas las máquinas como pesas en los gimnasios que existen en la actualidad, sin embargo, estaban en mejores condiciones. Para entender por qué es, cómo llegamos a la cultura un moderno gimnasio, y lo que hemos perdido en el camino, es útil echar un vistazo a la historia del ejercicio; señala (Le Corre, 2017).

En 1774, Johann Bernard Basedow, influenciado por las ideas de Rousseau del «Natural Humano,» abrió la Philanthropinum en Alemania, con un énfasis en el ejercicio físico y los juegos, incluyendo la lucha libre, correr, andar, la esgrima, el saltar y bailar. Incluso los uniformes de la escuela, que a menudo eran pesados y con mucha presión durante este período de tiempo, se hicieron más cómodos para permitir a los estudiantes una mayor libertad de movimientos. Este modelo inspiró la fundación de muchas instituciones similares, y el entrenamiento físico comenzó a ser más sistematizado e incluido como una parte integral del plan de estudios. Señala (Le Corre, 2017)

A comienzos del siglo XIX en Estados Unidos, entre los clubes sociales y deportivos, destinados sobre todo a hombres, contar con una membresía era, en aquel entonces, un signo de estatus. Eran ámbitos ideales para hacer negocios y socializa señala (Mercado & Fitness, 2007).

Uno de los más reconocidos era la YMCA (Asociación Cristiana de Hombres Jóvenes), nacida en Boston en 1875. Pero los primeros gimnasios comerciales surgieron en Nueva York a inicios del siglo XX. Su foco ya no era social, como en los clubes atléticos, sino que estaba puesto en el desarrollo de las cualidades físicas, a través del levantamiento de pesas y la acrobacia, con lo cual estaban dirigidos a pequeñas audiencias. (Mercado & Fitness, 2007).

En 1938, por iniciativa de Bob Hoffman, nació York Barbell, el primer fabricante de la industria. En 1940 aparecieron los primeros gimnasios dedicados al fisicoculturismo. Eran pequeños reductos con pesas cuya membresía anual rondaba los 60 dólares. Ya en la década de los cincuenta salió a escena Joe Gold, el fundador de dos de las marcas de gimnasios más famosas del mundo, Gold's Gym, en 1965, y World Gym, en 1977 (Mercado & Fitness, 2007).

En ese momento surgió también la primera cadena de gimnasios del planeta, American Health Silhouette, por iniciativa de otro pionero de la industria, Ray Wilson, el creador de LifeCycle. A fines de los cincuenta, en Fresno, el Mr. California de 1957, Harold Zinkin, desarrolló el primer prototipo de la multiestación Universal Gym, que haría el entrenamiento más seguro y fácil para los usuarios. (Mercado & Fitness, 2007).

En los años setenta y ochenta el consumidor promedio era hombre y tenía entre 18 y 34 años de edad, con ingresos anuales menores de 50 mil dólares; a medida que la industria maduró, el perfil de sus clientes también cambió: en los años noventa eran mayores de 35 a 54 años de edad, tenían mejores ingresos anuales (entre 50 y 70 mil dólares) y concurrían hombres y mujeres en proporciones similares. (Mercado & Fitness, 2007).

Durante los noventa surgieron nuevos programas de entrenamiento, como Spinning y Bodypump, que hicieron furor en todo el mundo. Pero, a medida que crecía la población adulta en gimnasios por el envejecimiento de los mismos clientes, se fueron consolidando técnicas suaves, con mucho estiramiento y con foco en la respiración, como yoga y Pilates. Por otro lado, el trabajo de fuerza con peso libre también fue ganando adeptos a medida que el público general conocía sus beneficios. El entrenamiento personalizado dejó de ser un servicio que solo consumía un grupo selecto de personas y se fue masificando. Proliferaron las clases grupales, que aportaron mayor diversidad a las propuestas de los gimnasios. (Mercado & Fitness, 2007)

En 1996 se dio a conocer en forma pública un reporte en el que se destacaban los beneficios para la salud de un programa guiado de actividad física. Hacia fines de esa década aparecieron los primeros programas de ejercicios enfocados hacia poblaciones especiales, como niños o adultos mayores. Surgieron también los spas, de la mano de un concepto más integral de bienestar (Mercado & Fitness, 2007)

Según datos aportados por el (INEGI, 2013), solo uno de cada tres atletas hace ejercicio en establecimientos privados incluyendo el hogar, lo que indica que el mercado cautivo es grande. También, de acuerdo con el mismo organismo, 42% de la población mayor a 18 años de edad realiza algún ejercicio físico en su tiempo libre, un porcentaje similar al que se registra desde 2013. De esta muestra, se obtiene que:

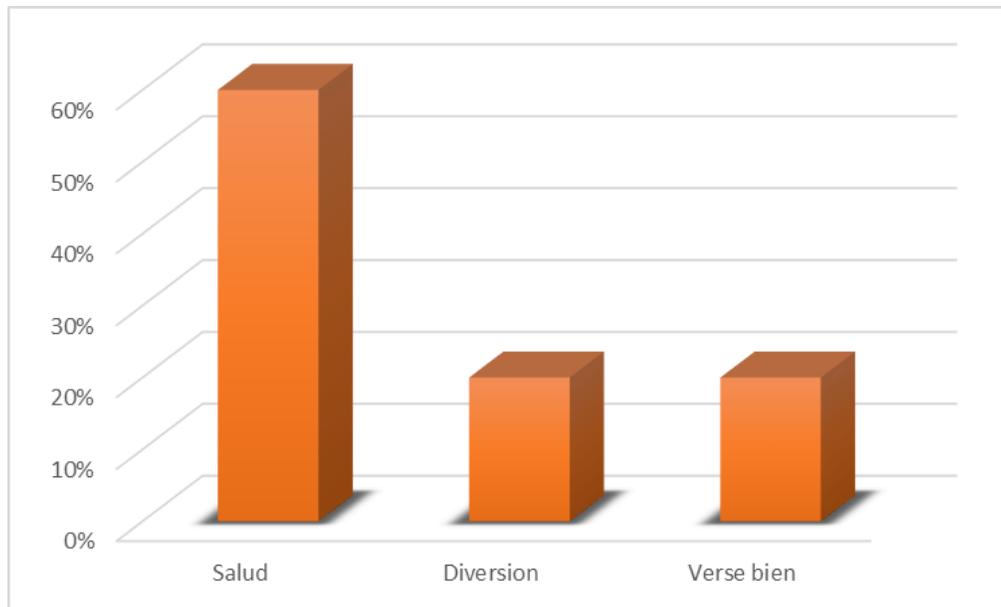


Figura 1. Razones de los Fitness porque hacen ejercicio.

Fuente. Datos obtenidos de Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (Inegi)

En la actualidad la demanda de los consumidores fitness busca incursionar en mejores prácticas de entrenamiento hasta buscar cada vez su profesionalismo, de acuerdo con la investigación se dice que los instructores de gimnasios realizan los entrenamientos de manera empírica. En lo que respecta a programas y servicios, ganan cada día más adeptos el yoga, gyrotomics, pilates, las clases grupales, las fusiones (spin/yoga, yoguilates, etc.), el Fitness extremo (boot camp, swat fitness, etc.), el entrenamiento funcional focalizado en grupos musculares centrales, el acondicionamiento deportivo de atletas, los servicios de spa y los programas nutricionales de pérdida de peso, según. (Mercado & Fitness, 2007).

Para (Tharrett & Rodríguez, 2015) describen que la evolución del Fitness ha llevado a convertir lo que siempre se ha conocido como vida sana, una buena alimentación y ejercicio en un nuevo estilo de vida generalizado y en auge en casi todos los colectivos de la sociedad: la “vida Fitness”.

En Ecuador actualmente marcas nacionales y extranjeras compiten en el mercado ecuatoriano con productos hechos con tecnología que se adapta a las preferencias de los consumidores fitness.

David Armendáris, jefe de producto para trainig y running de la empresa Reebok en Ecuador, manifestó que en los últimos años la firma ha registrado un crecimiento en el país de entre el 12% y el 15%. En el nicho especializado de fitness la compañía tiene calzado con tecnología para un mejor agarre a la pista, el rebote, la comodidad y la estabilidad de quienes practican atletismo o levantamiento de pesas. Según (El Telégrafo, 2019).

1.2. Planteamiento del Problema

Las nuevas tendencias y el desarrollo de nuevos mercados tanto a nivel económico, político, social cultural, tecnológico han provocado que aparezcan nuevos estilos de vida, gustos y preferencias que dan como resultado que existan variaciones en los consumidores fitness a nivel nacional.

La industria del consumidor fitness no solo ha disparado las membresías de centros de entrenamiento, la compra de suplementos deportivos y el asesoramiento nutricional, sino también la confección de ropa y calzado deportivo, el problema que abarcan las empresas nacionales dedicadas a la confección, elaboración, y comercialización de prendas de vestir, accesorios, complementos de los consumidores fitness es que no tienen mucha innovación por ende sus ventas estas bajas en la actualidad.

La preferencia por las prendas que ofrecen marcas reconocidas extranjeras se basa principalmente en la tecnología utilizada para la práctica de las diferentes disciplinas deportivas. De acuerdo con datos del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (Senae), la

importación de prendas de vestir, accesorios y complementos deportivos fue de \$ 39,1 millones en el primer semestre de 2017 y la cifra aumentó a \$ 47,5 millones en el mismo periodo de 2018. Según (El ,Telégrafo, 2019)

Por su parte, las estadísticas de la Superintendencia de Compañías cortadas al mismo año revelan que entre las firmas que presentaron estados financieros existían 30 dedicadas a la venta de artículos de deporte al por menor. Y solo una dedicada a la fabricación de productos en esa misma línea Jefferson Carrasco, gerente de producto de Kao Sport Center, una tienda de deportes con más de 35 años, comenta que el ‘boom’ por los artículos deportivos se observa con fuerza desde hace cinco años, pero que él, aunque ya tiene varios años en esto se ve afectado por los productos que vende la competencia. (Comercio, 2015)

En la industria ecuatoriana también tiene presencia en estos mercados, pero no la esperada. Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara Nacional de Calzado (Caltu), manifestó que las empresas locales han realizado importantes esfuerzos para ganar competitividad frente al producto importado pero que aún les falta llegar al nivel de ellos ella manifestó que puede ser que la falta de conocimiento de una investigación que demuestre que es lo que realmente busca un consumidor fitness, ayudaría a todas las empresas ecuatorianas que se dedican a la comercialización de producto para este segmento. (El Telégrafo, 2019). Por otra parte, los dueños de gimnasios, buscan máquinas, pero también artículos para actividades físicas modernas como el yoga, pilates, artes marciales. (Comercio, 2015)

En la actualidad en la ciudad de Guayaquil no hay estudios realizados, de los cuales se identifiquen cuáles son los gustos preferencias, estilo de vida del consumidor fitness. Debido a la escasa información desconocimiento sobre los hábitos de consumo de los

consumidores fitness, las empresas ecuatorianas están perdiendo participación en este mercado.

1.3. Sistematización del problema

1.3.1. Planteamiento de la hipótesis de investigación

- **Hipótesis**

Diseñar el perfil del consumidor fitness para la mejora de la toma de decisiones de las empresas que ofrecen productos a este nicho mercado, permitiendo información relevante para la toma de decisiones.

- **Variables**

- **Variable Independiente**

Perfil del consumidor fitness actual.

- **Variable Dependiente**

Estilo de vida del consumidor fitness.

1.3.2. Objetivo general

- Diseñar el perfil del consumidor fitness y su estilo de vida de la ciudad de Guayaquil como soporte estratégico para decisiones comerciales.

1.3.3. Objetivos específicos

- Revisar el marco teórico referente a los hábitos de comportamiento del perfil del consumidor fitness.

- Identificar las variables de estudio referentes al comportamiento del perfil del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil.
- Analizar el perfil del consumidor fitness actual de la ciudad de Guayaquil como soporte estratégico para decisiones comerciales.

1.4. Justificación de la investigación

Hoy en día, el mercado Fitness representa un área muy importante de la sociedad, y en especial, de la economía de nuestro país, por su rápido desarrollo en productos y servicios. El presente trabajo de investigación nace de la problemática, donde las empresas extranjeras dedicadas a la comercialización de productos para consumidores fitness están adquiriendo más participación de mercado que las empresas nacionales que ofrecen los mismos productos de dichas empresas mencionadas. Por este motivo se pretende realizar un estudio para identificar cuáles son los gustos, preferencias, el estilo de vida que con lleva al consumidor fitness adquirir dichos productos.

El estudio que se realizara aportara Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida (2017-2021) Dentro del objetivo 4 que es “Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización” se encuentra el objetivo específico 4.6. Que menciona “Fortalecer el sistema de dolarización, promoviendo un mayor ingreso neto de divisas; fomentando la oferta exportable no petrolera, el flujo neto positivo de financiamiento público y atrayendo inversión extranjera directa para garantizar la sostenibilidad de la balanza de pagos”. (Senplades, 2017)

También enfocándose en el objetivo 5 que dice “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria”, el cual está dentro de la investigación siendo unos de sus objetivos específicos el

cual dice “Diversificar la producción nacional con pertinencia territorial, aprovechando las ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable”. (Senplades, 2017).

El presente estudio tendrá como metodología de investigación un enfoque cualitativo y cuantitativo, donde se pretende recolectar toda información, que permitirá desarrollar un estudio minucioso de cada variable o causa que participe en el proyecto. También se realizará la investigación descriptiva donde permitirá medir variables y características sobre el consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil.

Esta investigación se realizará, porque se da la necesidad de mejorar el nivel económico en las empresas que venden productos para este nicho de mercado, por lo tanto este estudio está dirigido a realizar una proyección del éxito o fracaso de la investigación donde el diseño del perfil del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil, permitirá que las empresas opten por realizar productos o también servicios orientados a los gustos y preferencias de este tipo de target, aportando así de esta manera un mejor crecimiento para las empresas ecuatorianas.

Los principales beneficiados de este estudio son las empresas ecuatorianas dedicadas a la comercialización de productos o servicios para este mercado, una vez identificado el perfil de los consumidores fitness se pueden crear nuevas categorías de productos o servicios que se adecuen a los gustos, preferencias de este segmento que tiene necesidades distintas al resto de la población que aún no han sido tomadas en cuenta por empresas.

De esta manera una de las razones principales de esta investigación es brindarles a las empresas ecuatorianas, la respuesta de, cual es comportamiento del consumidor fitness, para que así puedan tomar decisiones óptimas para un mejor desarrollo en dichas empresas, también se puede decir que los consumidores fitness también serán beneficiados ya que habrá información relevante sobre sus gustos, preferencias, hasta su estilo de vida esto quiere decir que habrán más productos o servicios que llamen más su atención, porque van a tener esas características que siempre han buscado que aún no las encuentran en las empresas nacionales.

1.4.1. Viabilidad del estudio

El análisis de la viabilidad es el resultado del análisis que dispone el éxito o fracaso de este estudio a partir de una serie de datos basada de naturaleza empírica: medio ambiente del proyecto, rentabilidad, necesidades de mercado, factibilidad política, aceptación cultural, legislación aplicable, medio físico, flujo de caja de la operación, haciendo un énfasis en viabilidad financiera y de mercado.

Es por lo tanto que estudio está dirigido a realizar una proyección del éxito o fracaso de la investigación donde diseño del perfil del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil, permitirá que las empresas opten por realizar productos o también servicios orientados a los gustos y preferencias de este tipo de target, aportando así de esta manera un mejor crecimiento para las empresas ecuatorianas.

De esta manera una de las razones principales de esta investigación es brindarles a las empresas ecuatorianas, cual es comportamiento del consumidor fitness, para que así puedan tomar decisiones óptimas para un mejor desarrollo en dichas empresas, también se puede decir que los consumidores fitness también serán beneficiados ya que habrá información

relevante sobre sus gustos, preferencias, hasta su estilo de vida esto quiere decir que habrán más productos o servicios que llamen más su atención, porque van a tener esas características que siempre han buscado que aún no las encuentran en las empresas nacionales.

1.5. Delimitación

El desarrollo de la presente investigación sobre el diseño del comportamiento del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil tendrá las siguientes delimitaciones:

1.5.1. Delimitación espacial

Esta investigación se la realizara en la zona 5 que forma la provincia del Guayas, en el sector norte parroquia Tárqui de la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Delimitación temporal

El periodo de la investigación y desarrollo del trabajo estará presente desde año octubre 2019 hasta marzo del 2020.

1.5.3. Delimitación del universo

La segmentación de mercado para este proyecto de investigación estará enfocada en hombres y mujeres de la ciudad de Guayaquil que se encuentren en una edad entre 20 a 50 años de edad, de nivel socio económico A que es el nivel socio económico alto y B es el nivel socio económico medio, que les guste llevar una vida saludable donde en su vida cotidiana este presente el ejercicio o deporte en cualquier ámbito, también que tengan una adecuada alimentación.

1.5.4. Delimitación de contenido

Para el proyecto de investigación se tomará como referencias el comportamiento del consumidor fitness basándose en los hábitos de consumo, gustos y preferencias, estilo de vida con respecto al deporte y ejercicio.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

De acuerdo a la investigación que se va a desarrollar el perfil del fitness, se enfocaran en teorías que ayuden con las respectivas investigaciones dando un análisis bibliográfico que se pueda adaptar en la propuesta

2.1. Perfil del Consumidor

Según (Klotler & Amstrong, 2002) “Es el punto de partida para comprender al comprador, es el modelo de estímulo – respuesta. Los estímulos ambientales y mercadotécnicos entran en la conciencia del comprador, las características del comprador y el proceso de decisión conducen a ciertas decisiones de compra. La función del especialista en marketing consiste en comprender que sucede en la conciencia del comprador entre la llegada del estímulo externo y las decisiones de compra del mismo.

Se ha destacado que la mayoría se dejan influenciar por las emociones de la persona y el nivel de conciencia rompe un nivel de esfuerzo en las ventas, por tanto, el perfil del consumidor es satisfacer sus necesidades, decisiones de compra, el comportamiento de consumo todo eso conlleva a la satisfacción del ser humano.

De acuerdo (Arellano, 2002) “El perfil del consumidor es la clave para tener un renombre de cualquier tipo de negocio, se lo define como el grupo de todas aquellas propiedades que se detallan al consumidor ideal que el negocio desea obtener de acuerdo a la necesidad”

2.1.1. Factores que intervienen en el comportamiento del consumidor

Bajo la teoría de (Kotler, 2002) las variables del perfil del consumidor se dividen de la siguiente forma:

2.1.1.1. Factores Culturales

- **Cultura**

Ha sido determinado con diferentes ciencias, como creencias, arte, rituales, normas morales, costumbres y cualquier otra aptitud o habilidad logrado por el hombre como individuo de una sociedad. La Cultura ayuda conocer la conducta del consumidor puesto que mediante la cultura se adquieren valores y creencias.

- **Subcultura**

Comprende a grupos o subculturas por lo cual es un grupo cultural peculiar como los diferentes segmentos reconocibles dentro de la sociedad más compleja. Los pertenecientes a una subcultura tienen poseer creencias, valores y costumbres que lo diversifican del resto, pero participan con la mayoría de las creencias y el comportamiento de la sociedad general, las subculturas otorgan sus miembros una identificación y socialización.

- **Clase Social**

Menciona a la segmentación homogénea y perdurable de una sociedad. Se organizan jerárquicamente y sus segmentos tienen valores, conducta e interés semejante. Reflejan el nivel de ingresos, ocupación, nivel de educación.

2.1.1.2. Factores Sociales

- **Grupo de Referencia**

Son los grupos que tienen un prestigio sobre la postura o comportamiento de una persona. Actúan en la postura y el auto concepto de la persona. Si influyen directamente se consideran grupos de pertenencia. A la vez, pueden pertenecer al grupo de familia, amigos, con los que siempre tienen una conversación muy frecuente; o secundarios que es más serio y menos continua la interacción.

De acuerdo (Barboza, 2012) se menciona que los diferentes grupos de referencia los más destacados son:

Grupo Primarios: son los grupos que tienen un parentesco muy frecuente.

Grupo Secundario: es un grupo que tiene poca interacción con las personas y no siempre las opiniones le importan.

Grupo Simbólicos: Grupo a los cuales una persona que no tiene interés de formar parte de una conversación.

Grupo de Interés: son eventuales, sus miembros se vinculan para cumplir un propósito en común.

Grupo a los que el individuo aspira a pertenecer: Son grupos que solicitan poseer capacidad para poder ser miembro de un grupo.

- Familia

La familia es la organización principal para hacer un consumo de compra en la humanidad. La Influencia de la familia perjudica a las creencias y actitudes básicas de las personas.

- Función y Estatus

A la función se le determina como la acción que desempeña la persona o grupo y de acuerdo a su socio en estatus.

2.1.1.3. Factores Personales

- Edad y Etapa en ciclo de vida

La etapa de vida en la que se halla la persona predominará en los productos y servicios que seleccioné para sus necesidades. Además, influye el ciclo, cuando se alcanza la individualización de los padres, la convivencia con los hijos y el matrimonio.

- **Ocupación y Circunstancias Económicas**

Según la responsabilidad y a misión que las personas tengan, será lo que acabe. Y las Circunstancias económicas actúan en que la postura de sostener los gastos.

- **Estilo de Vida**

Se expresa mediante la función que se desarrolla, los interese y criterios que se manifiestan. El estilo de vida es la gente que proviene de la misma cultura, clase social y

profesión, se refleja en hacer un perfil sobre la toma de ser, de decidir y de actuar de una persona en el mundo.

- **Personalidad y Concepto de uno mismo**

La personalidad es la suma de las características psicológicas, el diferenciador es que las respuestas son consistentes y duraderas al ámbito. En si los rasgos es el que demuestra hacer una personalidad de confianza en sí mismo.

2.1.1.4. Factores Psicológicos

- **Motivación**

La motivación juega un rol muy fundamental en la vida cotidiana. La compra de un producto que se realiza por una necesidad que satisfacer.

- **Percepción**

Es el cristal que usamos para mirarnos a nosotros mismos y al medio ambiente en el que nos desplegamos. Es el procedimiento por el cual un individuo elige, ordena y analiza la información que obtiene para crear una imagen del mundo. La percepción depende de los estímulos físicos y de las cosas que nos rodean.

- **Aprendizaje**

Es una de las variables más primordial del individuo, y que le lleva a realizar conductas. Todos los hábitos, incluso las compras por impulso son aplicadas. Es el comportamiento de una persona que se deben a la experiencia.

Hay dos modelos de experiencia, que el producto cambia el comportamiento del consumidor y conceptual no se deja engañar por una experiencia directa si no por los argumentos de las personas.

- Actitudes y Creencias

Actitud se describe a lo que una persona siente o imagina sobre algo. Son la valoración beneficiosa o no beneficiosa de una persona, sus aspectos efectivos y sus tendencias de acción hacia una cosa. Las Actitudes prepara la mente con la finalidad que le agrada o no.

La creencia es una percepción representativa que tiene una persona con relación a algo. Pueden estar basadas en inteligencia, criterios o fe, y podrían llevar o no una carga sensible.

2.1.2. Modelo de perfil del consumidor

En la actualidad la sociedad está avanzando de una manera muy rápida, de acuerdo a la investigación de los perfiles de los consumidores es una medición de la satisfacción y es esencial reconocer estos grupos para poder cubrir la necesidad.

“La característica de la personalidad es firme y perdurable. Los consumidores poseen diferentes personalidades, que se cambian según su comportamiento de consumo y los distintos factores psicológicos, socioculturales, ambientales y situacional que afecten al perfil del consumidor. El estilo de algunos consumidores pueden llegar a ser estables, pero pueden cambiar por su necesidad que tenga al momento de decidir una compra” (Schiffman & Lazar, Personalidad de los consumidores, 2010)

Uno de los modelos que se analizara es el Modelo de Marshall & Pavlov, que se refiere a Modelo de Marshall, se basa a las decisiones de compra son el resultado de cálculos,

económicos, racionales y conscientes. El comprador fitness trata de gastar el dinero en mercancías que le proporcionen utilidad de acuerdo con sus gustos.

El modelo de Pavlov es otro de los modelos que se basa los fitness por motivo que ellos muchas veces se dejan llevar en el campo de la estrategia publicitaria por gusto o preferencia que tienen con personas de pantalla y parecerse a ellos.

“Los consumidores se dejan influenciar por el lugar, la ambientación, las marcas esto hace referencia que las emociones o sentimiento toman decisiones por parte del consumidor y de repente les gusta experimentar con marcas que están en tendencias y así poder tener diferentes opciones al momento de elegir algún producto” (Lazar, 2010)

Este modelo se menciona que el consumidor toma decisiones de compra ya así trata de buscar más información donde, como y cuando comprar, pero al momento de tener mucha información del producto ven las ventajas y desventajas que tiene dicho producto o servicio.

2.1.3. Estilo de Vida

El estilo de vida tiene como premisa descubrir a las personas que se vean y se sientan bien en lo interior y en lo externo.

Según (Enke, 2013), Afirmando que “los cuerpos son fuentes de desazón porque el envejecimiento y las enfermedades aumentan las preocupaciones acerca de cuán bien y por cuánto tiempo funcionarán; al mismo tiempo, las interacciones diarias entre sí y con las imágenes mediáticas recuerdan que se juzga a las personas sobre la base de las apariencias corporales y sobre las actuaciones; por tanto, en los últimos treinta años los dos dilemas corporales mencionados de salud y de apariencia se han convertido en ideas fijas en la

cultura de consumo Fitness y, en particular, en las clases medias, para las que los modelos por seguir están representados por personas que se dejan llevar por las demás persona por eso muestran una vida saludable casi perfecta.”

Para tener un estilo de vida fitness tiene diversos beneficios para las personas, en realidad hay que tener una buena autoestima muy elevada y sobre todo la autoconfianza para formar personas fuerte y segura de lo que quieren, este estilo es cuidar mucho la salud y cuidarse en las comidas.

Por lo cual (Moreno, 2009) afirmo que “Es difícil tener una buena percepción de sí mismo sino se es feliz como se ve, lo que también lo nota el entorno, es decir, interfiere en cómo las otras personas tratan e interactúan con los individuos porque en la vida real se juzga por las apariencias, pues cómo cada uno se hace parte de la identidad social, lo que define la actitud hacia los demás. Más allá de minimizar los riesgos para la salud, los beneficios del estilo de vida de Fitness también se articulan en términos de autoconfianza dado que una recompensa que tiene sentido”.

Según (deLiu, 2017) “Definidos como los procesos sociales, las tradiciones, los hábitos, conductas y comportamientos de los individuos y grupos de población que conllevan a la satisfacción de las necesidades humanas para alcanzar el bienestar y la vida. Los estilos de vida son determinados de la presencia de factores de riesgo y/o de factores protectores para el bienestar, por lo cual deben ser vistos como un proceso dinámico que no solo se compone de acciones o comportamientos individuales, sino también de acciones de naturaleza social”.

2.1.4. Consumidor Fitness

Como afirmaron (Quirantes Moreno, López Ramírez, & Hernández M, 2009) , los países están llenos de hábitos e incursiones a nuevas tendencias y crecimiento en tener un mejor estilo de vida o tener mucho problemas en lo que es la salud, eso ocasiona el acrecentamiento a la obesidad por lo cual trae varios problemas saludables lo que es el sobrepeso y sobre todo los malos hábitos nutricionales, que pueden ocasionar ciertas enfermedades graves, tanto físicas como emocionales.

2.1.5. Característica Fitness

El fitness es una actividad física, movimientos repetidos que se programan y se sigue regularizan con el objetivo de desarrollar o mantener el cuerpo en buen estado.

Hace realce en que la salud física es el fruto de la actividad física regular, de una buena nutrición y una dieta estricta además un buen descanso para poder tener un mejor estado físico y estar dentro de los parámetros permitidos por el genoma.

El Fitness se divide de las siguientes maneras:

- Flexibilidad.
- Resistencia Cardiovascular
- Fuerza Muscular y Resistencia
- Constitución Física
- Agilidad
- Constancia
- Disciplina
- Equilibrio

- Velocidad



Figura 1 Estilo de Vida Fitness

Fuente: Google

2.1.6. Beneficios del Fitness

Los beneficios que define hacer una persona fitness es mantener un programa de ejercicio equilibrado. Por lo que (Riviera, 2017) destaca que para llevar una estilo de vida fitness, estos serían lo beneficios:

- Mejora de la resistencia aeróbica. Las series de ejercicios se realizan varias veces por semana por lo que se consigue aumentar el desarrollo del sistema cardiorrespiratorio y, por tanto, la resistencia.
- Fortalece la condición física, tanto interna como externa, lo que implica también un aumento de la autoestima de la persona que lo practica.
- Reduce el riesgo de desarrollar enfermedades como la obesidad o riesgos cardiovasculares, como tener el colesterol alto, hipertensión, etc.
- Evita el estrés. La práctica de este tipo de actividades deportivas de alto impacto ayuda a que el deportista esté relajado y tenga menos riesgo de sufrir estrés o depresión.

2.1.7. Hábitos del Fitness

Los hábitos se convierten en parte de la jornada y esfuerzo para cambiar un estilo de vida.

- **Desarrollar ejercicio a diario:** Realizar treinta minutos de ejercicio para estar en forma, no importa tu peso ni tu condición física o edad, el ejercicio ayudará a aumentar la densidad ósea y perder peso, sobre todo incrementará la confianza y la fuerza de querer el reto.
- **Alimentación:** Es tener una buena alimentación porque ayuda a tener más resistencia al estar activa y sana. Sobre todo, es comer a la hora adecuada, evitando las cosas fritas, azúcar y las cosas ultra procesados, lo que se debe comer es carne, frutas, verduras y frutos secos.
- **Beber Agua:** Tomar dos litros de agua al día para poder reducir el dolor de las articulaciones y baja la sensación de hambre, nutre los riñones en perfecto funcionamiento.

- **Flexibilidad:** El mejor ejercicio es el yoga, se podrá combinar con pilates y el ritmo musical. Las articulaciones agradecerán la elasticidad que irán adquiriendo y se reducirá el nivel el estrés.

2.1.8. Actividades de Fitness

El mundo Fitness es un término muy extenso y los gimnasios es un entrenamiento fuera de lo tradicional, sin maquinas, que usan entrenamientos militares, yoga, pole dance y crossfit, entre otras actividades. A continuación, se detallarán algunos deportes del fitness que está de moda en la actualidad:

- **Yoga:** más que una práctica, el yoga es un estilo de vida que sana, cuida y fortalece el cuerpo, la mente y el espíritu mediante la práctica de la respiración y la mediación. Según (Webconsultas, 2017). “Es practicado en la India hace miles de años se ha convertido en uno de los sistemas de acondicionamiento físico y espiritual con más aceptación en la época presente. El hinduismo es una de las culturas más complejas del mundo. El yoga forma parte de su tradición religiosa, espiritual, cultural y social. Hay textos de hace miles de años que hablan sobre prácticas de meditación, respiración, trascendencia del yo y una serie de posturas que ayudan al yoga a purificar su cuerpo. Existen más de cien tipos de yoga. En Occidente se conocen y se practican diversos estilos que derivan del hatha yoga, uno de los más dinámicos. Los hay más espirituales, como el yoga kundalini, o más físicos y exigentes, como el yoga bikram, que se practica en una habitación caliente (a la temperatura normal en la India). Incluso existe un yoga facial para relajar y tonificar los músculos de la cara”.

- **Entrenamiento Militar:** Se manifiesta que es el tipo de adiestramiento que ejecutan los miembros de fuerzas militares, son de alto riesgo y de mucha concentración. En este caso, las personas Fitness escogen esta actividad, por la fuerza y para ganar mayor resistencia.
 - Resistencia mental.
 - Resistencia física.
 - Fuerza.
 - Velocidad.
 - Resistencia cardiovascular.
 - Mejoramiento en competencias (trepar, nadar, correr, saltar, levantar y más).
 - Mejoramiento en técnica de combate.
- **Pole dance:** “Es un método en la que se hacen acrobacias y danzas mediante un tubo como integrante principal de la coreografía. Durante la práctica, la persona realiza giros, ascensos y descensos en el tubo, al igual que inversiones y transiciones de danza”. Lo afirma (RetoFill, 2016)
- **Crossfit:** En los últimos diez a quince años existe un incremento considerable en el entrenamiento de fuerza y sobre todo en la capacitación de formación en peso y resistencia para mejorar la salud en general. Según (Ramirez, 2008) “El Crossfit es en realidad una forma de fuerza, pero a medida para ser un programa en lugar de una selección de actividades. El programa de ajuste transversal está diseñado para mejorar la mayor cantidad de elementos posibles, tales como: poder, fuerza, velocidad, coordinación, agilidad e, incluso, capacidad cardiovascular. Es ideal para todos los atletas puesto que combina todos los elementos del fitness y trabaja en la

variación de los movimientos funcionales que se ejecutan para complementar el deporte; aunque cualquier persona puede participar, por lo general tiene que tener un grado de experiencia, de ejercicio o llevar a cabo un nivel de clase de principiantes para dominar las técnicas de los movimientos antes de poder progresar.

Para poder realizar este tipo de entrenamiento independiente, se debe realizar ejercicio de acuerdo a las necesidades, lo recomendable es hacer ejercicio treinta minutos diarios para obtener mejores resultados y por otro lado es tener una alimentación sana para lograr ver resultados en conjunto a esta actividad.

2.1.9. Ventajas, Desventajas Fitness

Las ventajas y desventajas son parte de la vida diaria de la persona Fitness, se considera que los objetivos es el entrenamiento físico para seleccionar aquella actividad.

Tabla 1. Ventajas y Desventajas Fitness

Ventajas y Desventajas Fitness

Actividad	Ventajas	Desventajas
Entrenamiento con intervalos	Aumentan el consumo de calorías, que se queman antes de que termine la ejercitación. Los intervalos ayudan a quemar más grasas y mejora el estado físico más rápido que el ejercicio moderado y constante.	Son muy intensos pueden resultar difíciles e incluso perjudiciales para las personas que padecen determinadas lesiones o trastornos por lo que siempre se debe consultar primero con el médico. La ejercitación con intervalos requiere concentración, intensidad y determinación, no hay un aspecto social que sirva de motivación es preciso recurrir al competidor que llevamos dentro.
Zumba, ejercicio con bailes	Con Zumba uno quema calorías, gana energía y hace algunos movimientos que el cuerpo nunca había hecho.	Método anaeróbico y, por lo tanto, no se queman tantas calorías como cuando uno corre, pero sí se forma músculo, y cuanto más masa muscular tiene el cuerpo, más eficientemente quema calorías.
Pilates	Es lento y controlado, por eso uno se ejercita sin transpirar demasiado, es de bajo impacto, apropiado para las personas con problemas de rodillas y lesiones preexistentes. Pilates se concentra en la postura, los músculos centrales, la movilidad articular y la fuerza muscular. Responsabilidad, personalización y un gran trabajo físico hacen que el entrenamiento personal resulte eficaz; por otra parte el entrenamiento personal en grupo es más barato que el individual y da mejores resultados, cuando las personas se ejercitan en conjunto, se esfuerzan diez veces más que cuando están solas. Se nutren de la energía colectiva.	La actividad de entrenador personal aún no está regulada.
Entrenamiento personal individual y en grupo	Estar suspendido en el aire otorga mayor flexibilidad y produce la sensación de que uno está volando, colgar cabeza abajo es sumamente relajante, afloja la tensión del cuerpo y hace que uno se sienta muy liviano.	Mantener las posturas mientras se está suspendido en el aire exige coordinación y no es recomendable para los que se inician en el fitness ni para personas obesas.
Yoga	Cualquier persona puede usar el balón para aumentar la fuerza y la estabilidad y reducir el dolor de espalda, las personas que utilizan correctamente los balones de estabilidad desarrollan músculos centrales fuertes y de excelente aspecto y se divierten al hacerlo.	Es difícil aprender los movimientos correctos y ejercitarse bien sin la guía de un profesional, pero un par de sesiones deberían alcanzar para aprender algunos ejercicios básicos.
Balones de estabilidad	El juego activo hace más entretenida la ejercitación, los participantes se divierten, y eso los motiva para ir más al gimnasio y entrenarse más tiempo.	Nadie controla los movimientos ni corrige una mala postura, las posibilidades de sufrir una lesión son mayores para los jugadores inexpertos.
Videos juego activos para adolescentes	Juntar las rutinas de entrenamiento es una excelente manera de adelgazar y mejorar el estado físico, el cambio sorprendente al cuerpo, lo hace trabajar más y quemar más calorías.	Algunas técnicas no combinan, porque son muy diferentes. Además entrenadores tal vez no estén adecuadamente entrenados en las distintas modalidades, lo cual puede llevar a una lesión.
Fitness Fusión		

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

2.1.10. Marca

La marca se la puede ver como percepción extensa, como el conjunto de atributos, tangibles e intangibles, que determinan un producto o servicio y lo hacen ser único al diferenciarse de otras marcas en el mercado.

“La Identidad de una sociedad menciona a valores, atributos y virtudes específicas como el liderazgo, la tradición, actualidad, rigor, tecnología, entre otros. Es un discurso necesariamente más abstracto que el discurso de la actividad que realiza”. Lo afirma (Stellato, 2016)

2.2. Marco Conceptual

El marco conceptual será establecido por conceptos asociados al presente proyecto de investigación, expuesto por diferentes fuentes de información.

2.2.1. Fitness

De acuerdo al léxico de la salud, se determina como una actividad física la cual se desarrolla de manera repetitiva con el fin de mejorar las condiciones físicas y mentales, también depende del consumo de alimentos saludables.

2.2.2. Alimentación saludable

Aquel que necesita de algún ingrediente, o no lo abarca en grandes cantidades, que consigue generar alguna enfermedad muy grave cuando consume cosas repetitivas.

2.2.3. Ejercicio

Actividad física que permite mantener el cuerpo humano, repone la salud y se logra preparar para diferentes deportes.

2.2.4. Gimnasio

Establecimiento adecuado para poder realizar sus rutinas olímpicas y practicar ciertas actividades para mantenerse en forma.

2.2.5. Yoga

Es una técnica de mucha densidad derivadas de esta doctrina filosófica que se realiza para poder lograr un mayor control físico y mental.

2.2.6. Nutrición

La nutrición viene de la mano de la salud, permite fortalecer el sistema inmunitario, adquirir menos enfermedades y en general, gozar de una buena salud. También la nutrición se trata de consumir una variedad de alimentos y añadir vegetales, frutas y sobre todos productos con granos integrales.

2.2.7. Salud

Territorio en que un ser u organismo viviente no tiene ninguna herida ni sufre de ninguna enfermedad y que realiza con normalidad sus actividades diarias.

2.2.8. Deporte

Actividad física sistematizada, común de un carácter muy competitivo y con la mentalidad de mejorar su estado físico para poder tener un estilo de vida saludable.

2.3. Marco Metodológico

Según el presente estudio, y en base a la investigación se puede dar a conocer los siguientes artículos que se va de la mano con el estudio del diseño del perfil del consumidor fitness y su estilo de vida.

Según el (Plan Nacional de desarrollo de Toda una Vida , 2017)

Eje: Derechos para todos durante toda la vida.

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

“Las ecuatorianas y ecuatorianos hemos decidió construir una sociedad que respeta, protege y realiza los derechos, en todas sus dimensiones, a lo largo del ciclo de vida, de todas las personas individuales y colectivas, para asegurar una vida digna con iguales oportunidades para todos y todas”

“La pobreza priva también a las personas de capacidades y oportunidades básicas para una vida larga, saludable y creativa, para acceder al conocimiento y a la información, y para participar en las discusiones y decisiones de la comunidad. En este sentido, un enfoque de derechos en la planificación y en la política pública ayuda a definir la prioridad hacia las personas y grupos más excluidos. Este enfoque destaca la necesidad de que todas las personas puedan ejercer sus derechos civiles y políticos, lo que incluye el acceso a la justicia, que es parte integral del proceso de desarrollo.”

“Un componente primordial de una vida digna constituye la salud, pues la misma repercute tanto en el plano individual como en el poblacional, no solo de manera episódica, sino a lo largo del tiempo y con efectos trans generacionales. Esta visión integral de la salud y sus determinantes, exhorta a abordar los temas de promoción de la salud; la mala nutrición; prevención, control y eliminación de enfermedades transmisibles; la prevención y control de las no transmisibles; el desarrollo de redes de servicios de salud centrados en las necesidades de sus usuarios en todo el curso de vida y la generación de un sistema de salud,

que llegue a toda la población de forma descentralizada y con enfoque territorial y pertinencia cultural.”

Según la (Ley Orgánica de Defensa del consumidor, 2019):

Artículo 4: Derechos del consumidor: Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la Republica, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre, mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y media
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva.

7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada a sus derechos.
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios.

Según la (La Constitución de la República del Ecuador, 2011)

Artículo 381: - El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad. El Estado garantizará los recursos y la infraestructura necesaria para estas actividades. Los recursos se sujetarán al control estatal, rendición de cuentas y deberán distribuirse de forma equitativa.

CAPÍTULO III

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Objetivo de la Investigación de Mercado

3.3.1. Objetivo General

Identificar las variables de estudio referentes al comportamiento del perfil del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil.

3.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar las Variables que inciden en el comportamiento del consumidor fitness de la Ciudad de Guayaquil.
- Establecer las necesidades que poseen en la actualidad las personas que desean involucrarse en un estilo de vida Fitness de la Ciudad de Guayaquil.
- Hallar las variables que determinen el estilo de vida adecuado que motiven un continuo proceso de vida Fitness en los consumidores de la Ciudad de Guayaquil.

3.2. Metodología de Investigación

La investigación a realizarse está basada en tipo de investigación con metodología mixta, es decir; Cuantitativa y Cualitativa, quien usa una recolección de datos específica para probar la hipótesis planteada, mediante un análisis estadístico y medición numérica; así como encuestas a diversas personas que realizan estas actividades y las practican como estilo de vida, y entrevistas profesionales en la materia que aporten su conocimiento a despejar dudas en cuanto al seguimiento del perfil adecuado que deberían seguir las personas para encontrar la vida Fitness como su estilo de vida natural.

Para ello se recopilará información en diversos puntos de la ciudad de Guayaquil, así como Gimnasios y lugares deportivos en donde estén involucrados personas que lleven este estilo de vida.

3.3. Técnicas de Investigación

3.3.1. Instrumentos de Investigación

Esta investigación estableció como ejes principales, es decir 3 instrumentos de investigación primordiales para la obtención de datos específicos enfocados a la temática

investigativa, al cual va dirigido a personas que cumplan el perfil adecuado para considerarse personas fitness; que realice ejercicio o alguna actividad deportiva, seguido de que posea o este en proceso de alimentación adecuada, que procese estilo de vida acorde a las exigencias que limita ser una persona de estas características; las cuales cada aspecto representa un enfoque importante para hallar las variables que permitan definir el perfil correcto de las personas que adquieran un estilo de vida Fitness.

Uno de los instrumentos investigativos que se utilizará en la investigación es la encuesta directa, la cual se aplicará a un grupo de personas de diversos sectores de la ciudad de Guayaquil, que realice alguna actividad física, sean estos Gimnasios, escuelas de Baile, Parques; esto para conocer sus preferencias, alimentación, satisfacción, gustos y en general, aspectos que determinen el perfil adecuado de las personas Fitness. Por otro lado, también se realizará 3 entrevistas a profesionales completamente preparados en el proceso de alimentación y entrenamiento adecuado, o rutinas que debería seguir una persona que desea realizar estas actividades.

En primer lugar, la entrevista se realizará a un Nutricionista quien nos comentara cual sería la alimentación adecuada que formalmente se deberían seguir las personas que ingresen a este estilo de vida, para ello se determinarán preguntas adecuadas y específicas que involucren perspectivas profesionales y generen un aporte fundamenta a esta investigación para poder hallar el perfil adecuado. En segundo lugar, se realizará una entrevista a un entrenador profesional, quien está constantemente involucrado con personas que cumplen este perfil, y con personas que desean ingresar a ese estilo de vida, es así que se establecen preguntas concretas que determinen el perfil antes mencionado.

Cabe recalcar que los instrumentos de investigación son herramientas involucradas para generar una recolección de datos primarios fundamentales para una correcta investigación, para ello (Rodríguez, 2010), menciona que; “Son los medios ejecutados para obtener información, entre las que destacan con mayor frecuencia es la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas”.

3.3.2. Tipo de Investigación

La investigación a realizarse está basada en ser de tipo exploratoria con un enfoque metodológico mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo, en cual se involucra para generar una recolección de datos determinados para conocer la hipótesis, con la finalidad de encontrar estándares de comportamiento en el perfil que ellos poseen, con una base estadística que involucra los instrumentos de investigación.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Según datos estadísticos establecidos por el (INEC, 2014), en Ecuador existe una población mayor a 12 años que realizan alguna actividad física, en donde determinan el porcentaje determinados en una combinación de variables y edad, en donde muestra en porcentajes, quienes realizan alguna actividad física; es donde se determina que entre las edades comprendidas de 18 a 59 años de edad el 24,2% de los Ecuatorianos realizan actividades físicas en su tiempo libre.

La población a investigar es la población de Guayaquil comprendidos de entre 18 a 50 años de edad, los cuales representan el 24,2% de la población quienes realizan actividades físicas de diversos aspectos, en donde se utiliza la población total de Guayaquil, radicada en

2'698.077, en donde se obtiene el 24,2%, encontrando una población base de 652.934,63 personas que realizan actividades físicas en la Ciudad de Guayaquil, el cual se presentara una encuesta estructurada una vez obtenida la muestra primaria.

3.4.2. Muestra

Margen de Error = 0.05 %

Tamaño de la Población = 652.934,63

Nivel de Confianza = 0.95 %

Tabla 2. Valores y Varianza

Valores y Varianza

Valores Z (valor del nivel de confianza)	90%	95%	97%	98%	99%
Varianza (valor para reemplazar en la fórmula)	1,645	1,960	2,170	2,326	2,576

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

$$\text{Tamaño de Muestra} = \frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} = 384$$

α_c = Nivel de confianza

Nivel de confianza, es el riesgo que aceptamos de equivocarnos al presentar nuestros resultados (también se puede denominar grado o nivel de seguridad), el nivel habitual de confianza es del 95%.

e = Margen de error

Margen de error, es el error que estamos dispuestos a aceptar de equivocarnos al seleccionar nuestra muestra; este margen de error suele ponerse en torno a un 5%.

N = Tamaño de Población (Universo de Estudio).

Tabla 3. Muestra

Muestra

		Cuadro de Muestra de Acuerdo a la Población (N)											
		1%	2,0%	2,5%	3,0%	3,5%	4,0%	5,0%	6,0%	7,0%	8,0%	9,0%	10,0%
N	2000	1.655	1.091	869	696	563	462	322	235	179	140	112	92
	4000	2.824	1.501	1.110	843	656	522	351	250	187	145	115	94
	6000	3.693	1.715	1.223	906	693	546	361	255	190	146	116	95
	8000	4.365	1.847	1.289	942	714	558	367	258	191	147	117	95
	10000	4.899	1.936	1.332	964	727	566	370	260	192	148	117	95
	12000	5.335	2.001	1.362	980	736	572	372	261	193	148	117	95
	14000	5.696	2.050	1.385	992	742	576	374	262	193	148	118	95
	16000	6.002	2.088	1.402	1.000	747	579	375	262	194	149	118	95
	18000	6.263	2.118	1.416	1.007	751	581	376	263	194	149	118	96
	652.935	9.464	2.392	1.533	1.065	783	600	384	267	196	150	119	96
	22000	6.686	2.165	1.436	1.018	757	584	378	264	194	149	118	96
	24000	6.859	2.183	1.444	1.022	759	586	378	264	194	149	118	96
	26000	7.013	2.198	1.451	1.025	761	587	379	264	195	149	118	96
	28000	7.151	2.211	1.457	1.028	763	588	379	264	195	149	118	96
	30000	7.275	2.223	1.462	1.030	764	588	379	264	195	149	118	96
	32000	7.387	2.233	1.466	1.033	765	589	380	265	195	149	118	96
	34000	7.489	2.243	1.470	1.035	766	590	380	265	195	149	118	96
	36000	7.581	2.251	1.474	1.036	767	590	380	265	195	149	118	96

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

Al aplicar la formula especifica se encuentra como resultado que se tendrá que encuestar a 384 personas que realicen actividades físicas en diversos puntos de la ciudad de Guayaquil.

3.5. Análisis de los Resultados de los Instrumentos Aplicados

3.5.1. Encuesta a personas que practican deporte / ejercicios

La tabulación de los resultados se fundamentó en la plataforma de estadísticas y resultados, de Excel, en donde se desglosan las conclusiones y aspectos fundamentales que detallan el perfil adecuado, que exigen las personas fitness y cuáles son los aspectos primordiales que ellos toman en cuenta en su estilo de vida. Dentro del proceso de investigación se concluye que las personas encuestadas serán 384 personas que cumplen el perfil de salud y estilo de vida dentro de la ciudad de Guayaquil.

Pregunta 1. ¿Cuál es su Sexo?

Tabla 4. Sexo

Sexo

Categoría	Porcentaje
Hombre	52%
Mujer	48%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

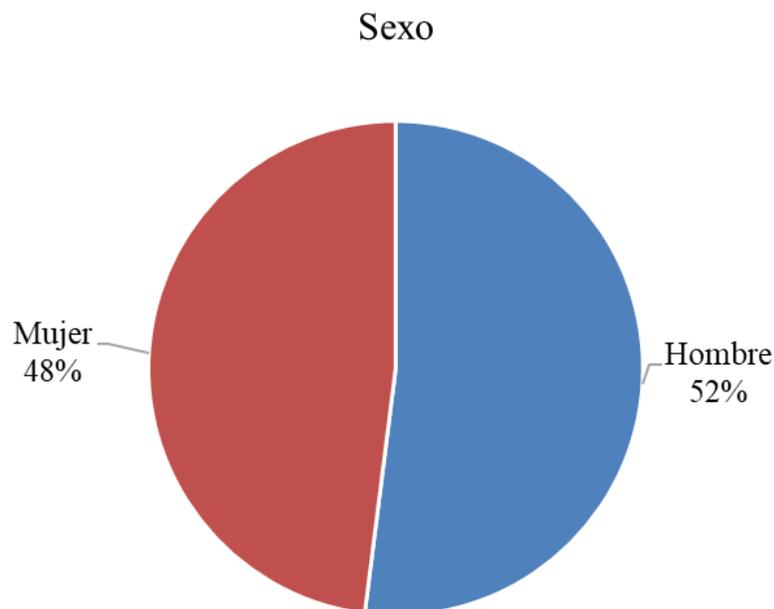


Figura 2. Estadística de Sexo

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

La competitividad en la vida fitness, es muy detallada, en la actualidad tanto hombres como mujeres sienten la necesidad de sentirse mejor con su aspecto físico y el estilo de vida que realizan, eso se demuestra en las encuestas realizadas donde se encontró que el porcentaje mínimo de diferencia es muy corto, ganando los hombres con un corto porcentaje de diferencia, siendo apenas del 4%.

Pregunta 2. Edad

Tabla 5. Edad

Edad

Categoría	Porcentaje
De 18 a 25 años	18%
De 26 a 35 años	43%
De 36 a 45 años	33%
Más de 46 años	6%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

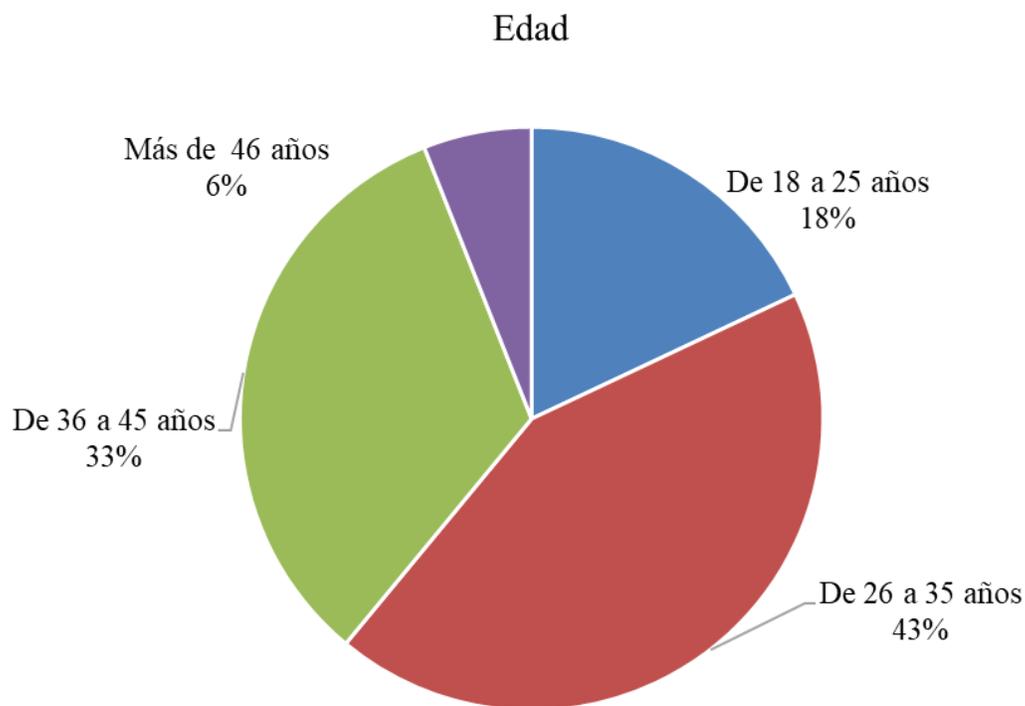


Figura 3. Estadística de Edad

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

El promedio de edad resalta notoriamente, dentro de la ciudad de Guayaquil, y sus diversos sectores, en donde el promedio de las personas que realizan actividades físicas, es de 26 a 35 años de edad, seguido de cerca de edades entre 36 a 45 años, esto implica que las personas de entre esas edades, tienen el deseo de involucrarse en la vida fitness.

Pregunta 3. Estado Civil

Tabla 6. Estado Civil

Estado Civil

Categoría	Porcentaje
Soltero	61%
Unión Libre	22%
Casado	12%
Divorciado	4%
Viudo	1%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

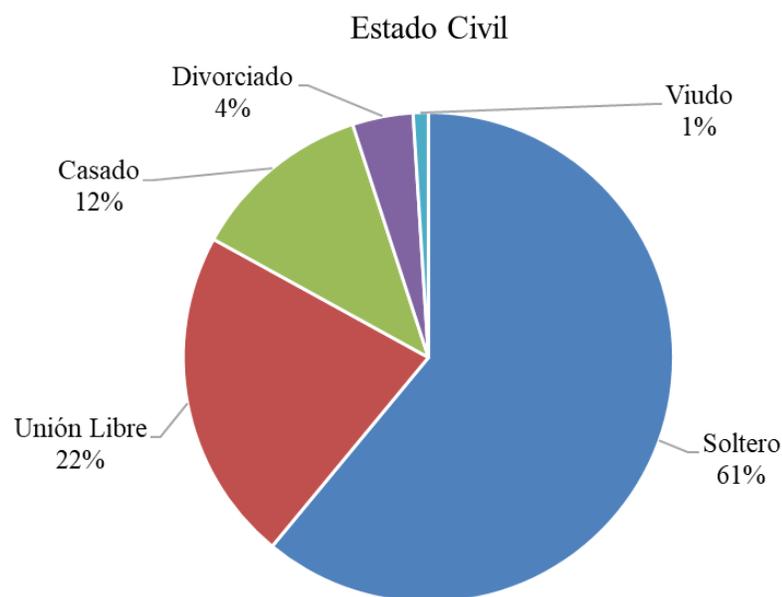


Figura 4. Estadística de Estado Civil

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

Un dato importante dentro de las encuestas realizadas, es el balance de personas en conocer su estado civil, esto nos ayuda a conocer sus prioridades de vida, en donde demuestran que las personas solteras, son las que más invierten en el estilo de Vida Fitness, y son los más interesados en llevar ese estilo de vida, alcanzando un 61% dentro de las personas encuestadas.

Pregunta 4. Ocupación

Tabla 7. Ocupación

Ocupación

Categoría	Porcentaje
Estudiante	29%
Trabajador /a	55%
Empleador/ a	14%
Ama de casa	2%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

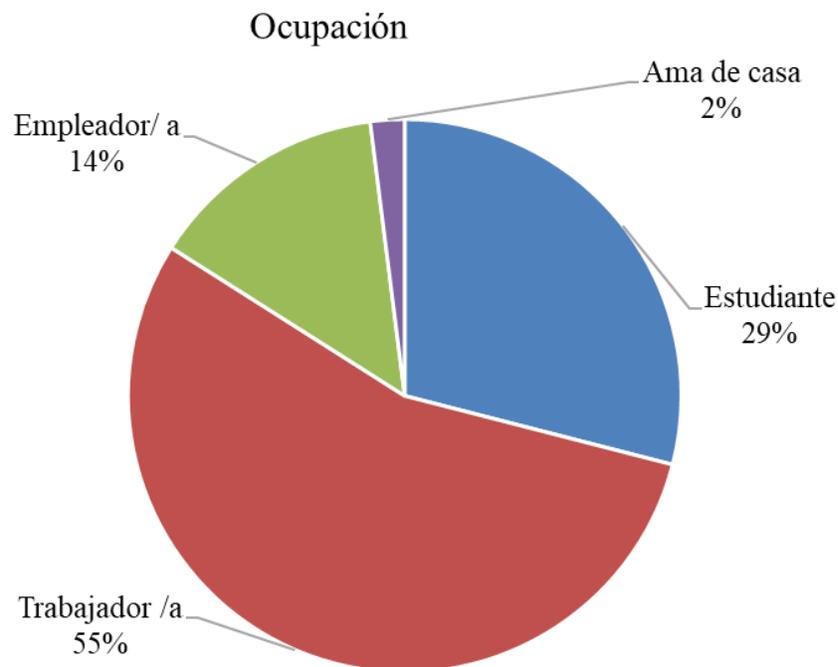


Figura 5. Estadística de Ocupación

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

Una pregunta importante dentro de las encuestas realizadas, es conocer su estado laboral, esto nos demuestra quienes poseen un estilo de vida adecuado y quienes realizan actividades físicas con frecuencia; se detalló que las personas que poseen un puesto laboral son las que se asemejan más al perfil de una persona fitness.

Pregunta 5. Sector donde Vive

Tabla 8. Sector donde Vive

Sector donde Vive

Categoría	Porcentaje
Norte	57%
Centro	12%
Sur	31%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

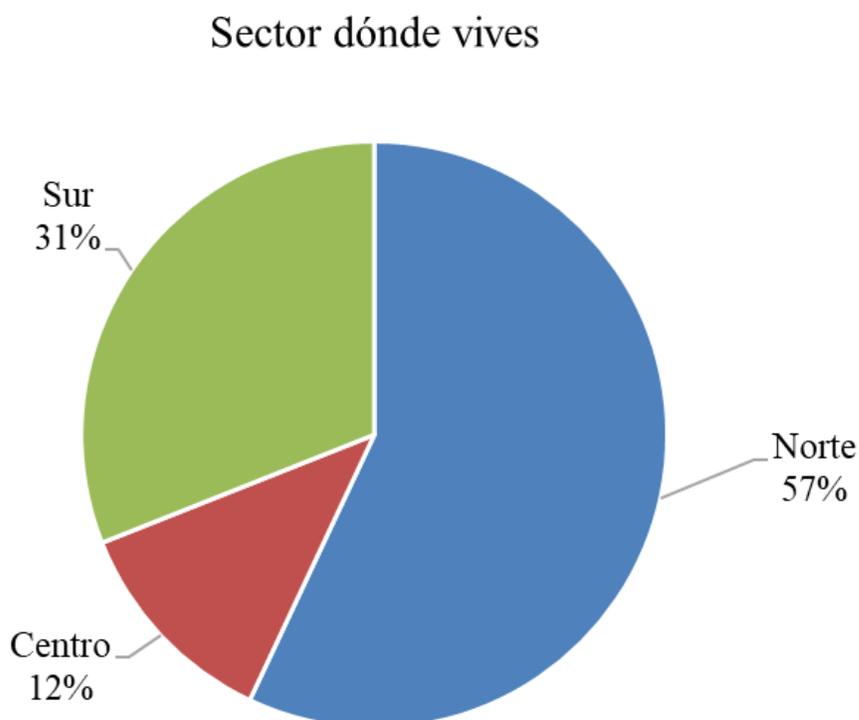


Figura 6. Estadística de Sector donde vives

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

De las personas encuestadas, en diversos lugares de la ciudad de Guayaquil, se estableció su sector de vivienda, donde el sector norte realza su posición, esto implica que las personas que viven en esta zona de la ciudad, zona norte, poseen un interés más alto de seguir con este estilo de vida.

Pregunta 6. Sector Salarial

Tabla 9. Salario Mensual

Salario Mensual

Categoría	Porcentaje
\$400 a \$ 600	10%
\$601 a \$800	32%
\$801 a \$1.000	49%
Más de \$ 1.000	9%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

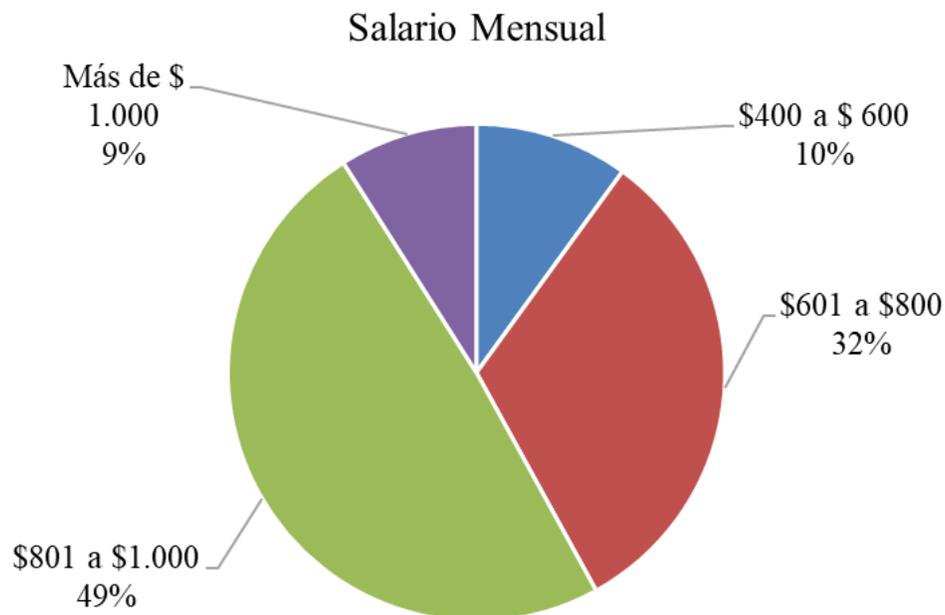


Figura 7. Estadística de Salario Mensual

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

El valor salarial, denota quienes son las personas que invierten en su estilo de vida, en donde reflejan que las personas que laboran y ganan un valor de entre \$ 801 a \$ 1.000 dólares son los que tienen un interés más elevado en llevar un estilo de vida Fitness.

Pregunta 7. Que deporte Practica o le gusta practicar

Tabla 10. Que deporte Practica o le gusta practicar

Que deporte Practica o le gusta practicar

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente	
Arte marciales	0%	0%	1%	3%	0%	4%
Pesas / Crosfit	0%	0%	0%	4%	24%	28%
Deportes con raquetas	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Natación	0%	0%	3%	1%	0%	4%
Ciclismo	0%	0%	0%	3%	0%	3%
Clases colectivas (Zumba, pilates, yoga, bailo terapia y aérobicos)	0%	0%	0%	7%	12%	19%
Deporte en equipo	0%	0%	0%	0%	4%	4%
Caminadora o eliptica	0%	0%	0%	5%	1%	6%
Atletismo	0%	0%	0%	3%	2%	5%
Gimnsaia	0%	0%	0%	9%	15%	24%
Otras	0%	0%	0%	1%	1%	2%
Ninguna	0%	0%	0%	1%	0%	1%
Total						100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

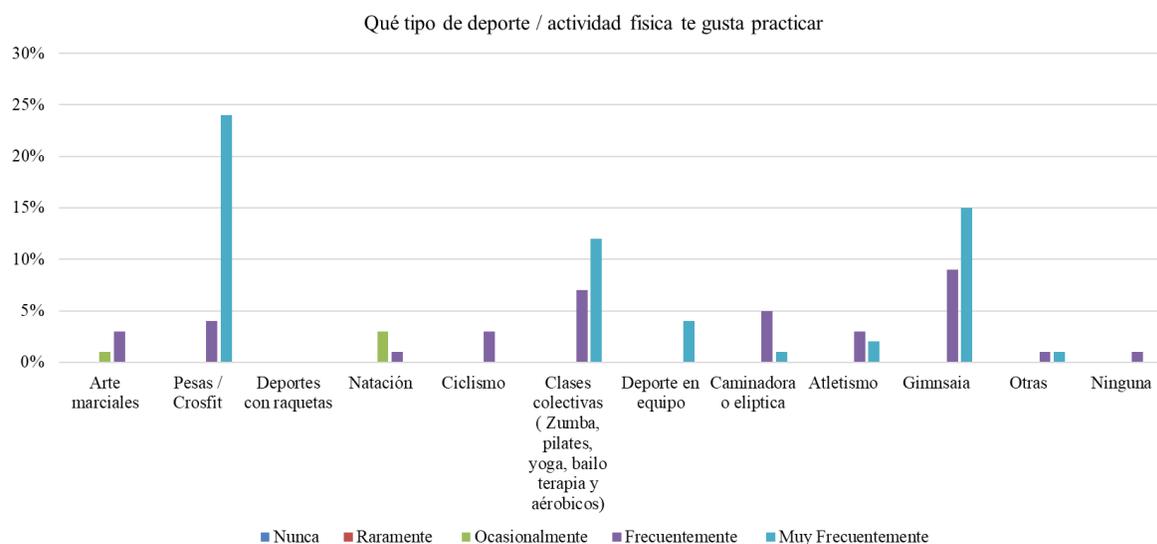


Figura 8. Estadística de Tipo de Deporte que le gusta

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

Dentro de las actividades que las personas fitness que desean realizar actividades físicas, fue notorio encontrar que les gusta realizar ejercicios como pesas o crossfit, alcanzando un 28% en las actividades, es ahí donde se involucra el estilo de vida que ellos desean realizar en los diversos espacios donde realizan ejercicios.

Pregunta 8. Frecuencia que practica ejercicio

Tabla 11. Frecuencia del Ejercicio

Frecuencia del Ejercicio

Categoría	Porcentaje
Entre 1 y 2 días	17%
Entre 3 y 4 días	63%
Más de 5 días	11%
No lo sé	9%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

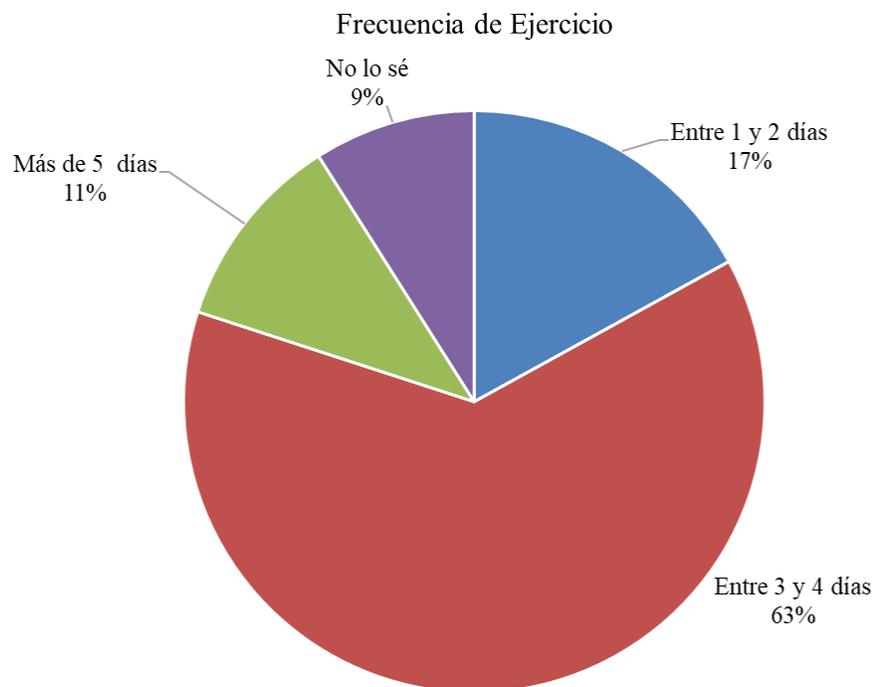


Figura 9. Estadística de Frecuencia de ejercicios

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

Con que frecuencia realizan ejercicios, siendo esta pregunta planteada dentro de las encuestas, se determina que las personas que poseen esta actividad física, regularmente lo realizan entre 3 y 4 días seguidos, generando un ciclo de tiempo para el beneficio de su estilo de vida.

Pregunta 9. Cuál es el promedio de horas al día que haces ejercicio

Tabla 12. Promedio de horas al día que haces ejercicio

Promedio de horas al día que haces ejercicio

Categoría	Porcentaje
Menos de 1 hora	2%
Entre 1 y 2 horas	78%
Entre 2 y 3 horas	11%
Más de 3 horas	9%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación



Figura 10. Estadística de Promedio de horas al día en practicar ejercicios

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

Entre 1 hora y 2 horas, fue la respuesta de tiempo con mayor aceptación que reflejaron los encuestados, alcanzando un 78% de alcance y respuestas, esto involucra un tiempo prioritario por diversos factores, que ellos eligen para realizar cualquier ejercicio que estén practicando en ese momento.

Pregunta10. Cree que la actividad física que realiza es la adecuada

Tabla 13. Cree que la actividad física que realiza es la adecuada

Cree que la actividad física que realiza es la adecuada

Categoría	Porcentaje
Tolamente de acuerdo	48%
De acuerdo	17%
Indeciso	27%
En desacuerdo	6%
Totalmente en desacuerdo	2%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación



Figura 11. Estadística de si la actividad que realiza es adecuada

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

La actividad física, o la rutina que realizan es muy importante, por ello se analizó si los encuestados están considerando la rutina que practican de una forma adecuada, en base a los resultados obtenidos, se demuestra que ellos poseen conocimiento de todos los aspectos que involucran el realizar ejercicios con alguna guía específica.

Pregunta 11. Motivos por lo que practica actividad física.

Tabla 14. . Motivos por lo que practica actividad física

Motivos por lo que practica actividad física

	Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante	
Para mejorar la salud	0%	0%	0%	10%	15%	25%
Por entretenimiento	0%	0%	2%	1%	6%	9%
Porque le gusta hacer deporte y actividad física	0%	0%	1%	5%	9%	15%
Para relajarse y disminuir el	0%	0%	2%	3%	5%	10%
Por compartir con amigos	0%	0%	1%	6%	6%	13%
Para verse mejor	0%	0%	0%	11%	17%	28%
			Total			100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

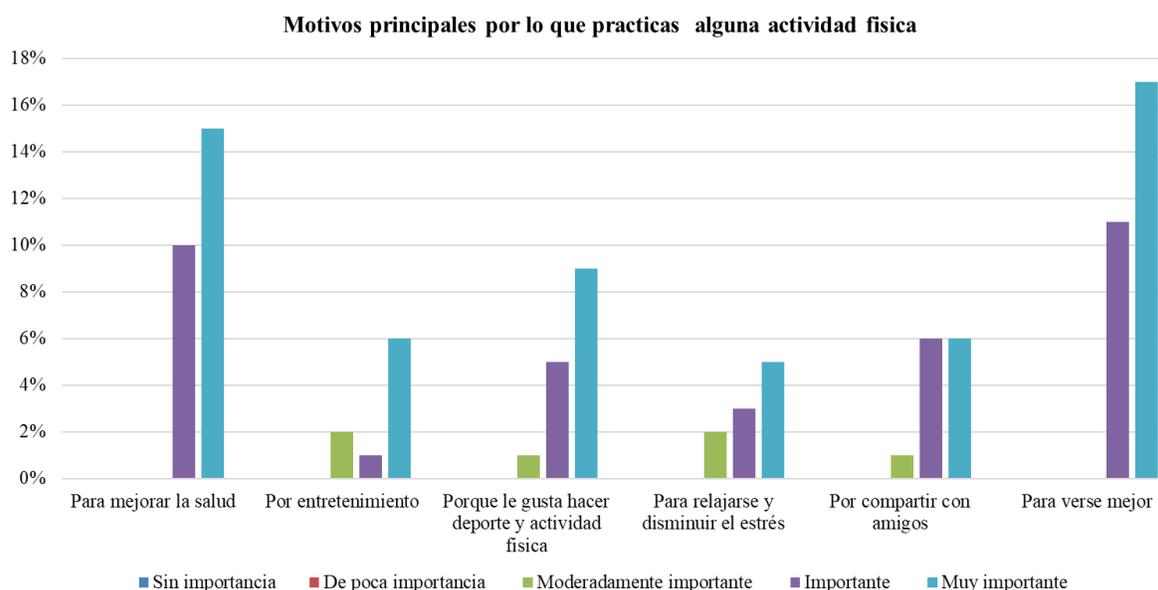


Figura 12. Estadística de Motivos por lo que practica actividad física

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

El deseo de sentirse bien, y sentirse feliz con un estilo de vida adecuada, es importante para saber que la motivación que poseen los encuestados, en donde implica el motivo principal por el cual ellos eligen practicar alguna actividad física, simplemente es para verse mejor y sentirse mejor.

Pregunta 12. En qué lugar realiza Ejercicios

Tabla 15. En qué lugar realiza Ejercicios

En qué lugar realiza Ejercicios

	1	2	3	4	5	
En mi casa	0%	0%	1%	1%	0%	2%
En espacios publicos	0%	0%	0%	1%	3%	4%
En canchas privado	0%	0%	5%	12%	18%	35%
En un gimnasio privado	0%	0%	6%	12%	21%	39%
En una academia de clase privadas	0%	0%	1%	5%	3%	9%
Otros	0%	0%	1%	3%	5%	9%
Ninguna	0%	0%	1%	0%	1%	2%
Total						100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

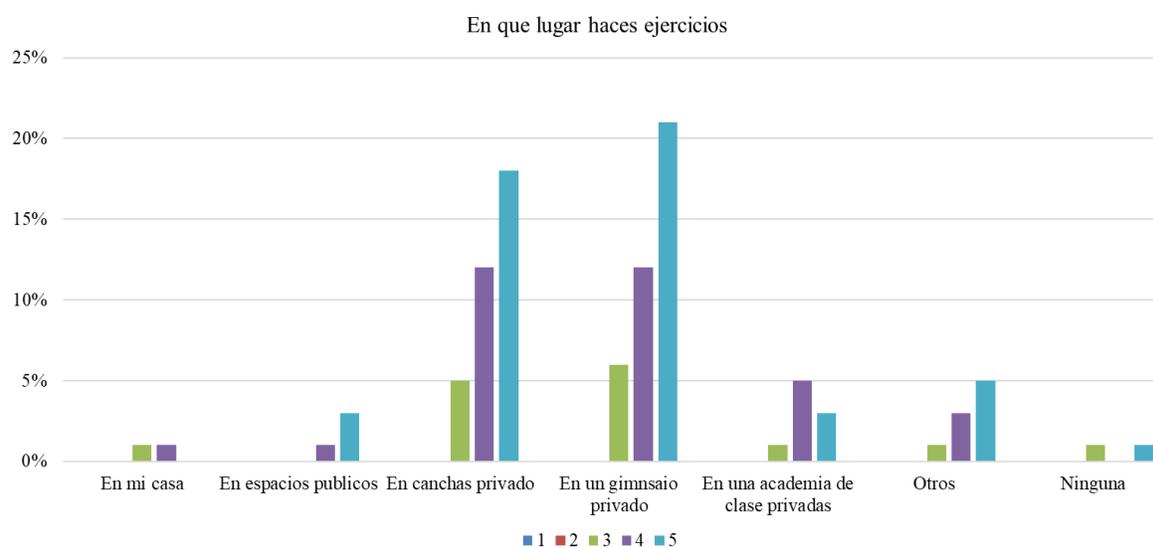


Figura 13. Estadística de lugar realiza Ejercicios

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

El lugar en donde realizan ejercicios, es una información idónea para conocer la perspectiva, deseos y comodidad, que las personas fitness, tienen en mente, es ahí donde se encuentra con claridad, que están de acuerdo con elegir algún Gimnasio privado, para comodidad de ellos, teniendo esto un porcentaje alto dentro de las personas encuestadas.

Pregunta 13. Sigues alguna rutina en específico

Tabla 16. Sigues alguna rutina en específico

Sigues alguna rutina en específico

	Casi nunca	Usualmente no	Ocasionalmente	Usualmente	Casi siempre	
Si, tengo un entrenador	0%	0%	5%	17%	29%	51%
Hago ejercicio por mi cuenta	0%	0%	2%	9%	19%	30%
Copio alguna rutina de internet	0%	0%	14%	1%	1%	16%
No sigo ninguna rutina	0%	1%	0%	1%	1%	3%
			Total			100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

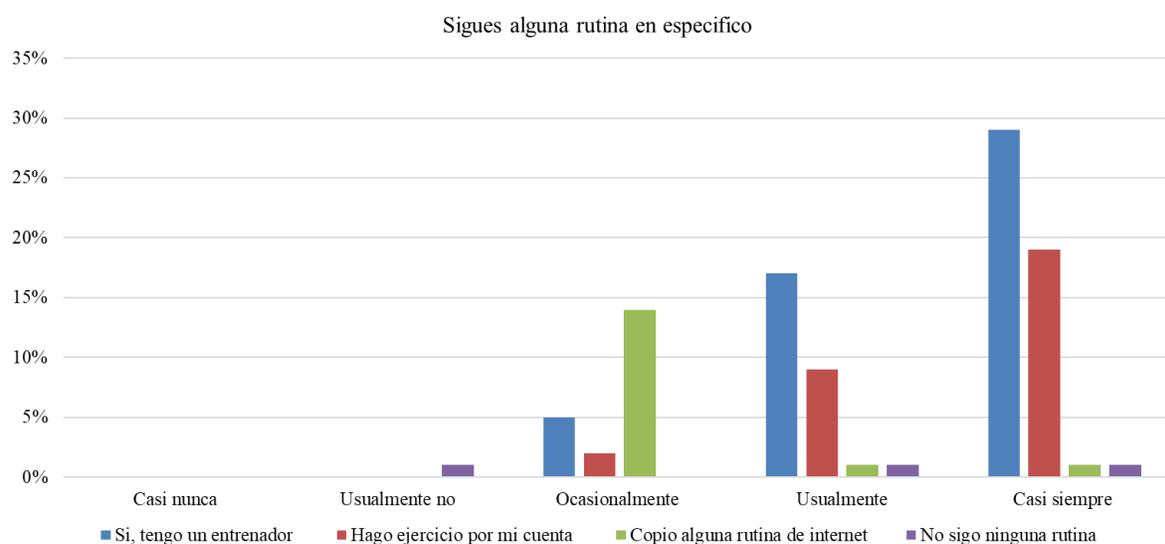


Figura 14. Estadística de seguir alguna rutina en específico

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

El poseer trabajo, un sueldo fijo, motivación y en su gran mayoría estar solteros son factores que tiende a elegir qué es lo mejor para cambiar y mejorar su estilo de vida, en ello los encuestados mencionaron que casi siempre eligen una ayuda extra como algún entrenador personal para que les ayude a seguir una rutina adecuada.

Pregunta 14. Motivo por el que realiza ejercicios en la instalación donde lo hace.

Tabla 17. Motivo por el que realiza ejercicios en la instalación donde lo hace.

Motivo por el que realiza ejercicios en la instalación donde lo hace.

	Totalment e en	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Por Cercanía	0%	0%	3%	13%	0%	16%
Por precio	0%	16%	0%	1%	0%	17%
Por estar con mis seres cercanos	0%	0%	1%	1%	1%	3%
Por status	0%	0%	1%	4%	14%	19%
Por sus instalaciones	0%	0%	1%	8%	16%	25%
Otras	9%	0%	0%	0%	0%	9%
Ninguna	11%	0%	0%	0%	0%	11%
			Total			100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

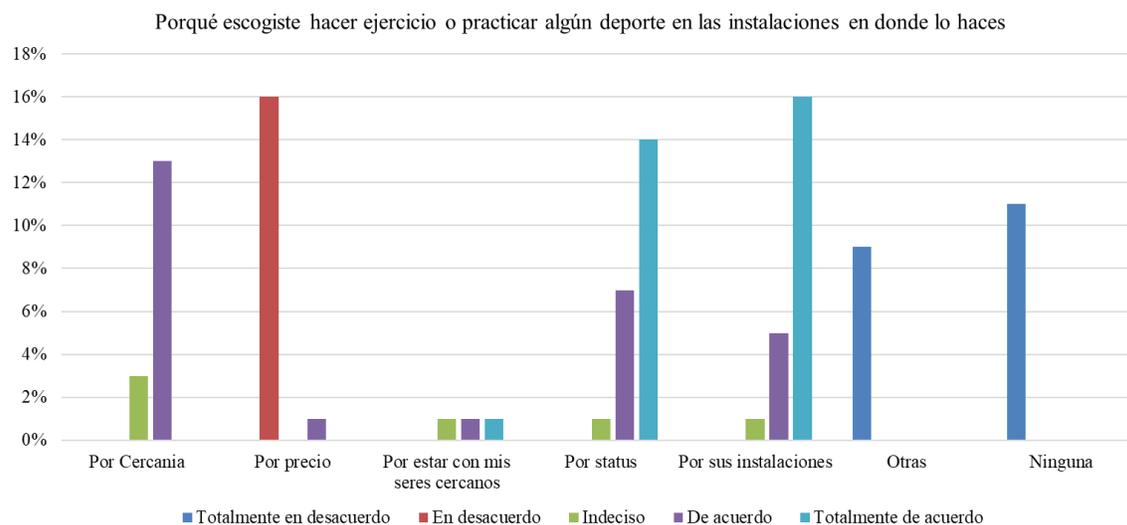


Figura 15. Estadística de Motivo por el que realiza ejercicios

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

En la actualidad, se eligen los lugares donde se realiza ejercicios, por diversos factores, en ellos es importante recalcar que las personas eligen estos lugares en virtud de su situación económica, lugar y beneficios. Dentro de las personas encuestadas, mencionan que eligen lugares por sus beneficios, es decir por la comodidad de las instalaciones e instrumentos que disponen del lugar donde realizan las actividades.

Pregunta 15. Con quien practica actividades físicas

Tabla 18. Con quien practica actividades físicas

Con quien practica actividades físicas

Categoría	Porcentaje
Con amigos	57%
Familiares	4%
En un equipo formado	1%
Solo	38%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

Cuando realizas actividades física con quien lo practicas

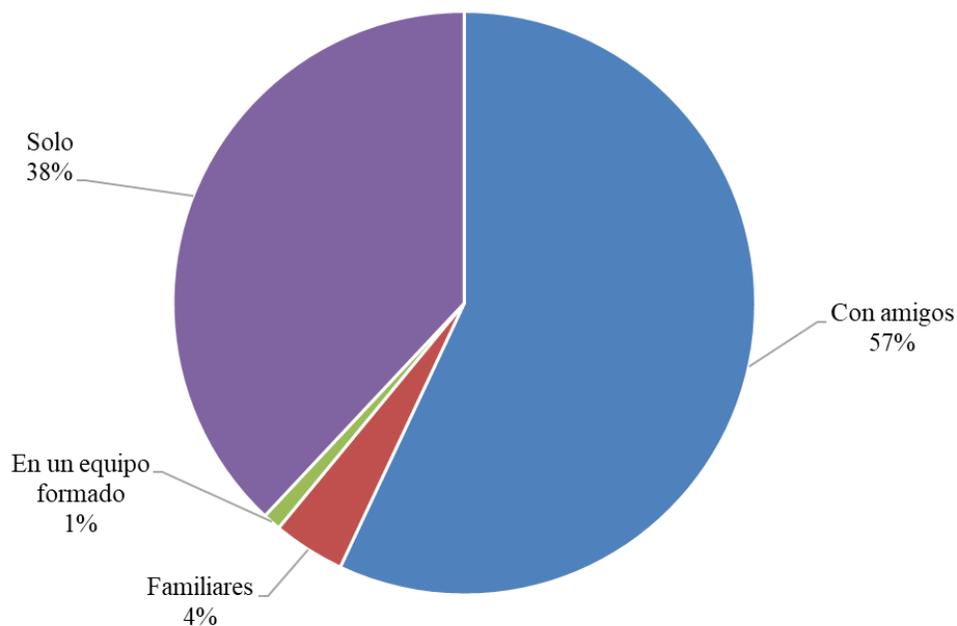


Figura 16. Estadística de con quien practica actividades físicas

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

Muchas personas al realizar alguna actividad de diversos aspectos, tienden a elegir ir acompañado con algún familiar, amigo o pareja, pero dentro de la información recopilada, se resalta que las personas con un estilo de vida fitness, eligen ir a realizar actividades físicas junto a alguna amistad cercana.

Pregunta 16. Porque considera que las personas no practican ejercicios.

Tabla 19. Porque considera que las personas no practican ejercicios.

Porque considera que las personas no practican ejercicios.

Categoría	Porcentaje
Falta de tiempo	12%
Impedimento físico	33%
Flojera	47%
Carencias económicas	6%
Cuestiones culturales	1%
Otra	1%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

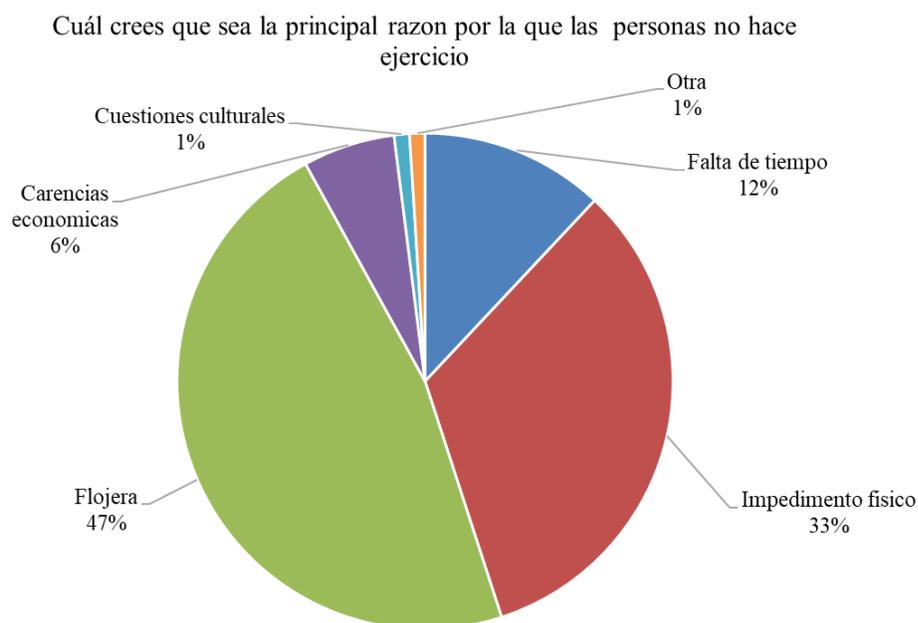


Figura 17. . Estadística de porque las personas no practican ejercicios

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

Mostrando un punto de vista diferente, es indispensable conocer el antes y después de la motivación que poseen las personas fitness, en ello se menciona el motivo por el que creen que las personas realizan ejercicios, y según su punto de vista, consideran que la flojera es el punto primordial por el cual las personas con sus mismas características, desean no realizar o tener un estilo de vida fitness.

Pregunta 17. Como evaluás tus hábitos alimenticios.

Tabla 20. Como evaluás tus hábitos alimenticios

Como evaluás tus hábitos alimenticios

Categoría	Porcentaje
Excelentes	77%
Bueno	20%
Regulares	1%
Malos	2%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

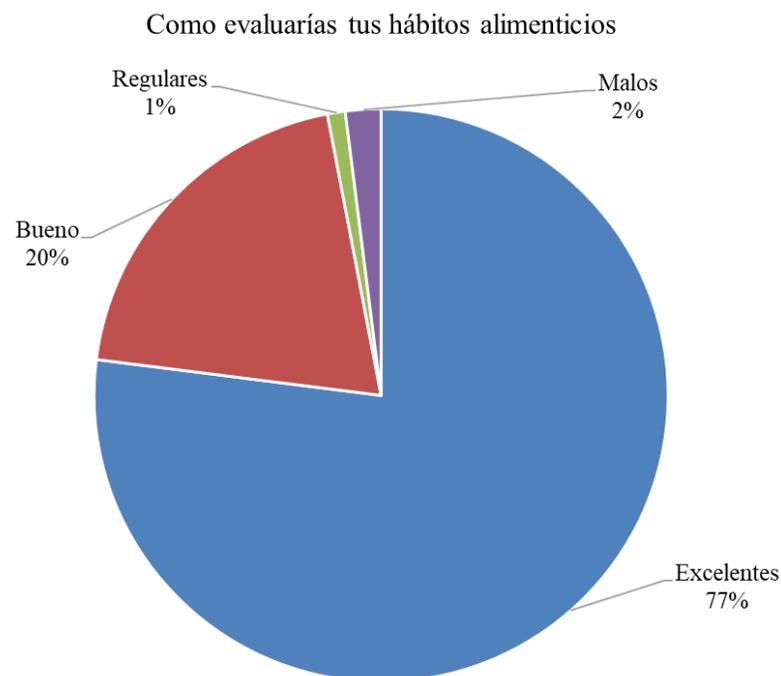


Figura 18. Estadística de como evaluás tus hábitos alimenticios

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

El analizarse su propio estilo de vida, es indispensable para reconocer cuales son las virtudes y falencias que se pueden cometer, reconociendo que se sienten cómodos con los hábitos adoptados, siendo la alimentación el punto primordial, si considera que su hábito alimenticio es el correcto según su perspectiva.

Pregunta 18. Que sueles incluir en tu dieta diaria

Tabla 21. Que sueles incluir en tu dieta diaria

Que sueles incluir en tu dieta diaria

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente	
Proteína animal	0%	0%	1%	9%	16%	26%
Proteína vegetal	0%	0%	0%	5%	18%	23%
Verduras / Frutas	0%	0%	2%	8%	25%	35%
Carbohidratos salados	0%	0%	1%	3%	3%	7%
Carbohidratos dulces	0%	0%	4%	0%	2%	6%
Grasa vegetal	0%	0%	1%	0%	1%	2%
Grasa no vegetal	0%	0%	1%	0%	0%	1%
Otra	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total						100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

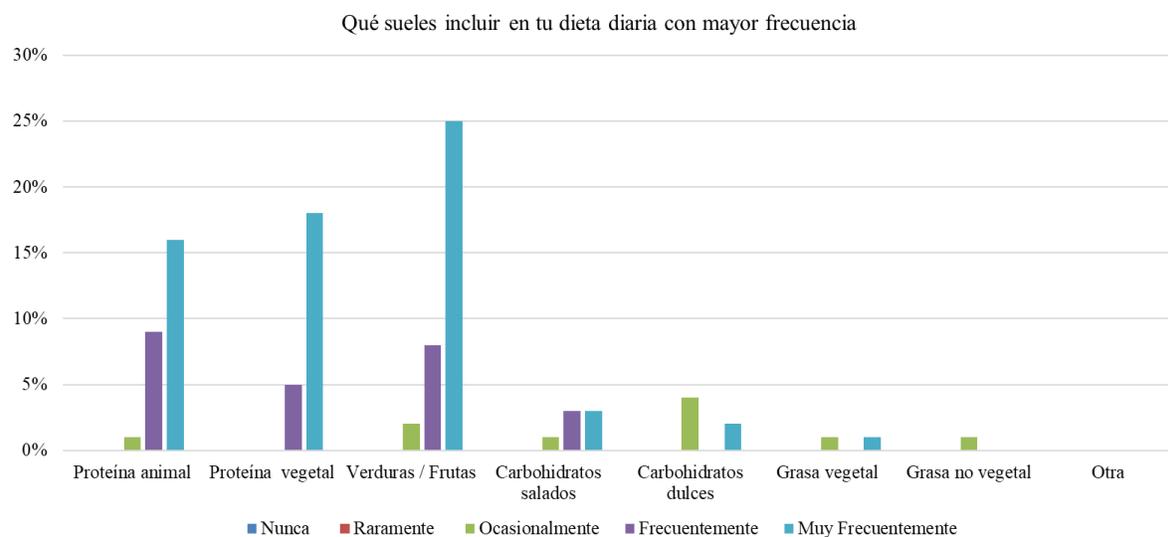


Figura 19. Estadística de que sueles incluir en tu dieta diaria

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

El conocer la rutina alimenticia y que tipo de alimentos consume, carbohidratos y calorías es indispensable para conocer la alimentación de las personas que practican un estilo de vida fitness, en ello mencionan que las verduras y las frutas son las favoritas en la rutina de las personas que ejercen ese estilo de vida.

Pregunta 19. Te sientes contento con tu figura

Tabla 22. Te sientes contento con tu figura

Te sientes contento con tu figura

Categoría	Porcentaje
Me siento incómodo con mi figura	1%
Estoy muy inconforme con mi figura	4%
Más o menos, creo que podría mejorar	31%
Sí, estoy contento con mi figura	64%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

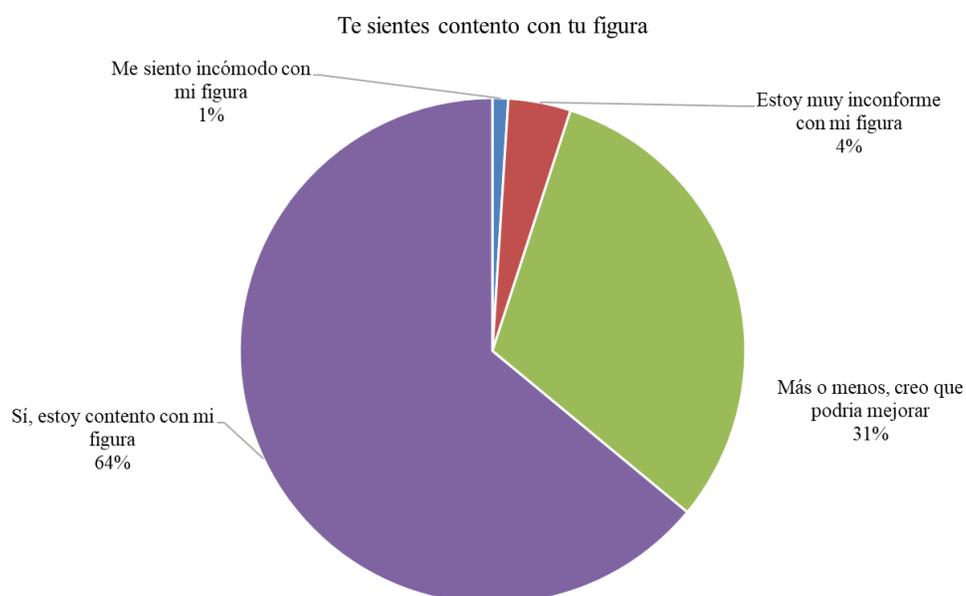


Figura 20. Estadística de te sientes contento con tu figura

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

El sentirse feliz con su forma de vida, estilo de vida, forma parte importante pero también es notable reconocer que la motivación personal y el sentirse bien consigo mismo es la base moral de vivir un estilo de vida saludable, en donde las personas que ya tienen un tiempo practicando este estilo de vida, sienten la diferencia y por ende se sienten cómodos y contentos con su figura física actual, reconociendo que es un proceso constante para mantenerse cómodo.

Pregunta 20. Usa alguna APP para hacer algún seguimiento de su actividad física.

Tabla 23. Usa alguna APP para hacer algún seguimiento de su actividad física.

Usa alguna APP para hacer algún seguimiento de su actividad física.

Categoría	Porcentaje
Si	55%
No	45%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

Usa alguna APP fitness para hacer el seguimiento de su actividad Física

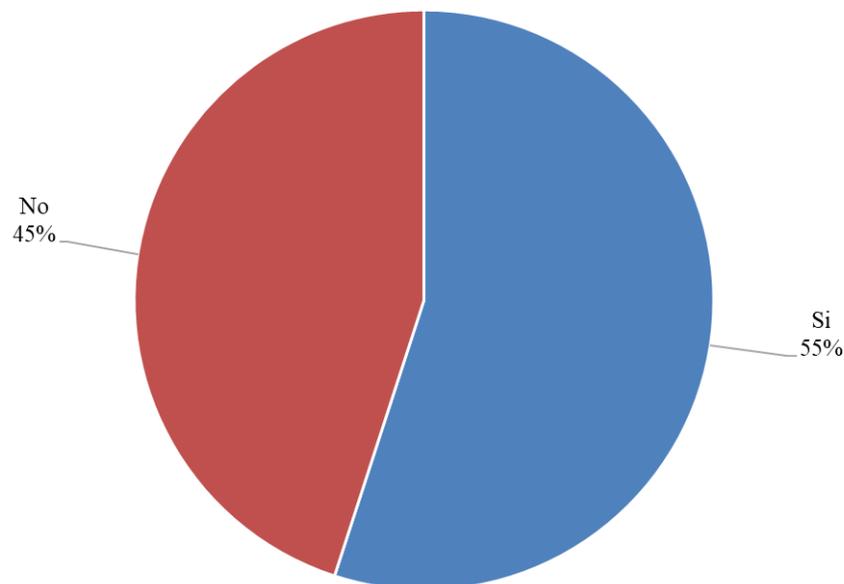


Figura 21. Estadística de usa alguna APP para seguimiento de su actividad física

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

El utilizar herramientas tecnológicas en la era actual es una parte prioritaria, ya que las personas en este estilo de vida, desean conocer información detallada de la rutina que llevan y el proceso de calorías y carbohidratos que van perdiendo mediante la rutina de ejercicios físicas que realizan, en base a las personas encuestadas, en su mayoría se confirma que si utilizan alguna aplicación para medir su rutina de ejercicios.

Pregunta 21. Redes Sociales que utiliza para compartir sus imágenes y/o videos de su rutina fitness

Tabla 24. Redes Sociales que utiliza para compartir sus imágenes y/o videos de su rutina fitness

Redes Sociales que utiliza para compartir sus imágenes y/o videos de su rutina fitness

Categoría	Porcentaje
Facebook	33%
Instagram	46%
Twitter	11%
Snapchat	6%
Linkedin	2%
Otros	2%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

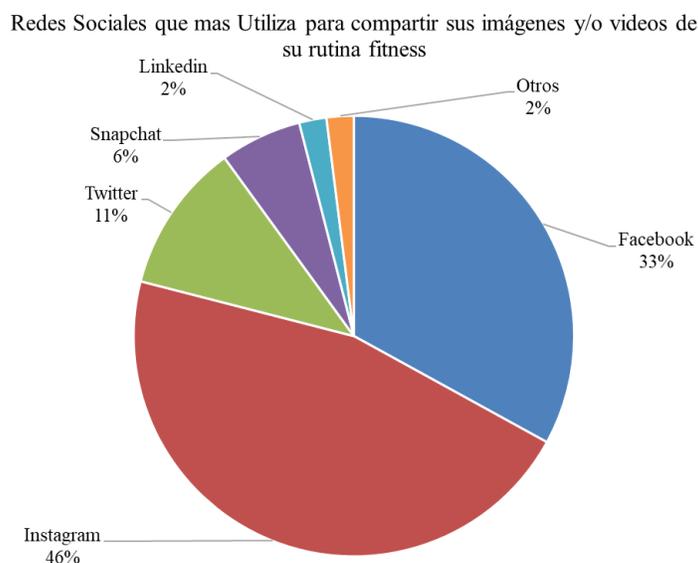


Figura 22. Estadística de Redes Sociales que utiliza para compartir sus imágenes

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

El compartir su rutina, compartir imágenes y el seguimiento de las actividades que realiza es algo común de las personas y en la era actual, por ello los encuestados mencionan su red social favorita altamente elegida es Instagram, para compartir videos e imágenes de la rutina que practican.

Pregunta 22. Que tan importante son en su vida diaria

Tabla 25. Que tan importante son en su vida diaria

Que tan importante son en su vida diaria

	Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante	
Alimentacion	0%	0%	1%	12%	36%	49%
Vestimenta	0%	1%	0%	6%	19%	26%
Asesorios	1%	1%	7%	16%	0%	25%
			Total			100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

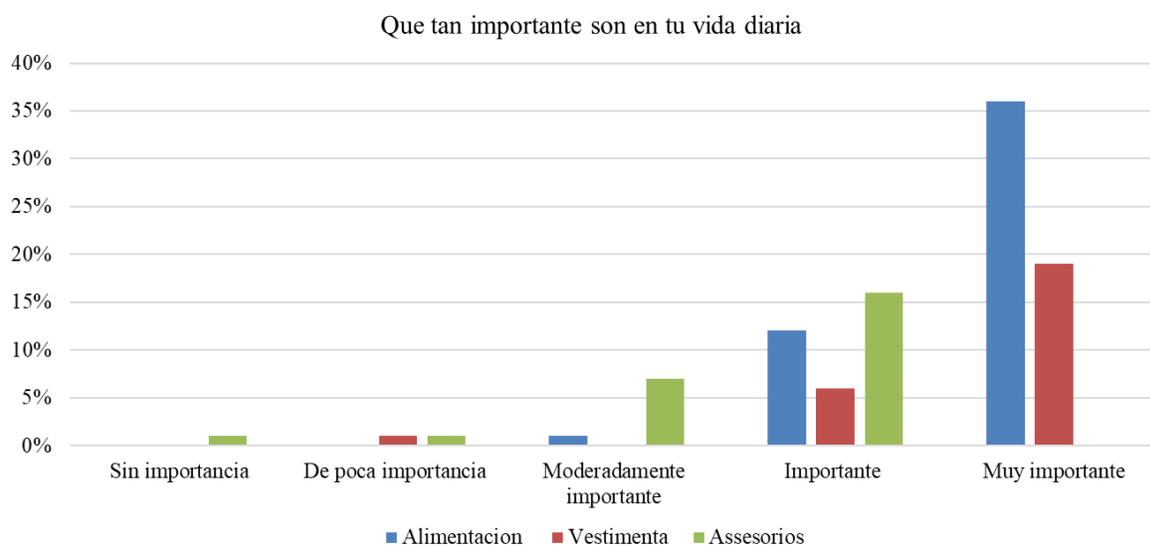


Figura 23. Estadística de que tan importante son en su vida diaria

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

Las personas encuestadas mencionan que la alimentación, la rutina alimenticia, o más bien el tipo de alimento, desde porciones hasta componentes, es el factor más importante, tanto, que es considerado un aspecto prioritario que los vuelve una persona fitness.

Pregunta 23. Que productos prefiere comprar

Tabla 26. Que productos prefiere comprar

Que productos prefiere comprar

Categoría	Porcentaje
Nacionales	27%
Extranjeros	73%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

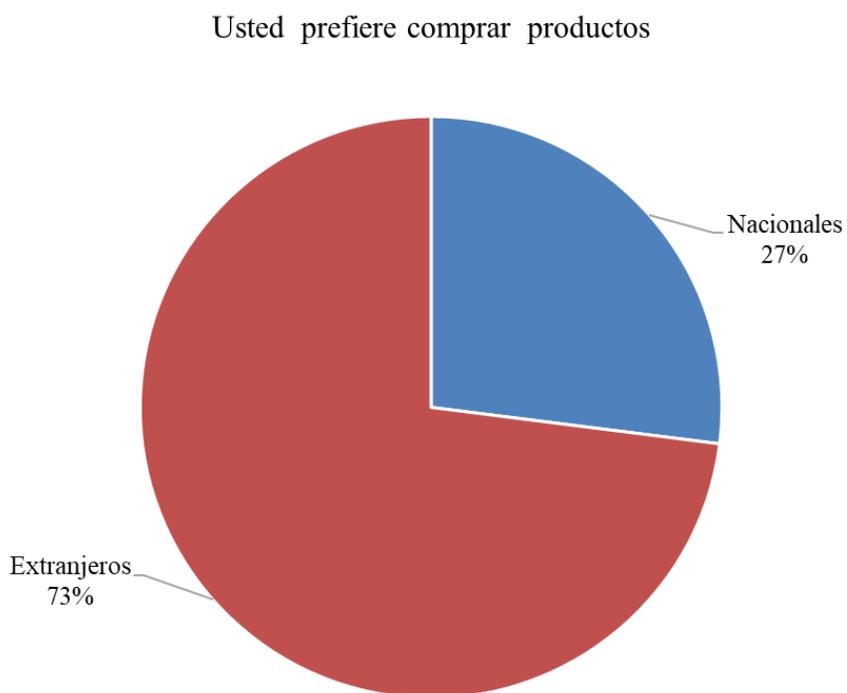


Figura 24. Estadística de que productos prefiere comprar

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

Las personas que poseen un estilo de vida fitness, tienen la tendencia de adquirir productos extranjeros, ya que se sienten de cierta manera más cómodos que con los productos nacionales, sean estos productos de vestimenta, alimentos, suplementos y demás productos que ayudan a mejorar el estilo de vida que poseen.

Pregunta 24. Se considera una persona fitness

Tabla 27. Se considera una persona fitness

Se considera una persona fitness

Categoría	Porcentaje
Tolamente de acuerdo	44%
De acuerdo	29%
Indeciso	22%
En desacuerdo	4%
Totalmente en desacuerdo	1%
Total	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

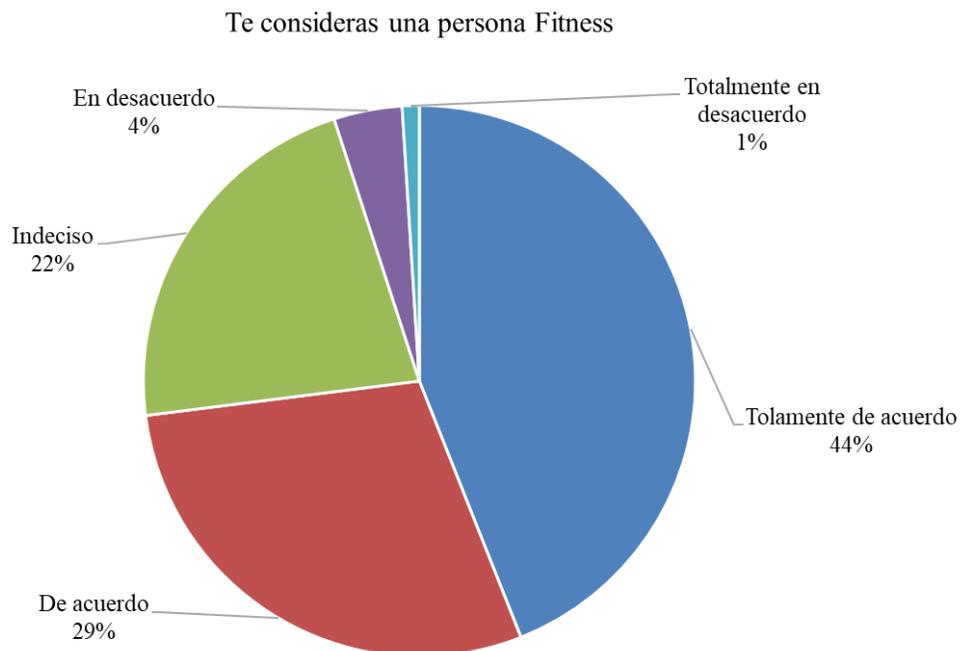


Figura 25. Estadística de se considera una persona fitness

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Análisis.

Una vez pasado por un proceso de preguntas fundamentales, se considera importante preguntar, si se sienten una persona fitness, a lo que mencionan, que, por motivo de estilo de vida, alimentación, vestimenta. Si, estando mayormente en total acuerdo, se sienten ellos que son una persona fitness, y se sienten fitness por el estilo y la rutina que practican.

- **Conclusiones de Encuestas**

Los resultados encontrados en la investigación, reflejan el perfil que las personas fitness, en la ciudad de Guayaquil, poseen en la actualidad y su estructura funcional, en los diversos aspectos de su vida, que generan ese perfil, idóneo para conocerlos.

- En base a las encuestas se establece que los hombres son los que más poseen un estilo de vida fitness, con edades de entre 26 a 35 años de edad, siendo solteros, contando con trabajo y viviendo en el norte de la ciudad de Guayaquil, donde el 52% de la población es hombre y el 48% son mujeres.
- Su clase social se la definió por su sueldo que está entre \$ 601 a \$1.000 dólares o más, que les guste hacer ejercicios en gimnasios privados y realicen y practiquen pesas u crossfit, esto con 1 o 2 horas de actividades, teniendo una rutina de 3 a 4 días a la semana practicando ejercicios, considerando que la actividad que realizan es la adecuada, según su perspectiva y lo practican por verse mejor.
- Por lo general las personas que poseen un perfil fitness, se sienten atraídas por las instalaciones del gimnasio, por comodidad y servicios que les pueden brindar, y les gusta ir a dicho lugar con amigos y/o pareja; también consideran que los hábitos alimenticios son los adecuados, alimentándose con frutas y verduras en su gran mayoría.
- Ellos se sienten contentos de llevar una vida saludable donde se centran en comer bien, gozar de un buen estado físico, tener una vida sana, una rutina saludable, donde puedan disminuir su estrés y sentirse cómodos a la vez.
- Están muy actualizados en la tecnología, según la investigación, como resultado se dio a conocer que utilizan Apps para monitorear su rutina en diversos

aspectos, así también, conocen y muestran su cambio en Redes Sociales, específicas, como Instagram, Facebook, Twitter y Snatchap y prefieren adquirir productos extranjeros.

Recomendaciones de la encuesta

- Se recomienda a las personas que no están en el rango de edades entre 26 y 35 años que aún no lleven una vida saludable, que adopten como ejemplo a seguir hábitos de ejercicios y sana alimentación para evitar menos enfermedades producidas por el sobrepeso.
- Se recomienda a todas las personas que no tienen poder adquisitivo para ir a un gimnasio, o pagar por realizar actividades fitness, que realicen actividad física por su propia cuenta ya que el municipio pone a disposición máquinas de ejercicios en determinados parques para poder estimular dichas actividades.
- También se recomienda a las personas que aún no llevan una buena alimentación, en la actualidad pueden hacer uso de la tecnología, encontrarán apps acordes a sus necesidades, inclusive en la web tendrán a su disposición gran variedad de dietas o como comer saludable.
- El motivo de llevar una vida sana no solo es para verse bien sino sentirse bien en todos los aspectos, por esto, las persona fitness también deben adoptar hábitos en donde puedan ayudar o impulsar a más personas a realizar tipos de actividades que ayuden a la salud.
- Se recomienda a los fitness ya que ellos están en constante actualización en las redes sociales y en aplicaciones, que ayuden a tener una vida fitness, que realicen

tutoriales de como ellos aplican el ejercicio, motivando a la buena alimentación para que otras personas se incentiven a realizar este tipo de actividades.

3.5.2. Entrevista a personas que llevan una vida fitness

- **Entrevista Entrenador(a) Personal**

Gustavo Díaz es un entrenador guayaquileño conocido en el sector del mundo fitness, siendo un entrenador personal que en las rutinas que realiza de manera diaria con muy buenos resultados, según los comentarios de las personas que les ayuda con sus rutinas, incluso les ayuda a mejorar su alimentación en base a su experiencia y la preparación que ha venido realizando en todo su tiempo de llevar una vida fitness. Para ello se estableció una entrevista que ayudara a despejar dudas enfocadas al estilo de vida saludable.

- 1. ¿Qué es lo primero que tiene que hacer una persona que recién está comenzando en la vida Fitness?**

Lo primero es tener compromiso para poder seguir una rutina, determinación, ganas y ánimo para no abandonar las actividades que en un inicio, les va a costar, porque no solo estas cambiando tu forma de realizar ejercicios, sino que estas cambiando tu estilo de vida por completo, es decir desde tu rutina de actividades, tu forma de descansar e incluso hasta tu propia alimentación; y para ello debes tener un plan, que se acople a tu forma de ser, y poco a poco te ayude a cambiar ese estilo que llevas hasta el momento.

- 2. ¿Cómo considera usted que una persona por medio de ese plan, puede conseguir los objetivos en un lapso de 4 corto?**

No se trata de elegir un plan, sino de decidir el plan que cada persona debería llevar, es decir, cada persona puede elaborar su plan con sus propios objetivos, teniendo como base,

toda la información necesaria para poder hacerlo, esto incluye, tips, recetas, rutinas etc., pero todo va de la mano de su estilo de vida, porque para que el plan trazado se vuelva realidad tiene que adaptarse a la persona, y hay que tener en cuenta que el exceso de motivación tiende en ciertos casos a hacer que el plan trazado fracase.

3. ¿Cómo se puede conseguir entrenar sin que sea un sacrificio?

Hay que comprender, que una vez que inicies y te comprometas con cambiar tu estilo de vida, las actividades físicas que realices ya forma parte de tu estilo de vida; tiene que integrarse en tus actividades diarias y para ello es necesario planificar, en ello se pueden incluir actividades de tu agrado para que no sea difícil la rutina, en ello se debe tomar en cuenta que las mediciones de progreso deben ser diarias, es decir no solo deberían enfocar la meta, sino en la motivación que deberían tener para provocar los cambios que anhelan. De nada sirve estar entrenando; por ejemplo, durante tres horas, si al salir del entrenamiento sales a comprarte un bollo, esto es el pensamiento de muchas personas tienen de auto-premiarse por su esfuerzo, cuando en realidad solo has perdido el tiempo, dinero, motivación y más que nada las ganas de llevar un estilo de vida fitness.

4. ¿Cuáles serían los aspectos fundamentales para tener una buena sesión de ejercicios?

En el caso de cambiar tu estilo de vida, el orden de cómo lo llevas sin alterar el producto, porque la estructura de un entrenamiento debe tener un calentamiento inicial, antes de comenzar con cualquier rutina. Piensa en un vínculo; no puede colocar cuarta sin haber antes iniciado con primera, es decir es prácticamente obligatorio un calentamiento para que tu cuerpo sepa que es lo que vas a realizar y este prevenido, después de eso,

deberías seguir con la rutina, por lo general se inicia con un entrenamiento militar, luego de una sesión de abdominales, seguido de la parte cardiovascular y se debería finalizar con estiramientos.

5. ¿Cuál es el periodo de tiempo perfecto para ver resultados?

Hay que tener en cuenta algo muy importante; las personas están obsesionadas con el hecho que entrenar más, es mejor y le dará mejores resultados, pero no tienen en cuenta que la mejor fórmula para tener mejores resultados, es en cambio de su estilo de vida, como la alimentación es 80%, el 15% de entrenamiento y tan solo el 5% de descanso; en ello hay que tener en cuenta que el entrenar seguido los músculos es un grave error, porque los músculos necesitan descansar entre 24 y 48 horas y recuperarse por completo, es decir, es como una pila recargable, si se agota y te dice, el fabricante que se carga en 24 horas, si la pones antes de tiempo se te gastará la batería antes, y con el tiempo va a coger memoria y cada vez cargará menos, son los músculos pasa lo mismo, se sobrecargan.

• Entrevista a Nutricionista

La entrevista es realizada a la guayaquileña, Lcda. Paola Sánchez Master Dietética y Nutrición graduada en la UAB España, el cual se realizó una serie de preguntas directamente relacionadas con la alimentación de los deportistas y personas que llevan una vida saludable.

1. ¿Qué es ser fitness para usted como nutricionista?

Bueno, el termino fitness, se podría definir como una serie de ejercicios que son ejecutados en lugares deportivos, gimnasios y que están direccionados a mejorar la salud de las personas y conseguir una condición física muy alta, que se encuentra en constantes

cambios y evolución, ya que en la actualidad cada día se van creando nuevos métodos, tendencias o materiales, así como nuevas actividades, siempre con el mismo objetivo, el cual considero que es encontrar la armonía y equilibrio en todo tu estilo de vida.

2. Según su perspectiva ¿Cuál sería la rutina de ejercicios ideal para llegar a tener un estilo de vida saludable?

La rutina varía según la experiencia de la persona y también del tipo de preparación en la que en ese momento se encuentre, pero en general para desarrollar los músculos que vayan cambiando el estilo de vida que llevan en la actualidad, serían de entre 3 a 4 sesiones por semana, esto involucra 6 a 8 ejercicios con una serie de 3 a 6 de cada ejercicio y de 8 a 12 repeticiones, con un tiempo de descanso de entre 60 a 90 minutos entre series. Pero también es importante darle nuevos retos al cuerpo esto dentro de un lapso de cada 2 meses, esto para generar nuevos estímulos para poder seguir evolucionando, es recomendable, cambiar los ejercicios y métodos de entrenamiento.

3. ¿Qué importancia tiene la alimentación en comparación a la rutina de ejercicios?

El llevar una dieta que se adapte a tus características físicas hacia las actividades de las personas que sean variadas y que estén equilibradas, permitirá expandir las adaptaciones, es decir mejorar el rendimiento físico. La ingesta calórica deberá tener un aporte adicional que esta entre 400 y 500 calorías al día para generar la síntesis proteica y el aumento de masa muscular. Es importante, realizar una ingesta alta de hidratos de carbono, como lo son; cereales, pan, legumbres, frutas, verduras y demás. En las mujeres, este consumo de hidratos de carbono debe pasar los 4 kilogramos de peso y en hombres debe ser mayor de 6

kilogramos de peso al día. El Ingerir nutrientes, antes, durante y después del ejercicio, disminuye el uso de proteína para generar energía, es decir, la destrucción de masa muscular.

4. ¿Cuál sería el consumo ideal de proteínas al día?

Las proteínas, es decir; pollo, carne, pescado, huevo, lácteos, legumbres, frutos secos etc., también se incrementarán dependiendo de la necesidad máxima para ganar masa muscular por lo general es de 1,7 kilogramos de peso y día en el inicio del entrenamiento de fuerza. Es importante mencionar que el cuerpo se acaba adaptando al estrés y las necesidades de proteínas disminuyen, siendo en muchos casos suficiente una ingesta de 1,5 kilogramos de peso. Así, un consumo de entre 1,5 y 1,7 kilogramos de peso y día cubrirá las necesidades, además es bueno ingerir tanto proteína animal, es decir; pollo, carne, pescado, huevos, lácteos, así como vegetales entre legumbres, cereales, frutos secos.

5. ¿Es recomendable ingerir algo al finalizar algún entrenamiento?

Es recomendable que entre 1 a 4 horas post ejercicios y también para beneficiar la ventana metabólica, es importante que se haga una ingesta de hidratos de carbono y proteína, habiendo algún alimento con alto índice glucémico como: leche deslactosada o zumo para favorecer la retención proteica. El balance ideal es: 3:1 o 4:1 siendo 1 kilogramo de peso de hidratos de carbono y 0,3 kilogramos de peso de proteína. Es decir, un deportista que pese 75 kilogramos, debería ingerir 75 gramos de hidratos de carbono y 22 gramos de proteína al finalizar su entrenamiento; como se podría lograr.

- Ejemplo 1
 - Vaso de leche deslactosada 250 ml.

- Pan 80 g con 3 lonchas de pavo o jamón.
- Ración de fruta.
- Ejemplo 2
 - Zumos de fruta natural.
 - Pan 80 g con 2 huevos medianos cocidos.
 - Yogur desnatado.

Una opción adicional para ingerir alimentos después de alguna sesión, es un batido de recuperación, que contenga los siguientes hidratos de carbono y proteína, es decir, 3:1 o 4:1. Sin embargo, hay que analizar, que el ingerir suplementos deben tener conciencia de la cantidad de energía que aportan e incluso en muchos casos no es necesario ingerir hidratos de carbono y proteína en forma de suplemento, sino que se deben realizar con alimentos naturales, así en la hidratación de carbono y proteína a través de la alimentación es suficiente, entonces los suplementos no son necesarios ni suponen beneficio alguno. Pero, también es cierto que, si se entrena varias veces al día o si en algún momento es inviable hacer la ingesta en forma de alimentos, en estos casos, la suplementación con hidratos de carbono y proteína estará recomendada.

- **Entrevista Persona Fitness**

Estudiantes Educación física Richard Medranda, lleva una vida fitness, le gusta hacer ejercicio y alimentarse bien debido a su carrera.

- 1. ¿Qué es llevar una vida fitness?**

Ser Fitness es salud, el estar saludable en todos los aspectos de la vida, es síntoma de bienestar; esto es basado en diversos aspectos de alimentación que prioriza la alimentación natural, ante que la alimentación procesada, también el ejercicio diario y constante junto a

un buen descanso; buscando tener un mejor estilo y calidad de vida, reforzando las fortalezas de cada uno y aceptándonos como somos, pero también tratando de mejorar la versión de nosotros mismos. Un estilo de vida fitness, lo puede llevar cualquier persona, ya que esto no representa alguna dieta en particular, sino de generar hábitos en su vida de manera saludable, junto a una constancia para poder incorporar esos hábitos en su vida diaria, haciendo que su calidad de vida mejore.

2. ¿Usted siempre llevo un estilo de vida saludable y equilibrada?

¡No, ¡es difícil entender un tener constancia de un estilo de vida saludable, y conocer qué tipo de alimentación es la adecuada, para ello cada persona tiene que tener fortaleza y determinación personal, ya que las personas tienden a sentirse en su zona de confort sin tener la creencia de buscar un estilo de vida adecuado, tomando en cuenta que no es algo físico, sino el sentirse bien y con mejor energía y ánimos.

3. ¿Cuán importante es la alimentación en un estilo de vida fitness?

Es importante cambiar progresivamente los hábitos alimenticios, ya que no hay rutina ni entrenamiento que remedie una mala manera de alimentarse, es decir “Somos lo que comemos”, el alimento es nuestra medicina; es decir si nos alimentamos dándole al cuerpo todos los nutrientes necesarios, eligiendo en su mayor parte alimentos naturales sin procesar.

4. ¿Qué tiempo debemos realizar ejercicios en un día?

El ejercicio es importante y es recomendable generar al menos 40 minutos al día, de cualquier actividad que te haga feliz, pero fundamentalmente, las personas deben transpirar

y te saquen de la zona de confort, el cual es el complemento perfecto para lograr el objetivo, y de la mano mejorar su estado de ánimo e incluso previene el estrés.

5. ¿Qué recomendaría para adoptar un estilo de vida “Ser Fitness”?

Cambiar los hábitos de vida no es nada fácil. El cambiar estos aspectos no es una dieta restrictiva siempre, esto no se trata de una dieta; la dieta por lo general es a corto plazo; la vida fitness, se trata de generar hábitos, para priorizar en su mayor porcentaje el consumo de alimentos saludables. Es igual en el ejercicio, si nunca hiso ejercicios, es probable debas ir probando actividades que te gusten y te hagan feliz; es decir, todo depende de generar hábitos y no obsesiones, se trata de ser dedicados.

6. ¿Cuáles son las claves para llevar un estilo de vida saludable?

La clave principal es cambiar a una alimentación saludable y natural seguido de una actividad que nos haga feliz y nos saque de la zona de confort, pero también tomar en cuenta que el descanso es muy importante; el sentirse relajados también es importante sin exigirnos y saber disfrutar el cambio que decide realizar.

- **Conclusiones de Entrevistas**

Las entrevistas realizadas, a diversos profesionales y personas involucradas en el estilo de vida fitness, ayudan a encontrar y despejar las dudas específicas que definen el perfil ideal de las personas fitness.

Entre ellos determinan que la constancia, el compromiso, la motivación son pilares fundamentales para que una persona desee cambiar su estilo de vida, involucrando diversos factores que determinan el querer cambiar su estilo de vida y el rendirse, en ello determinan en porcentaje el tiempo que una persona debería realizar en sus diversas actividades, es decir en la alimentación es 80%, el 15% de entrenamiento y tan solo el 5% de descanso, para poder llevar su estilo de vida adecuado, teniendo la necesidad de descansar entre 24 y 48 horas para que los músculos de su cuerpo se recuperen.

También mencionan el contenido de ejercicios y rutinas que deberían realizar que involucra 6 a 8 ejercicios con una serie de 3 a 6 de cada ejercicio y de 8 a 12 repeticiones, con un tiempo de descanso de entre 60 a 90 minutos entre series; recalando que el consumo de calórica deberá tener un aporte adicional que esta entre 400 y 500 calorías al día para generar la síntesis proteica y el aumento de masa muscular, esto en los hombres, pero en las mujeres, este consumo de hidratos de carbono debe pasar los 4 kilogramos de peso y en hombres debe ser mayor de 6 kilogramos de peso al día; es importante, realizar una ingesta alta de hidratos de carbono, como lo son; cereales, pan, legumbres, frutas, verduras y demás.

Se menciona el alimento sugerido para consumir, después de practicar deporte, tomando en cuenta varias opciones para complementar la alimentación de manera diversa.

3.5.3. Focus Group

El focus group se realizó a 6 personas de las cuales fueron 4 hombres y 2 mujeres de diferentes sectores del norte de la ciudad de Guayaquil, en donde se les hicieron preguntas abiertas de las cuales se pudo recolectar la suficiente información para realizar el estudio a continuación se realizó la conclusión general de cada pregunta.

4. Según su experiencia, coménteme que es ser una persona fitness

Para ellos ser fitness, es llevar una vida saludable es decir comer bien, hacer ejercicios de manera rutinaria, tomar mucha agua y dormir las 8 horas necesarias, para tener salud y bienestar que se consiguiendo llevar una vida sana. Una persona fitness que esta acostumbran a llevar una vida saludable llena, de ejercicio y comida saludable reduce el riesgo de desarrollar enfermedades como la obesidad o riesgos cardiovasculares, como tener el colesterol alto, hipertensión. Practicando de actividades deportivas de alto impacto ayuda a la persona a estar más relajado y tenga menos riesgo de sufrir estrés o depresión.

5. Escriba 5 palabras, que asocie con ser fitness

Para ellos definir en 5 palabras que es ser o llevar una vida es fitness es tener Salud, realizar ejercicio, con disciplina, llevando una adecuada alimentación, donde prevalezca la cultura, y estar a la moda.

6. ¿Cuáles son las actividades físicas que realiza para tener un estilo de vida fitness?

De las actividades físicas de las personas fitness las más relevantes que en la actualidad son; Yoga, zumba, Pilates, bailoterapia, Gimnasia, pesas, Crossfit.

7. ¿Cuáles son sus días y horarios para realizar actividades fitness?

Los días de los fitness para hacer ejercicios son los de lunes a viernes de 7H00 hasta las 9h30 antes de entrar al trabajo o después de salir del trabajo de 18h00 a 20h00 de los cuales realizan 3 – 4 sesiones a la semana o pasando 1 día a la semana donde realizan las siguientes rutinas de ejercicios 6 a 8 ejercicios, 3 a 6 series de cada ejercicio, 8 a 12 repeticiones.

8. ¿Cuál es su experiencia en adquirir productos fitness?

Adquieren por lo general productos extranjeros, manifiestan que los compran por comodidad, seguridad que hacen fortalecer su vida saludable, que les ayuden a verse y sentirse bien en su vida fitness.

9. ¿Cuáles son los productos de su uso que considera que son fitness (vestimenta, accesorios)?

Para ellos la vestimenta es primordial para realizar sus actividades fitness, por esto buscan que sus atuendos estén muy de moda, de colores y estampados. También que les proporcione comodidad y ligereza, dos aspectos imprescindibles para alcanzar los objetivos deseados. Por lo general en el calzado buscan 3 aspectos importantes para comprarlos, transpiración, amortiguación y adherencia. Y recalcan que la lycra y el nylon son materiales recomendables en telas para hacer ejercicios, porque absorben la humedad rápidamente permitiendo que el sudor se evapore a través de la ropa y así mejorar la postura natural del cuerpo.

10. ¿Cómo es su alimentación para llevar una vida saludable?

Ellos comentaron que se alimentan 5 veces al día llevando una dieta adecuada es decir desayuno, entre comidas, almuerzo, entre comidas, merienda. Donde haya proteínas animales, vegetal, frutas, grasas y para complementar los suplementos ayuden a potenciar su rendimiento y a la recuperación de la masa muscular, en otros casos a bajar de peso.

11. De las siguientes imágenes ¿Cuáles de los alimentos considera que son saludables para su alimentación de acuerdo a la cantidad que consume?

Las personas fitness de esta investigación no proporcionaron cuales son las cantidades adecuadas de acuerdo a los alimentos que ellos consumen proteínas animal y vegetal entre 1,5 y 1,7 g/kg, grasas estará alrededor del 25-30 % de la ingesta total diaria., suplementos de 1,3 a 1,5 gramos diariamente.

12. ¿Qué suplementos usted recomendaría para aumentar la masa muscular o bajar de peso?

Ellos mencionaron cuales son los suplementos que por lo general toman para fortalecer sus músculos o en otros casos bajar de peso de los cuales son Cafeína, Creatina, Evovits, Omega 3, Te verde, Evowhey 2.0

13. ¿Cuál es el promedio mensual que gasta en su vida fitness?

Se manifiesta que las personas fitness que llevan su vida estrictamente saludable, por lo general ellos invierten de \$200 a \$500 mensuales, en donde tienen la posibilidad de solventar estos gastos.

CAPITULO IV

4. Título

Diseño del perfil del consumidor Fitness en la ciudad de Guayaquil en el año 2020.

4.1. Objetivo General

Diseñar el perfil del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil como soporte estratégico para decisiones comerciales.

4.1.1. Objetivos Específicos.

- Definir las dimensiones de las variables estudiadas de los principales rasgos del perfil de los consumidores fitness de acuerdo a su estilo de vida.
- Detallar los factores que influyen en la decisión de compra de los consumidores fitness en la ciudad de Guayaquil.

4.3. Procesamiento

Una vez se haya obtenido el levantamiento de información para la presente investigación, se pretende realizar el diseño del perfil del consumidor fitness donde se presentara un modelo el cual aporte a las empresas dedicada a la comercialización de productos o servicios para este mercado, cuyo objetivo es que puedan saber cuál es el estilo de vida en donde se presenten todas las características de este mercado y las empresas pueden abordar y generar productos que satisfagan las necesidades de los consumidores fitness.

4.4. Discusión de los resultados

De acuerdo a la investigación realizada se logró hacer un acercamiento y conocer más acerca el perfil del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil, si se parte de la definición de que consumir es una acción inherente al ser humano desde sus mismos orígenes, y que es un acto individual pero también un fenómeno social en el que de manera

permanente se toman decisiones que pueden llevar a un simple consumo o, en forma más evolucionada, a instaurar estilos de vida que pueden cambiar de modo parcial o total los pensamientos y las actuaciones de las personas y su círculo social, se aclara un poco lo que sucede con los consumidores fitness de este modo, sus decisiones pueden estar influenciadas por la necesidad de inclusión o de reconocimiento o de aceptación o una necesidad de salud y bienestar; dichas necesidades siempre van acompañadas de conceptos que, según ellos, son el centro de su estilo de vida, como son la disciplina, el autocuidado y la motivación.

En general, el consumidor fitness basa su estilo de vida en un principio en su aspecto físico y la aceptación social que de él se deriva, sin embargo, no lo expresaron en forma abierta y dichos aspectos se solapan con los últimos conceptos mencionados (salud y bienestar). Es importante resaltar que los consumidores fitness cuentan con gran oferta de productos y servicios para lograr sus metas o suplir sus necesidades, lo que conduce a una diversificación y un dinamismo constantes de los estilos de vida.

Porque cada día aparecen nuevos productos y técnicas suplementarias para lograr los objetivos propuestos. Por otro lado, los consumidores fitness usan de manera repetida la definición de sus estilo de vida como un equilibrio entre cuerpo y mente, en el que la ejercitación, la alimentación o la suplementación y la armonía mental, vista esta última como sentirse incluido dentro de un grupo que es exclusivo, es decir, que no todos pueden llevarlo y reconocido en el sentido social desde el punto de vista del aspecto físico, juegan los papeles protagónicos, estos consumidores han evolucionado en su mentalidad al punto de que manifiestan que el ejercicio les ha cambiado la forma de ver la vida, no se imaginan

la vida sin algún tipo de actividad física, no la piensan dejar, e, incluso, se sienten mal cuando no se ejercitan.

Lo último puede tener impactos fuertes en la vida de las personas puesto que puede entrar en el ámbito de la obsesión. Por todo lo antes expresado es claro que el consumidor fitness, se encuentra fidelizado con su estilo de vida, sin embargo, no es consciente de los riesgos físicos y mentales que ello puede traer a su vida, dado que considera que lo que hace y lo que consume es por completo inocuo y, por consiguiente, quiere avanzar cada día más en sus objetivos físicos y de resistencia. Es de vital importancia estudiar de modo minucioso los riesgos psicológicos que puede haber en el consumidor fitness, puesto que son personas que, al requerir un nivel alto de reconocimiento social, pueden afectarse con facilidad ante la no consecución de los objetivos propuestos.

4.5. Futuras líneas de investigación

Esta investigación cualitativa y cuantitativa se ha basado en diseñar el perfil del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil, resultaría bastante interesante y significativa realizar el mismo análisis para una análisis más profundo de los diferentes tipos de fitness que existen en la actualidad, enfocando todos los recursos a determinar cómo poder estudiar las variables de todos los tipos de consumidores ya que gran parte de los negocios y gran parte de la economía se maneja en este tipo de mercado, y sería un gran aporte mediante una investigación lograr visibilizar esos factores económicos y medir todo su potencial de desarrollo. Como otra línea de investigación sería importante validar si estos resultados, juntos con las percepciones detectadas en este estudio se replican en diferentes tipos de consumidores fitness.

Se puede analizar como complemento a este estudio el potencial que en la actualidad se va incrementado la vida fitness, esto quiere decir que cada vez las empresas que comercialicen productos para este mercado deberán estar en constantes innovación para poder satisfacer las necesidades de este mercado.

4.6. Fundamentación de la propuesta

En la actualidad no se encuentran estudios referentes al perfil del estilo de vida y los hábitos de consumo de los consumidores fitness en la ciudad de Guayaquil, a pesar de ser una población que ha estado en constante crecimiento en los últimos años y que según investigaciones. Las empresas de la ciudad no han pensado en las personas fitness como un grupo objetivo al que pueden dirigir sus productos o servicios.

Por este motivo, es que en este trabajo de titulación se presenta la propuesta de crear un perfil del consumidor fitness para que de este modo las empresas los tomen en cuenta a futuro y apuesten por crear productos y/o servicios para este nicho de mercado. Debido a que en este documento se detallará el comportamiento del consumidor fitness, estilo de vida y hábitos de consumo cómo, con quién y cuánto invierte en su rutina diaria para llevar un estilo de vida saludable

4.6.1. Modelo de perfil del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil

Una vez realizado el análisis de los resultados de la encuesta realizada de los consumidores fitness de la ciudad, a continuación, se presentará el perfil del estilo de vida para el aporte de las empresas que comercializan productos para este tipo de mercado. Es necesario aclarar que para elaborar este modelo se usó como referencia el modelo de comportamiento dado por Phillip Kotler donde asegura que todas las personas son influenciadas por diversas características como las culturales sociales, personales y

psicológicas al momento de realizar alguna compra. Por este motivo este modelo ayudará a que se realice la propuesta de un perfil basándose en los principales factores que influyen de los consumidores fitness.

4.6.2. Dimensiones

A continuación, se presentan dimensiones basadas en factores que expone Phillip Kotler en el modelo de comportamiento del consumidor, en las cuales se ira especificando como es el perfil del consumidor fitness.

4.6.2.1. Primera dimensión: Perfil del consumidor y su estilo de vida basado en los factores.

- **Factores culturales**

Los consumidores fitness son personales liberales que disfrutan del momento al máximo, debido a que la mayoría de ellos son independientes, donde perciben un sueldo fijo mensual, ya que poseen de un trabajo dependiente o independiente. Por lo general poseen ingresos desde \$600 a \$1000 ya que son personas solteras no cubren responsabilidades de manutención, a más de la personal.

- **Factores sociales**

En sus momentos donde realizan actividades fitness prefieren hacerlo con amigos ya que de esta manera se siente incentivados y animados por el resto por lo general hacen competencias con los amigos para generar mejor evolución para ellos mismo.

En sus ratos libres prefieren seguir haciendo ejercicios, pero también le dedican tiempo para sus familias y amigos, otro dato importante es que al momento de realizar una compra de un producto o servicio no se dejan influenciar por nadie, porque ellos toman la decisión final de la compra.

El fitness es un modo de vida saludable a la vez es una dura decisión al inicio, ya que requiere de un esfuerzo que a veces se intensifica. Los que siguen este estilo muchas veces se encuentran en situaciones, como reuniones sociales o celebraciones, en las que no todos los acompañantes, y en algunos casos ninguno, comparten su forma de comer o de cuidarse. Muchos de ellos aseguran que, cuando adoptan el fitness como su modo de vida, automáticamente pertenecen a ese colectivo social, también crean su propio grupo social en el que comparten su día a día y se motivan unos a otros.

- **Factores personales**

Las personas fitness de acuerdo a los datos recolectados de la investigación nos dicen que son personas trabajadoras que no dependen de alguien más para sobrevivir y solventar sus gastos, ya que les gusta ser independientes en la mayoría de sus aspectos. El rango de edad de las personas fitness son a partir de 26 a 35 años de edad donde llevan una vida organizada y plena en todas sus actividades que realizan.

Su estilo de vida en referencia a ser personas fitness para ellos no se trata solo de verse bien en el espejo, ni solo sentirse bien de cualquier manera, es mucho más que eso, es mantener el cuerpo saludable por dentro y por fuera. Cuidar de su alimentación, supervisar cada comida, entrenar con constancia y disciplina, levantar pesas, así como también hacer ejercicios cardiovasculares y descansar, son las tareas fundamentales de una persona fitness.

- **Factores psicológicos**

- Concentración

En el fitness al igual que en la vida en general la concentración juega un papel muy importante ya que dedican entre 1 a 2 horas dejando de lado la faceta de descansos entre series. También cabe destacar la concentración durante un ejercicio lo cual ellos realizan estas actividades con sus 5 sentidos bien puestos para tener un mejor rendimiento y evitar cualquier lesión.

- Esfuerzo

Cada vez que una persona fitness va a realizar una actividad física siempre disfruta de su ejercicio y alimentación con el objetivo de tener una vida sana. Y para eso debe esforzarse. El esfuerzo para ellos tiene que ser la base de todo, esfuérgate en el calentamiento, en las series de aproximación y en las efectivas porque todo cuenta.

- Constancia

Para las personas fitness los mejores resultados vienen después de horas y horas de entrenamiento. La constancia es la llave que abre todas las puertas hacia el éxito, por este motivo sus horas de entrenamiento son primordial para su vida cotidiana.

- Paciencia

La paciencia en el fitness es vital para los fitness, ellos no esperan ver resultados en dos días de entrenamiento, ellos saben que se necesita de mucho tiempo para ver el progreso de sus cuerpos, por este motivo ellos no se desesperan porque todo llega cuando se sabe esperar, luego de eso se tendrá el resultado esperado.

- Pasión

El entusiasmo para las personas fitness es la pasión en la cual hacen cada dinámica, ejercicio, inclusive en la forma de alimentación y estilo de vida que ellos llevan el amor, la pasión en todo lo que realizan siempre para tener resultados positivos tienen que tener estos dos sentimientos acompañados de la superación, constancia, paciencia y esfuerzo.

- Auto superación

Las personas fitness ellos buscan solamente la auto superación para marca la diferencia. Ya que vivimos en una sociedad en la que no paramos de compararnos unos con otros, y ellos se preocupan en compararse con ellos mismo antes que con los demás. Ellos deciden ser mejor cada día porque a la cima no se llega superando a los demás sino superándose a uno mismo.

4.6.2.2. Segunda dimensión: Estilo de vida y Hábitos de consumo.

- **Tipos de actividades fitness**

En la actualidad la personas fitness realizan un sin número de actividades para llevar un estilo de vida sano, el estado de salud física y bienestar que se consigue al llevar una vida sana apoyada en el ejercicio, confiando en el tiempo y en una dieta saludable. De acuerdo a la investigación realizada y los resultados que se obtuvieron es que para las personas fitness las principales actividades que realizan, son ir al gimnasio a realizar rutinas físicas fuertes, como crossfit, pesas los cuales lo repiten varias veces por semana para conseguir tonificación.

Normalmente estos ejercicios se realizan en espacios deportivos específicos, como los gimnasios o lugares de entrenamiento físico. Así mismo las personas fitness realizan clases

colectivas como zumba, yoga, bailoterapia y aeróbicos estas son realizadas en espacios públicos o academias privadas, este ejercicio lo realizan para mejorar la resistencia tener mayor flexibilidad, conseguir fuerza muscular, conseguir una fuerza muscular localizada y lograr el equilibrio corporal.

- Alimentación

La alimentación de las personas fitness para ellos la comida ideal es aquella en la que hay carbohidratos, fibra, proteínas y grasas saludables. Donde tienen que comer 5 veces al día si saturarse de comidas que afecte su metabolismo fitness donde cada comida que consuman al día esta sugerida por su nutricionista. Por otra parte, dentro de los alimentos que los fitness consumen se encuentran los suplementos, sólo podrán ofrecer beneficios si el entrenamiento orden de ejercicios, intensidad, velocidad de ejecución, la alimentación e hidratación y el descanso son óptimos.

Además, antes de tomar cualquier suplemento ellos reciben asesoramientos por parte de un nutricionista especializado, para saber si es apropiado tomarlo, y en caso de que así sea, saber cómo, cuándo y durante qué período se debe tomar.

- Vestimenta

La vestimenta para las personas fitness es una parte muy importante para realizar sus actividades físicas, el tipo de ropa que utilizan es un factor que puede condicionar los resultados. Y es que usar la vestimenta adecuada les proporciona comodidad y ligereza, dos aspectos imprescindibles para alcanzar los objetivos que ellos se proponen.

- **Camisetas y pantalones**

Según la actividad física que practican ellos se visten de un modo o de otro. Entonces para ellos la moda de vestir con prendas de lycra o nylon de colores estampados, aparte que les resulta estéticamente llamativos, también esta hechos de materiales que benefician el desarrollo de la disciplina fitness, porque ellos prefieren este tipo de vestimenta porque son de materiales recomendables para hacer cualquier tipo de ejercicio, en donde absorben la humedad rápidamente ya que el sudor lo evapora a través de la ropa así se mejora la refrigeración natural del cuerpo. Ellos buscan prendas de vestir que los mantengan secos en el mayor tiempo posible.

- **Calzado**

El calzado es otra prenda de vestir fundamental que es muy importante saber escoger un calzado adecuado puede resultar un poco complejo. Para los fitness, existen muchos ejercicios y diferentes, con lo cual, hay que encontrar un calzado que pueda garantizar una mínima seguridad y comodidad en todos los ejercicios. Así que, antes de comprar el calzado tienen en cuenta la transpiración, amortiguación y adherencia.

- **Guantes**

El tema de los guantes o también denominados straps no son tan importantes como la ropa o el calzado, pero son un complemento que ellos utilizan para tener más seguridad y mantener sus manos lisas. Lo utilizan sobre todo al levantar pesas, gracias a la adherencia de los guantes es menos probable que las pesas se resbalen de las manos.

4.6.2.3. Tercera dimensión: factores que influyen en los hábitos de consumo y estilo de vida.

- **Precios**

Los fitness de acuerdo a su poder adquisitivo, ellos no se fijan en el precio si no en la calidad de los productos o servicios que vayan adquirir ya para ellos eso algo primordial que los ayuden en sus actividades físicas que les de seguridad, comodidad.

- **Medios de comunicación**

Hoy día es fácil conectar con cualquier parte del mundo a través de internet. Recibir noticias o interactuar con personas de otros países es algo habitual en nuestro día a día. Y, como no podía ser de otra manera, los fitness, moderna y activa en todos los aspectos, se nutre de ese acceso tecnológico tanto a información como a usuarios de este colectivo saludable.

Es así como muchos de los amantes de fitness encuentran refugio a la vez que motivación en el colectivo social virtual, es decir, las redes sociales. Existe toda una comunidad tanto en Facebook, Twitter o Instagram, sobre todo, de usuarios que siguen este estilo de vida y lo comparten con los demás.

Las redes sociales son una plataforma que está al alcance de todos y que son verdaderamente útiles a la hora de difundir. Pero no son las únicas aliadas informáticas con las que contar para cuidarse y mantenerse en forma. Es necesario mencionar que hoy día, con el fuerte desarrollo tecnológico, nos encontramos con aplicaciones, o apps, para móviles y demás dispositivos electrónicos, de todo lo relacionado con el fitness. Con ellas no sólo controlan su rendimiento, sus capacidades, el progreso, sino que también interactúan fácilmente con otros fitness de todo el mundo.

- **Productos o Servicios**

De acuerdo a la investigación realizada dio como resultados que el mercado fitness su estructura es costosa y se debe implementar el uso de productos o servicios que generen satisfacción, comodidad, seguridad, donde se pueda desarrollar la fuerza, controlar su peso y mejorar su imagen, también donde los suplementos alimenticios, ropa deportiva adecuada y utilizará los servicios estéticos. Los fitness en servicio buscan los horarios flexibles, las instalaciones más modernas y ofrecen más servicios complementarios como estética, sauna. Los equipamientos y materiales sean de alta tecnología. Los vendedores deben atender de manera directa y preferencialmente a este tipo de cliente. A los clientes poco frecuentes se les llama para ofrecer nuevas clases y poder captarlos como regulares; se ofrecen servicios de salidas culturales, dietas y salud, presentaciones de libros, pláticas de entrenamiento o salud.

4.7. Perfil del consumidor fitness y su estilo de vida

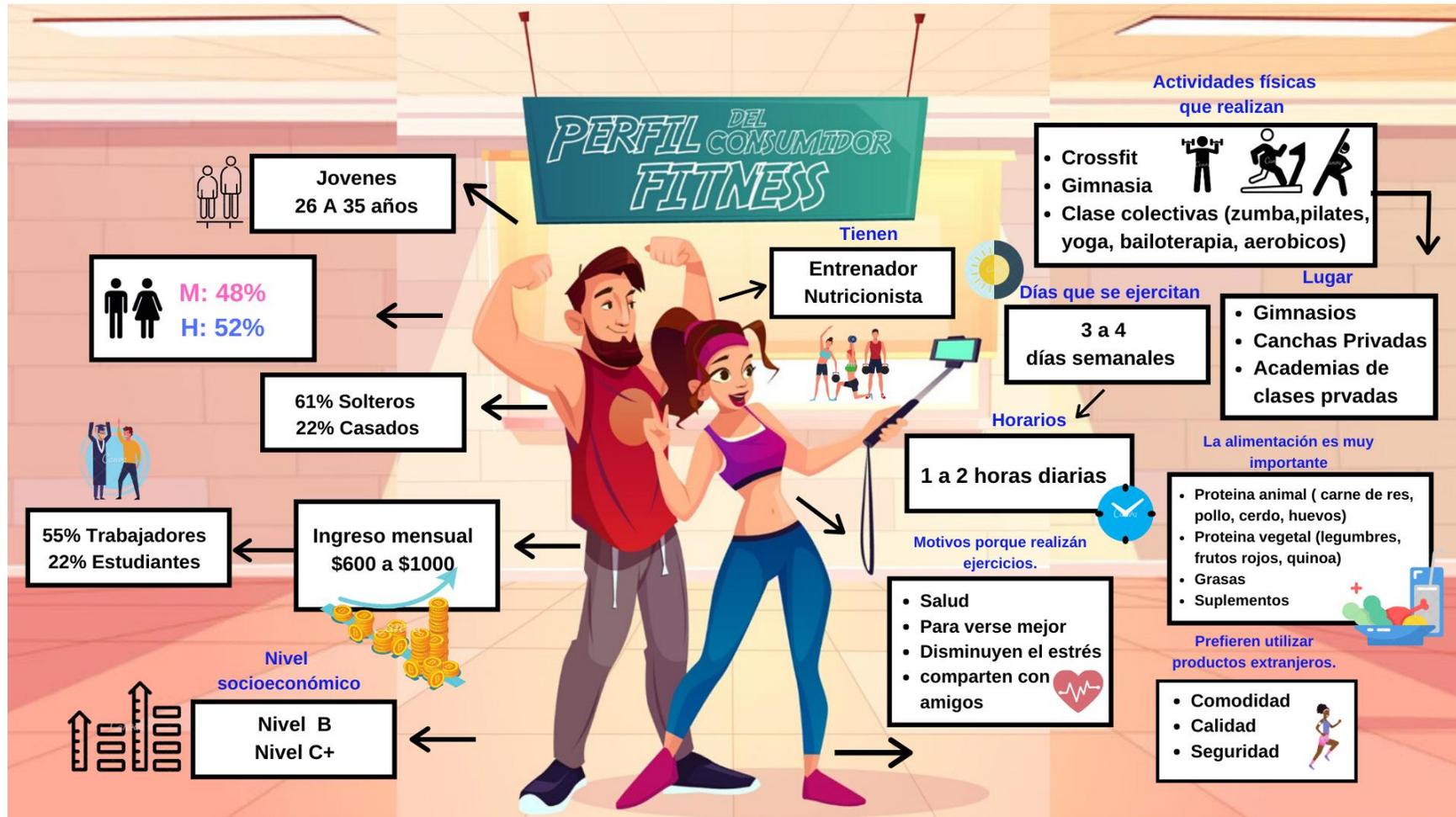


Figura 26. Modelo del perfil del consumidor fitness.

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación.

4.8. Perfil del consumidor fitness y su estilo de vida



Figura 27. Modelo del perfil del consumidor fitness.

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación.

Conclusiones

Este estudio ha permitido conocer a profundidad el perfil del consumidor Fitness.

Los tipos de investigación que se aplicaron fueron, cualitativas y cuantitativas, utilizando herramientas como entrevistas, observación, grupos focales y encuestas obtener información mucho más precisa para elaborar una segmentación con mayor detalle del consumidor fitness de la ciudad de Guayaquil, el cual entre sus características principales detalla:

Los principales asistentes son hombres y mujeres que se encuentran dentro del rango de edad de 26 – 35 años, con un nivel socioeconómico B y C+, la mayoría son personas solteras que les gusta asistir a esos sitios donde puedan realizar sus actividades físicas con amigos.

Entre sus comidas para llevar una vida saludable se encuentra proteína animal y vegetal, fruta grasas y suplementos, con respecto a su vestimenta ellos prefieren utilizar prendas de lycra y nylon porque ayudan transpiración amortigüen y se adhieran a su cuerpo.

Las principales redes que utilizan son Instagram y Facebook, WhatsApp, Snapchat el cual es un detalle muy importante para la investigación debido a que a través de estos medios las empresas que comercializan productos o servicios para este segmento realizan publicidad para captar su atención. En Guayaquil, los consumidores fitness prefieren asisten 3 a 4 días semanales 2 horas diarias antes o después del trabajo, a gimnasios canchas privadas o academias de clases privadas.

Recomendaciones

Se recomienda la adquisición de este estudio a negocios que se dediquen a la comercialización o producción para los consumidores fitness o para aquellos emprendedores que desean conocer sobre este mercado e incursionar en crear nuevos productos o servicio para este mercado.

Se recomienda que el estudio sea actualizado en un periodo mínimo de tres años para analizar de qué forma va cambiando el mercado de las personas fitness, de igual manera se recomienda replicar este estudio para otras ciudades del país y tener un conocimiento más amplio sobre las industrias que producen bienes o servicios para este target y el aporte que estas tienen.

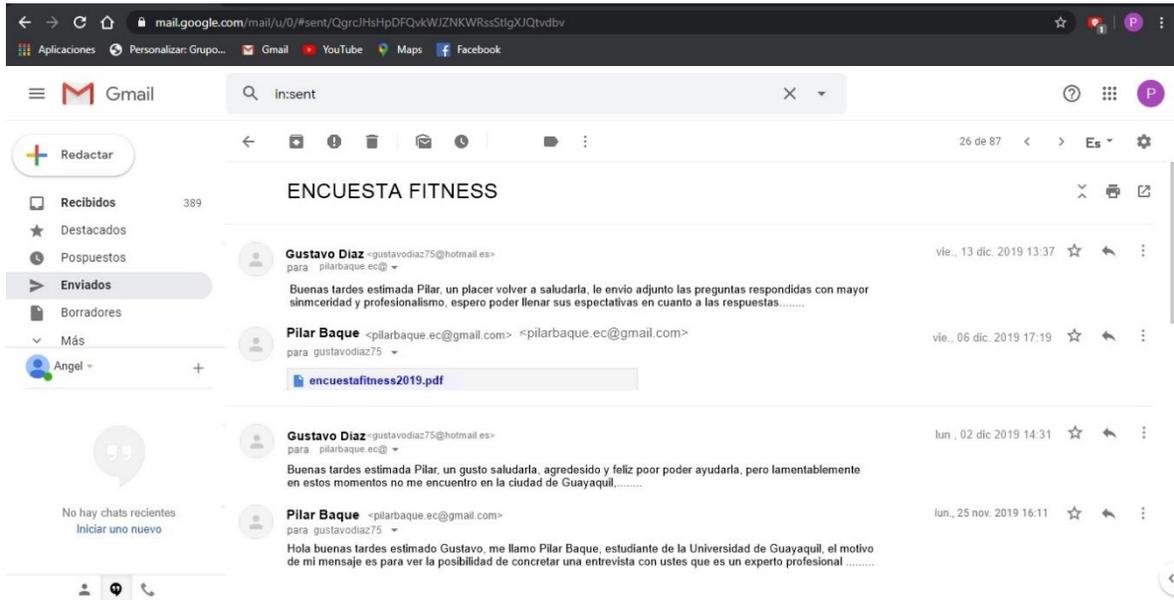
Para las empresas que requieran este estudio es importante que tengan en consideración donde se encuentra parte de su mercado asistente, en este caso, los datos que se obtuvieron en las encuestas y grupos focales realizados concluyeron que hay personas que viven en el norte de la ciudad la ciudad de Guayaquil que les gusta vivir una vida saludable.

Además, se recomienda que todas las empresas que ofrecen productos o servicios a los fitness que con este estudio puedan realizar estrategias de captación y fidelización para este tipo de mercado que cada vez avanza más en el país.

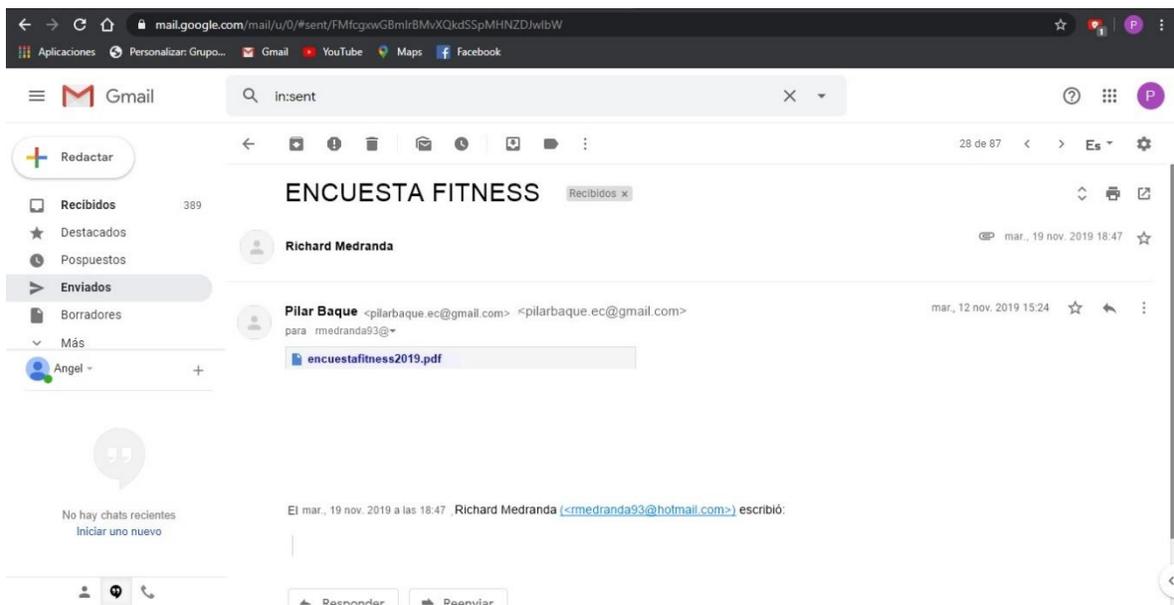
Anexos

Encuestas Online a Profesionales

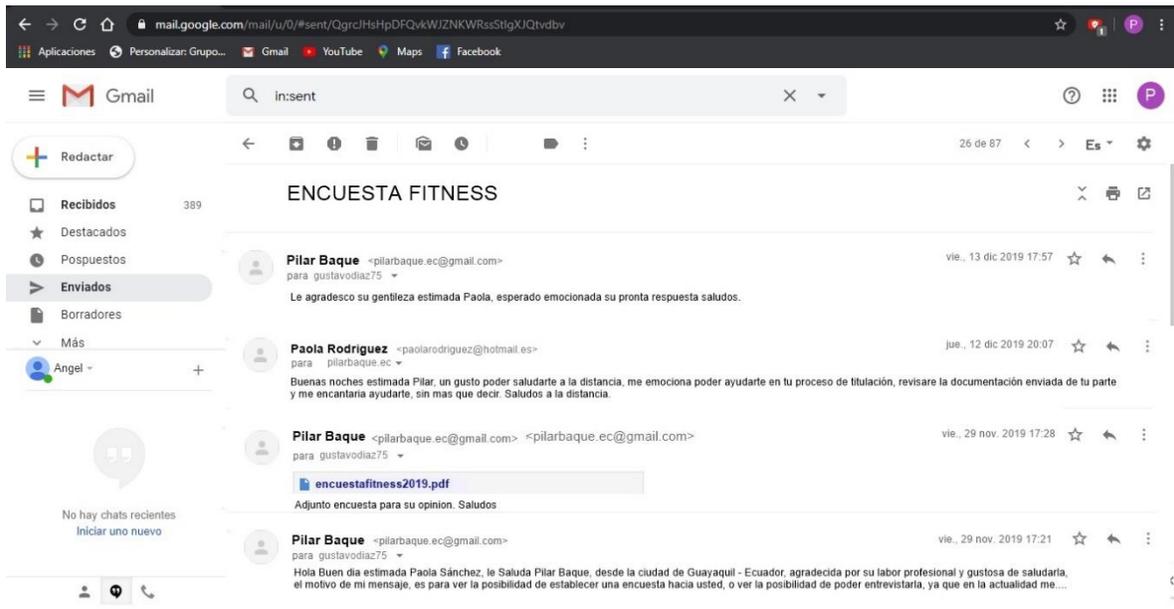
- **Entrevista a Gustavo Díaz**



- **Entrevista a Richard Medranda**



- **Lcda. Paola Sánchez Mae.**



- **Encuesta a personas Fitness**





- Focus Group a Personas Fitness



- Encuesta



Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera Ingeniería Marketing y Negociación Comercial

"DISEÑO DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR FITNESS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2020".

1 Sexo:	Hombre		2 Edad:	De 18 a 25 años		De 36 a 45 años
	Mujer			De 26 a 35 años		Más de 46 años

3 Estado Civil	Soltero	Casado		Divorciado	
	Unión Libre	Viuado			

4 Ocupación	Estudiante	Trabajador /a
	Ama de casa	Empleador/ a

5 Sector dónde vives	Norte	Sur		Centro	
----------------------	-------	-----	--	--------	--

6 ¿Cuál es tu salario mensual?	\$400 a \$ 600	\$601 a \$800	\$801 a \$1.000	Más de \$ 1.000
--------------------------------	----------------	---------------	-----------------	-----------------

7 ¿ Qué tipo de deporte / actividad física te gusta practicar?

Actividad Física	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentem ente	Muy Frecuentemente
Arte marciales					
Pesas					
Deportes con raquetas					
Natación					
Ciclismo					
Clases colectivas (Zumba, pilates, yoga, bailo terapia y aérobicos)					
Deporte en equipo					
Caminadora o elíptica					
Atletismo					
Gimnasio					
Otras					
Ninguna					

8 ¿ Cón que frecuencia haces ejercicio?

Entre 1 y 2 días	Más de 5 días	
Entre 3 y 4 días	No lo sé	

9 ¿ Cuál es el promedio de horas al día que haces ejercicio

Menos de 1 hora	Entre 2 y 3 horas	
Entre 1 y 2 horas	Más de 3 horas	

10 ¿Crees que la actividad física que realiza es la adecuada?

Tolamente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

11 Motivos principales por lo que practicas alguna actividad física.

Motivos .	Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante
Para mejorar la salud					
Por entretenimiento					
Porque le gusta hacer deporte y actividad física					
Para relajarse y disminuir el estrés					
Por compartir con amigos					
Para verse mejor					

12 En que lugar haces ejercicios (Valore la encuesta en donde 1 es menos importante y 5 es más importante

Lugares	1	2	3	4	5
En mi casa					
En espacios públicos					
En canchas privado					
En un gimnasio privado					
En una academia de clase privadas					
Otros					
Ninguna					

13 ¿Sigues alguna rutina en específico?

Rutinas	Casi nunca	Usualmente no	Ocasionalmen	Usualmente	Casi siempre
Si, tengo un entrenador					
Hago ejercicio por mi cuenta					
Copio alguna rutina de internet					
No sigo ninguna rutina					

14 ¿Porqué escogiste hacer ejercicio o practicar algún deporte en las instalaciones en donde lo haces?

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Por Cercanía					
Por precio					
Por estar con mis seres cercanos					
Por status					
Por sus instalaciones					
Otras					
Ninguna					

15 ¿ Cuando realizas actividades física con quien lo practicas?

Con amigos		Solo	
Familiares		En un equipo formado	

16 ¿Cuál crees que sea la principal razon por la que las personas no hace ejercicio

Falta de tiempo		Flojera		Cuestiones culturales	
Impedimento físico		Carencias economicas		Otra	

17 ¿ Como evaluarías tus hábitos alimenticios?

Excelentes	
Bueno	
Regulares	
Malos	

18 ¿ Qué sueles incluir en tu dieta diaria con mayor frecuencia?(Considerando que 1 es de menor frecuencia y 5 es mayor frecuencia)

Dieta	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Proteína animal					
Proteína vegetal					
Verduras / Frutas					
Carbohidratos saludos					
Carbohidratos dulces					
Grasa vegetal					
Grasa no vegetal					
Otra					

19 ¿ Te sientes contento con tu figura?

Me siento incómodo con mi figura	
Estoy muy inconforme con mi figura	
Más o menos, creo que podría mejorar	
Si, estoy contento con mi figura	

20 Usa alguna APP fitness para hacer el seguimiento de su actividad Física?

Si		No	
----	--	----	--

21 Comparte sus imagen / videos de su actividad física

Facebook		Instagram		Linkedin	
Twitter		Snapchat		Otros	

22 De los siguientes Items que tan importante son en tu vida diaria? (Considerando que 1 es de menor importancia y 5 de mayor importancia?)

Elementos	Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante
Alimentacion					
Suplemento					
Vestimenta					
Asesorio					

23 Usted prefiere comprar productos

Nacionales	
Extranjeros	

24 Te consideras una persona Fitness

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

Bibliografía

- Quirantes Moreno, López Ramírez, & Hernández M. (2009). Estilo de vida, desarrollo científico-técnico y obesidad. *SCielo*, 38.
- Arellano. (2002). *Importancia de Consumidor*. Argentina: Nexty.
- Barboza, N. (2012). *La influencia del Marketing en la toma de decisión*. Argentina : Mendoza.
- deLiu, C. W. (2017). *Estilo de vida y salud Fase 1*. Guatemala.
- El ,Telégrafo. (2019 de 12 de 2019). Ropa y calzado deportivo innovan la industria fitness. Guayaquil, Guayas.
- Enke. (2013). *Estilo de Vida*. Chile.
- INEC. (2014). *Costumbres y Practicas Deportivas en la Poblacion Ecuatoriana*. Ecuador: INEC. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/MSP_ENSANUT-ECU_06-10-2014.pdf
- Klotler, & Amstrong. (2002). *Perfil Del Consumidor*. Mexico: Science Direct.
- Kotler. (2002). Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8046/raiteri-melisa-daniela.pdf
- Lazar. (2010). *Consumidores*. Argentina: Scielo.
- Le Corre, E. (2017). La historia del Fitness. Cultura general para todos. *Movnat Entrenamiento Natural*. Obtenido de <https://www.entrenamientonatural.com/la-historia-del-fitness/>

Mercado, & Fitness. (2007). *Los 100 mejores artículos de la revista Mercado Fitness. Un libro para ser usado*. Buenos Aires Argentina: Mercado Fitness. Obtenido de <http://ihrsamercadofitness.com.mx/libros/resumen-top100.pdf>

Moreno, Q. (2009). *Estilo y Cultura del fitness*. Chile.

Ramirez. (2008). *Tendencia de Fitness*. Medellin.

RetoFill. (2016). *Tendencia del Fitness*. Medellin.

Riviera, M. (2017). *Fitness*. Argentina: Cuidate.

Rodriguez, M. (2010). *Métodos de investigación: Diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales*. Mexico, Mexico: Editorial Pandora.

Schiffman, & Lazar. (Marzo de 2010). *Personalidad de los consumidores*.

Stellato, F. (2016). *La marca como signo identificador corporativo*. Argentina .

Webconsultas. (2017). *Tendencias del Fitness*. Medellin.

Anexos

Grupo Focal

	Marcela Cárdena Edad: 26 años	Cristian Benites Edad: 25 años	Raúl Briones Edad: 28 años	Anabel Ordoñez Edad: 31 años	Jonathan Sánchez Edad: 35 años	Andrés Villegas Edad: 22 años
1 Según su experiencia, coménteme que es ser una persona fitness	Para mi ser fitness, es llevar una vida saludable es decir comer bien, ejercicios de manera rutinaria, tomar mucha agua y dormir las 8 horas necesarias.	Ser fitness es tener el estado de salud física y bienestar que se consigue al llevar una vida sana apoyada en el ejercicio continuado en el tiempo y en una dieta saludable.	Una persona fitness es la que realiza un conjunto de ejercicios gimnásticos que se repiten varias veces por semana para conseguir una buena forma física, acompañado de una buena alimentación.	Para mi ser una persona fitness es fortalecer la condición física, tanto interna como externa, lo que implica también un aumento de la autoestima de la persona que lo practica con ejercicios o rutinas por semana también comer sano y dormir las horas necesarias.	Una persona fitness que esta acostumbran a llevar una vida saludable llena, de ejercicio y comida saludable reduce el riesgo de desarrollar enfermedades como la obesidad o riesgos cardiovasculares, como tener el colesterol alto, hipertensión.	Ser fitness es la práctica de actividades deportivas de alto impacto ayuda a la persona a estar más relajado y tenga menos riesgo de sufrir estrés o depresión. Todo esto va acompañado de una buena alimentación, dormir las 8 horas diarias y tomar mucha agua.
2 Escriba 5 palabras, que asocie con ser fitness	Salud, disciplina, ejercicio, moda, cultura	Bienestar, cuerpo, salud, disciplina, cultura	Alimentación, bienestar, salud, disciplina, cultura	Moda, salud, disciplina, bienestar, alimentación, ejercicio	Tendencia, bienestar, salud, disciplina, alimentación, ejercicio	Ejercicio, bienestar, salud, alimentación, disciplina
3 ¿Cuáles son las actividades físicas que realiza para tener un estilo de vida fitness?	Yoga, zumba, Pilates, bailoterapias	Gimnasia, croffitt	Gimnasia, croffitt, yoga	Yoga, Pilates, baioterapia, aeróbicos, gimnasia	Aeróbicos, gimnasia, croffitt	Gimnasia, croffitt, yoga, Pilates
4 ¿Cuáles son sus días y horarios para realizar actividades fitness?	Mi días de hacer ejercicios son los de lunes a viernes de 7h00 am salgo a calentar trotando y luego voy 7H30 hasta las 8h30 hacer baloterapia y aeróbicos. 3 – 4 sesiones a la semana. Realizo las siguientes rutinas de ejercicios 6 a 8 ejercicios, 3 a 6 series de cada ejercicio, 8 a 12 repeticiones.	Mis días son pasando un día es decir martes, jueves y sábados de 18h00 a 20h00. Realizo las siguientes rutinas de ejercicios 6 a 8 ejercicios, 3 a 6 series de cada ejercicio, 8 a 12 repeticiones.	Realizo las siguientes rutinas de ejercicios 6 a 8 ejercicios, 3 a 6 series de cada ejercicio, 8 a 12 repeticiones los días martes a viernes, de 7h00 a 9h00 y a veces realizo actividades físicas los días los días sábados como salir a trotar o hacer yoga para relajarme.	Mis días de realizar ejercicios son después trabajo llevo ropa directamente voy a realizar mis bailoterapias, aeróbicos y gimnasia desde las 18h00 a 20h00. Realizo las siguientes rutinas de ejercicios 6 a 8 ejercicios, 3 a 6 series de cada ejercicio, 8 a 12 repeticiones.	Mis días de realizar ejercicios son después trabajo desde las 18h00 a 20h00. Realizo las siguientes rutinas de ejercicios 6 a 8 ejercicios, 3 a 6 series de cada ejercicio, 8 a 12 repeticiones.	Realizo las siguientes rutinas de ejercicios 6 a 8 ejercicios, 3 a 6 series de cada ejercicio, 8 a 12 repeticiones los días martes a viernes, de 7h00 a 9h00, primero hago yoga luego hago las actividades más fuertes como el gym y crosfit.
5 ¿Cuál es su experiencia en adquirir productos fitness?	Me hacen sentirme y verme bien connmigo misma.	Me siento cómodo, seguro, de lo que adquiriendo me hará fortalecer mi vida saludable	Agusto de lo que consumo como persona fitness me agrada porque se que lo estoy haciendo por mi salud y mi bienestar	Seguro de mí mismo, ya que estos productos me ayudaran a tener una vida más saludable llena de salud, comodidad.	Yo adquiero productos que me ayuden a verme mejor y sentirme mejor con la rutina de ejercicios que llevo lo complemento	Cada vez que compro productos que me ayuden a verme y sentirme bien en mi vida fitness lo hago porque me gustar generar impacto en los demás, comprando productos de calidad.

<p>6 ¿Cuáles son los productos de su uso que considera que son fitness (vestimenta, accesorios, alimentación)?</p>	<p>Para mí la vestimenta es primordial para realizar mis actividades fitness, está muy de moda vestir con prendas de lycra o nylon de colores y estampados.</p>	<p>Usar la vestimenta adecuada nos proporciona comodidad y ligereza, dos aspectos imprescindibles para alcanzar los objetivos que me propongo en la hora de realizar mis ejercicios me gusta utilizar prendas como calentadores de tela nylon porque son frescas ayudan mucho cuando transpiro mucho, con respeto al calzado para mí tienen que tener 3 aspectos importantes para comprarlos transpiración, amortiguación y adherencia.</p>	<p>La lycra y el nylon son materiales recomendables para hacer ejercicios, porque absorben la humedad rápidamente permitiendo que el sudor se evapore a través de la ropa y así mejorar la postura natural del cuerpo por este motivo siempre compro ropas de ejercicios de este tipo de material me gusta en mis camisetitas, shorts, y guantes, con el calzado tienen que tener resistencia para la rutina como son transpiración, amortiguación y adherencia.</p>	<p>Para mi comprar ropa elaborada de lycra y el nylon es importante porque hay que tener en cuenta que la ropa para hacer ejercicio nos mantenga secos el mayor tiempo posible y este tipo de material es muy recomendable. Y cuando compro calzado tienen que ser que me ayuden a la rutina de ejercicios que tengan transpiración, amortiguación y adherencia.</p>	<p>Para mí el calzado es primordial porque es que te acompaña más en la resistencia de todos los ejercicios evitando que te lastimes tus pies y piernas lo que busco en un calzado son transpiración, amortiguación y adherencia. Y la ropa me gusta utilizar ropa elaborada de lycra y el nylon</p>	<p>Cuando compro calzado tienen que ser que me ayuden a la rutina de ejercicios que tengan transpiración, amortiguación y adherencia. Con respecto a la ropa de lycra o nylon ayuda a transpirar mejor durante el ejercicio.</p>
<p>7 ¿Cómo es su alimentación para llevar una vida saludable?</p>	<p>Es necesario comer 5 veces as día llevando una dieta adecuada, es decir en donde hayan proteínas animal, vegetal, frutas, grasas y para complementar los suplementos</p>	<p>Por lo general mi dieta esta balanceada entre suplementos que me ayudan a potenciar mi rendimiento y también proteínas animal, vegetal, frutas, grasas es recomendable hacerlo 5 veces al día es decir desayuno, entre comidas, almuerzo, entre comidas, merienda.</p>	<p>Yo por lo general inicio mis comidas con los suplementos que me ayuda a la recuperación de la masa muscular ayudándome a ganar masa muscular cada día, también es necesario comer 5 veces as día llevando una dieta adecuada, es decir en donde hayan proteínas animal, vegetal, frutas, grasas.</p>	<p>Es necesario comer 5 veces as día llevando una dieta adecuada, es decir en donde hayan proteínas animal, vegetal, frutas, grasas y para complementar los suplementos</p>	<p>Mis comidas las inicio con los suplementos que me ayuda a la recuperación de la masa muscular ayudándome a ganar masa muscular cada día, también es necesario comer 5 veces as día llevando una dieta adecuada, es decir en donde hayan proteínas animal, vegetal, frutas, grasas.</p>	<p>Mi alimentación esta balanceada entre suplementos que me ayudan a potenciar mi rendimiento y también proteínas animal, vegetal, frutas, grasas es recomendable hacerlo 5 veces al día es decir desayuno, entre comidas, almuerzo, entre comidas, merienda.</p>
<p>8 De las siguientes imágenes ¿Cuáles de los alimentos considera que son saludables para su alimentación de acuerdo a la cantidad que consume?</p>	<p>Proteínas animal y vegetal entre 1,5 y 1,7 g/kg. Grasas estará alrededor del 25-30 % de la ingesta total diaria. Suplementos de 1,3 a 1,5 gramos diariamente.</p>	<p>Proteínas animal y vegetal entre 1,00 y 1,7 g/kg. Grasas estará alrededor del 25-30 % de la ingesta total diaria. Suplementos de 1,3 a 2,00 gramos diariamente.</p>	<p>Proteínas animal y vegetal entre 1,5 y 1,7 g/kg. Grasas estará alrededor del 25-30 % de la ingesta total diaria. Suplementos de 1,3 a 1,5 gramos diariamente.</p>	<p>Proteínas animal y vegetal entre 1,5 y 1,7 g/kg. Grasas estará alrededor del 25-30 % de la ingesta total diaria. Suplementos de 1,3 a 1,5 gramos diariamente.</p>	<p>Proteínas animal y vegetal entre 1,5 y 1,7 g/kg. Grasas estará alrededor del 25-30 % de la ingesta total diaria. Suplementos de 1,3 a 1,5 gramos diariamente.</p>	<p>Proteínas animal y vegetal entre 1,5 y 1,7 g/kg. Grasas estará alrededor del 25-30 % de la ingesta total diaria. Suplementos de 1,3 a 2,00 gramos diariamente.</p>
<p>9 ¿Qué suplementos usted recomendaría para aumentar la masa muscular o bajar de peso?</p>	<p>Cafeína, Creatina, Evovits, Omega 3, Te verde</p>	<p>Greentea, Cafeína, Creatina, Evovits, Evowhey 2.0</p>	<p>Evovits, Omega 3, Cafeína, Creatina</p>	<p>Greentea, Cafeína, Creatina, Evovits, Evowhey 2.0</p>	<p>Cafeína, Creatina, Evovits, Omega 3, Te verde, Evowhey 2.0</p>	<p>Creatina, Evovits, Omega 3, Te verde, Evowhey 2.0, Cafeína</p>
<p>10 ¿Cuál es el promedio mensual que gasta en su vida fitness?</p>	<p>\$ 200 a \$ 400</p>	<p>\$450</p>	<p>\$ 300 a \$ 500</p>	<p>\$ 200 a \$ 400</p>	<p>\$500</p>	<p>\$ 300 a \$ 500</p>

Nota: Datos obtenidos de la Investigación